



Provincia di Modena

IL PRESIDENTE

Atto numero 168 del 17/12/2024

OGGETTO: PROGRAMMA TURISTICO DI PROMOZIONE LOCALE (PTPLP) DEL TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA-MODENA - ANNO 2025 - APPROVAZIONE PROGRAMMA E PIANO DI ASSEGNAZIONE DEI CONTRIBUTI, ACCERTAMENTO E PRENOTAZIONE RISORSE..

La Legge Regionale n. 4 del 25/03/2016 “Ordinamento turistico regionale – Sistema organizzativo e politiche di sostegno alla valorizzazione e promo-commercializzazione turistica. Abrogazione della legge regionale 4 marzo 1998, n. 7” all’art. 12 bis, così come aggiunto dall’art. 10 della L.R. n. 8 del 29/07/2021, ha previsto la possibilità in capo alla Città metropolitana di Bologna in funzione di Destinazione Turistica ed alla Provincia di Modena di costituire il Territorio turistico Bologna-Modena, al fine di definire congiuntamente il Programma Annuale delle Attività Turistiche, che ricomprende il Programma di promo-commercializzazione turistica ed il Programma Turistico di Promozione Locale, relativo ai Servizi Turistici di base dei Comuni ed ai Progetti di Promozione Turistica di interesse locale.

La Regione ha inoltre stabilito con atto della Giunta regionale i criteri per la composizione del Tavolo di Concertazione e della Cabina di Regia del Territorio Turistico Bologna-Modena (DGR. n. 1371 del 06/09/2021), nonché le modalità di elaborazione, presentazione alla Regione e finanziamento dei Progetti di marketing e promozione turistica e dei Programmi turistici di promozione locale anche al fine del conseguimento dei relativi finanziamenti (DGR. n. 1372 del 06/09/2021).

Con la richiamata DGR n. 1372 del 06/09/2021 la Regione Emilia-Romagna ha confermato che al Territorio Turistico Bologna Modena spetta la definizione del Programma Annuale delle Attività Turistiche, che deve contenere il Programma di promo-commercializzazione turistica ed il Programma Turistico di Promozione Locale, che ricomprende:

- i Servizi Turistici di base dei Comuni;
- i Progetti di Promozione Turistica di interesse locale.

La Provincia di Modena, con Atto del Presidente n. 148 del 28/09/2021, come successivamente modificato con atto n. 153 del 07/10/2021, ha aderito al Territorio Turistico Bologna-Modena e ha approvato contestualmente i Regolamenti per il funzionamento del Tavolo di concertazione e della Cabina di regia del territorio turistico Bologna-Modena, in accordo con la Città metropolitana di Bologna, così concludendosi l’iter che ha condotto all’istituzione del Territorio Turistico Bologna-Modena avviato con i corrispondenti atti adottati dalla Città metropolitana (Delibera del Consiglio metropolitano n. 37 del 29/09/2021 e atto del Sindaco metropolitano n. 259 del 29/09/2021).

Con successiva DGR n. 2188 del 12/12/2022 ha approvato nuovi criteri attuativi aggiornati per la gestione dei servizi di accoglienza e informazione turistica e per il loro finanziamento, individuando le funzioni delle Destinazioni Turistiche e del Territorio Turistico Bologna-Modena

ed abrogando la precedente DGR n. 956/2005 “Definizione standard minimi e degli standard di qualità dei servizi di accoglienza ed informazione turistica Attuazione art. 14, L.R. 7/98 e art. 21, L.R. 7/03” (ad esclusione di quanto previsto dall’allegato D “Individuazione del marchio degli Uffici di informazione turistica e degli Uffici di informazione ed accoglienza turistica - IAT - riconosciuti sul territorio della Regione Emilia-Romagna e sue modalità di utilizzo”, che sarà automaticamente abrogato con l’adozione di specifico atto di riforma di approvazione dell’immagine coordinata di tutti gli uffici IAT).

Con la suddetta DGR n. 2188/2022 la Regione ha ribadito che alle Destinazioni Turistiche e al Territorio Turistico Bologna-Modena, in coerenza con quanto stabilito dagli artt. 12 e 12 bis della L.R. n. 4/2016, è conferito l’esercizio delle funzioni e delle attività amministrative relative:

- a) all’organizzazione della promo-commercializzazione turistica, in particolare attraverso la realizzazione dei Programmi di attività, di cui all’art. 6 della LR 4/2016 e ss.mm.ii.;
- b) al coordinamento delle attività di informazione e accoglienza turistica, in coerenza con quanto stabilito dall’art. 13 della LR4/2016 e ss.mm.ii.

Le Destinazioni Turistiche e il Territorio Turistico Bologna-Modena sono inoltre chiamate a svolgere le attività amministrative connesse all’erogazione dei fondi assegnati dalla Regione ai sensi dell’art. 7, comma 3, lettera a) e in coerenza con quanto stabilito dagli artt. 12 e 12 bis della L.R. n. 4/2016.

Nell’esercizio delle funzioni conferite la Città Metropolitana di Bologna e la Provincia di Modena, quali enti che compongono il Territorio Turistico Bologna – Modena, hanno proceduto a declinare, integrare e modellare i requisiti previsti dalla Regione Emilia-Romagna per il sistema dei servizi di Informazione e Accoglienza Turistica sulla base delle esigenze dei territori di loro competenza.

Con atto del Presidente n. 131 del 19/07/2023 questo ente ha approvato l’atto recante Criteri e modalità organizzative per la gestione dei servizi di informazione e accoglienza turistica e per il loro finanziamento ai sensi della DGR n. 2188/2022.

Parallelamente la Città Metropolitana di Bologna con atto del Sindaco Metropolitan n. 177 del 18/07/2023 ha approvato il medesimo testo.

Nelle more dell’approvazione da parte degli Enti che compongono il Territorio Turistico Bologna-Modena del suddetto atto, la Regione, a seguito al confronto interno al gruppo di lavoro, ha manifestato la necessità di meglio chiarire e declinare alcuni punti dell’allegato alla DGR n. 2188/2022.

Conseguentemente con DGR n. 1223 del 17/07/2023 la Regione ha ritenuto, per migliorare la leggibilità dell’atto, di approvare un testo coordinato comprendente tutte le modifiche.

Trattandosi di chiarimenti e declinazioni per gran parte già recepiti nel testo approvato con atto del Presidente n. 131 del 19/07/2023 e atto del Sindaco Metropolitan n. 177 del 18/07/2023, salvo alcuni inserimenti di ulteriore chiarimento e dettaglio, si è condivisa l’opportunità di formare un testo coordinato che recepisce tali inserimenti, quale strumento di supporto e chiarezza per i Comuni e le Unioni dei Comuni interessati alla procedura di riconoscimento per gli uffici di Informazione e Accoglienza Turistica, approvato per ciò che attiene questo Ente con la determina n. 1291 del 24/07/2023 del Servizio Affari Generali e Polizia provinciale.

La Regione, nelle more dell’applicazione delle richiamate disposizioni di cui alla DGR n. 2188/2022 e ss.mm.e ii. ha chiarito, dandone recente conferma con comunicazione prot. n. 29169 del 26/08/2024, che nell’Ambito 1 debba espressamente distinguersi tra Servizi di base di informazione ed accoglienza e Servizi di base relativi ad animazione e intrattenimento e che le previsioni sul computo del budget debbano intendersi riferite ai soli Servizi Turistici di base relativi a informazione e accoglienza.

Con Atto del Sindaco metropolitano n. 206/2024 e Atto del Presidente della Provincia di Modena n. 113/2024 si è quindi modificato l’atto recante Criteri e modalità organizzative per la gestione dei servizi di informazione e accoglienza turistica e per il loro finanziamento, approvato con precedente atto del Presidente n. 131/2023 e atto del Sindaco Metropolitan n. 177/2023, al fine

di recepire l'interpretazione data dalla Regione alle previsioni di cui alla DGR n. 2188/2022 e ss.mm.e ii., nonché stabilire la proroga al 2025 del regime di deroga per gli uffici del territorio modenese già previsto per il 2024, resasi necessaria in quanto il processo di riorganizzazione per il territorio modenese è tutt'ora in via di completamento.

Adottati gli atti sopra richiamati ed approvato con Atto del Presidente n. 117 del 10/10/2024, nonché precedente deliberazione di Consiglio metropolitano n. 41 del 25/09/2024, il Programma di promo-commercializzazione del Territorio Turistico Bologna-Modena per l'anno 2025, sulla base di quanto previsto dall'art. 6 e dall'art. 12 bis della L.R. 4/2016 e ss.mm., la Città metropolitana di Bologna e la Provincia di Modena sono chiamate ad elaborare per il 2025, mediante procedura ad evidenza pubblica, un unico Programma turistico di promozione locale (P.T.P.L. 2025), con criteri di selezione omogenei che tengano conto delle rispettive peculiarità territoriali.

Tale programma è suddiviso in due linee di finanziamento, che afferiscono rispettivamente ai soggetti beneficiari del territorio metropolitano e a quelli del territorio della Provincia di Modena, ciascuna destinata a finanziare i due ambiti in cui si compone il Programma.

Gli ambiti di attività del P.T.P.L. sono rappresentati da:

- Ambito 1 relativo ai Servizi turistici di base dei Comuni e delle Unioni di Comuni;
- Ambito 2 relativo alle iniziative di promozione turistica di interesse locale.

Delle due linee di finanziamento sono rispettivamente soggetti attuatori la Città Metropolitana di Bologna in funzione di Destinazione turistica e la Provincia di Modena.

Il Programma Turistico di Promozione Locale per l'anno 2025 comprende interventi da realizzarsi nell'arco dell'esercizio di riferimento e specificatamente tra il 1° gennaio e il 31 dicembre 2025.

Si è ritenuto opportuno separare la parte relativa a criteri di valutazione, requisiti e obiettivi, e in generale gli aspetti che condizionano la concessione dei finanziamenti, demandando a successivo atto dirigenziale la declinazione degli aspetti più operativi e gestionali, nonché la regolazione del procedimento ad evidenza pubblica e l'avvio della medesima.

Con atto del Presidente della Provincia di Modena n. 119 del 15/10/2024 e atto del Sindaco metropolitano n. 225 del 17/10/2024 sono stati quindi stabiliti *Requisiti e criteri per l'elaborazione, del Programma turistico di promozione locale unitario per il Territorio Turistico Bologna-Modena per il 2025 tramite avviso pubblico* (d'ora in avanti anche "Atto recante requisiti e criteri per l'elaborazione del P.T.P.L. 2025" o anche solo "Atto").

In particolare, l'Atto recante Requisiti e criteri per l'elaborazione del Programma turistico di promozione locale unitario per il Territorio Turistico Bologna-Modena per il 2025 tramite avviso pubblico fissa il quadro normativo e stabilisce i riferimenti strategico-programmatici del P.T.P.L. 2025, cui devono attenersi i progetti candidati al finanziamento, con particolare riguardo alle "Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027" approvate con D.G.R. n. 1413/2024 ed agli obiettivi di carattere generale, ivi comprese le indicazioni su prodotti turistici e mercati-obiettivo.

Il medesimo Atto inoltre stabilisce gli ambiti di intervento del P.T.P.L., i tempi di realizzazione dei progetti, i soggetti ammessi alla presentazione della domanda, i requisiti per la presentazione delle domande, i criteri di valutazione dei progetti, i principi di ammissibilità delle spese, le modalità di formazione delle proposte di graduatoria, le percentuali massime di contributo, l'iter di approvazione del programma, nonché di assegnazione, concessione e liquidazione dei contributi, e i casi di revoca del contributo.

Con determinazione n. 1805 del 18/10/2024 si è quindi proceduto all'approvazione dell'avviso pubblico che stabiliva modalità e termini di presentazione delle domande, con la specificazione dei motivi di non ammissibilità formale delle medesime, nonché l'elenco delle tipologie di spesa ammessa e non ammessa, le modalità di modifica o rinuncia al progetto, l'elenco della documentazione di rendicontazione (elenco da integrarsi con successiva determinazione).

All'approvazione del medesimo avviso ha provveduto anche la Città Metropolitana.

L'avviso è stato redatto in conformità alle previsioni della Regione sopra richiamate e recepite nell'Atto del Presidente n. 113 del 02/10/2024 e nell'Atto del Presidente n. 119 del 15/10/2024, nonché nei corrispondenti atti della Città Metropolitana, cui pure l'avviso si è conformato.

Nell'ambito 1 sono stati individuati due sub-ambiti:

- 1.a Informazione e accoglienza al turista;
- 1.b Animazione e intrattenimento turistico;

Si è stabilito, come in precedenza, che i progetti ammessi a finanziamento dovessero avere valenza sovracomunale.

Si è inoltre specificato che, ai sensi della DGR n. 2188 del 12/12/2022, il Territorio Turistico Bologna-Modena:

- a) nell'ambito delle risorse complessive disponibili per la realizzazione dei Programmi di attività di cui all'art. 6 della L.R. 4/2016, può destinare al PTPL il budget massimo del 60%;
- b) può destinare all'Ambito 1.a del PTPL- Servizi Turistici di base relativi all'informazione ed all'accoglienza fino a un massimo del 50% del budget definito al precedente punto a);
- c) deve utilizzare una percentuale di almeno il 30% per l'anno 2025 delle risorse finanziarie destinate all'Ambito 1.a del PTPL- Servizi Turistici di base dei Comuni per finanziare le nuove forme dei Servizi Turistici di Informazione e Accoglienza Turistica (IAT Diffuso, IAT Digitale e piattaforme multimediali, e Welcome Room).

Al fine di garantire il rispetto della suddetta previsione, per il 2025 è stata prevista l'approvazione di n. 4 graduatorie:

- graduatoria progetti IAT tradizionali - IAT e IAT R (Ambito 1.a);
- graduatoria progetti IAT innovativi - IAT digitale, IAT diffuso, Welcome Room (Ambito 1.a);
- graduatoria progetti di animazione e intrattenimento turistico (Ambito 1.b);
- graduatoria progetti di promozione turistica di interesse locale (Ambito 2).

Al fine di garantire la più ampia possibilità di finanziamento degli Uffici di informazione ed accoglienza al turista ed al contempo garantire il rispetto delle disposizioni regionali sui limiti di budget, è stato previsto che con riferimento alla Provincia di Modena, a prescindere dal budget regionale che sarebbe stato concesso per la realizzazione del P.T.P.L., il contributo per singolo ufficio IAT tradizionale non avrebbe in ogni caso potuto superare il 50% dei contributi assegnati complessivamente alla graduatoria di riferimento.

L'avviso ha previsto che:

- i soggetti ammessi alla presentazione della domanda a valere sull'ambito 1.a fossero gli enti che hanno ottenuto riconoscimento degli uffici di informazione e accoglienza turistica siti nel Territorio Turistico Bologna-Modena;
- i progetti di animazione e intrattenimento turistico di cui all'ambito 1.b potessero essere presentati da Comuni (in forma singola o associata) e Unioni di Comuni che dispongano di un ufficio IAT R o IAT tra quelli regolarmente riconosciuti;
- i soggetti ammessi a presentare domanda a valere sull'ambito 2 fossero Comuni e Unioni di Comuni, Società e organismi operativi di Comuni/Unioni di Comuni nel senso meglio specificato nell'avviso, Enti pubblici, Pro Loco, Gruppi di Azione Locale (GAL), Strade dei vini e dei sapori, Associazioni del volontariato.

Per ciascun ambito del P.T.P.L. l'avviso ha indicato le modalità di presentazione delle domande entro e non oltre le ore 12:00 del 18/11/2024 mediante utilizzo dei modelli pure allegati alla determina di approvazione (sub 2 - Modelli D1.a Ambito 1.a, sub 3 - Modelli D1.b Ambito 1.b, sub 4 - Modelli D2 Ambito 2), le spese ammesse e non ammesse, i criteri di valutazione, le percentuali massime dei contributi da riconoscersi sulla base dei punteggi ottenuti dal progetto in sede di valutazione.

Nei termini previsti dall'avviso sono pervenute complessivamente n. 54 istanze di contributo, di cui:

- n. 35 per la Città metropolitana di Bologna:
 - n. 13 di Ambito 1.a INFORMAZIONE TURISTICA,
 - n. 6 di Ambito 1.b ANIMAZIONE TURISTICA,
 - n. 16 di Ambito 2 PROMOZIONE TURISTICA, a cui si aggiunge 1 progetto di Città metropolitana;
- n. 19 per la Provincia di Modena:
 - n. 9 di Ambito 1.a INFORMAZIONE TURISTICA,
 - n. 4 in Ambito 1.b ANIMAZIONE TURISTICA,
 - n. 6 di Ambito 2 PROMOZIONE TURISTICA.

Per quanto riguarda l'**Ambito 1.a** relativo ai servizi turistici di base dei Comuni (uffici di informazione e accoglienza al turista) sono pervenuti:

- n. 13 progetti per Città metropolitana,
- n. 9 progetti per Provincia di Modena.

Per quanto riguarda l'**Ambito 1.b**, relativo ad Animazione e intrattenimento turistico dei Comuni (di IAT R e IAT) sono pervenuti:

- n. 6 progetti per Città metropolitana,
- n. 4 progetti per Provincia di Modena.

Per quanto riguarda l'**Ambito 2**, relativo a iniziative di promozione turistica locale, sono pervenuti:

- n. 17 progetti su Bologna compreso il progetto della Città metropolitana di Bologna destinato a interventi trasversali, in particolare destinati alla promozione dei Cammini e del turismo responsabile;
- n. 6 progetti su Modena.

La Città metropolitana di Bologna tramite i Servizi competenti dell'Area Sviluppo economico e sociale e la Provincia di Modena tramite il Servizio Affari Generali – U.O. Promozione e qualificazione turistica del territorio hanno provveduto, ciascuna per il proprio ambito di competenza, all'istruttoria amministrativa sulle domande pervenute, con riferimento alla verifica dei requisiti di ammissibilità delle domande pervenute, allo scopo di accertare la rispondenza della documentazione rispetto ai prescritti requisiti di ammissibilità soggettivi e oggettivi previsti dall'avviso pubblico, nonché con riferimento alla completezza formale delle domande presentate, all'esito della quale un progetto è risultato non ammesso in quanto presentato oltre i termini di scadenza (come da risultanze conservate in atti al PG. n. 79293/2024 della Città metropolitana di Bologna e in atti al PG. n. 41719/2024 della Provincia di Modena).

Conclusa tale fase, l'istruttoria tecnica dei progetti presentati è stata svolta dal Nucleo Tecnico di valutazione congiunto tra Città metropolitana di Bologna e Provincia di Modena, costituito secondo le previsioni dell'avviso, per l'elaborazione delle proposte di graduatoria dei progetti per ciascun ambito territoriale, preso atto delle risultanze della fase di istruttoria amministrativa.

Il nucleo di valutazione congiunto ha quindi svolto la valutazione di merito di n. 53 domande presentate, di cui n. 21 domande afferenti all'Ambito 1.a (informazione e accoglienza turistica), n. 13 ricadenti nel territorio della Città metropolitana di Bologna e n. 9 ricadenti nel territorio della Provincia di Modena, n. 10 domande afferenti all'Ambito 1.b (animazione ed intrattenimento turistico), n. 6 ricadenti nel territorio della Città metropolitana di Bologna e n. 4 ricadenti nel territorio della Provincia di Modena e n. 21 domande afferenti all'Ambito 2 (promozione locale), n. 15 ricadenti nel territorio della Città metropolitana di Bologna e n. 6 ricadenti nel territorio della Provincia di Modena, oltre al progetto della Città metropolitana di Bologna.

La valutazione tecnica dei progetti di Ambito 1.a ha dato i seguenti risultati:

- n. 9 progetti in fascia alta,
- n. 12 progetti in fascia media,
- n. 1 progetto in fascia bassa.

La valutazione tecnica dei progetti di Ambito 1.b ha dato i seguenti risultati:

- n. 8 progetti in fascia alta,
- n. 1 progetto in fascia media,
- n. 1 progetto in fascia bassa.

La valutazione tecnica dei progetti di Ambito 2 ha dato i seguenti risultati:

- n. 5 progetti in fascia alta;
- n. 13 progetti in fascia media,
- n. 3 progetti in fascia bassa,
- (n. 1 progetto non ammissibile perché ha presentato domanda oltre i termini).

Per le istanze di contributo con costo complessivo di progetto superiore alla valorizzazione di massima prevista la spesa ammessa ai fini della quantificazione del contributo è stata rideterminata nell'importo massimo previsto dall'Avviso, riducendo della stessa misura percentuale ciascuna voce di spesa ricompresa nel piano finanziario.

Il verbale della seduta del Nucleo di valutazione congiunto è conservato agli atti della Provincia di Modena al P.G. n. 42071 del 04/12/2024.

Nel frattempo, la Regione Emilia-Romagna con DGR n. 2123 del 11/11/2024 ai sensi della DGR n. 786/2017 e ss.mm.ii. ha provveduto all'assegnazione e concessione delle risorse, con relativo impegno contabile.

Per ciò che attiene alla Provincia di Modena la Regione Emilia-Romagna ha assegnato e concesso un ammontare di risorse pari a € 171.826,45 per la realizzazione della parte di competenza del suddetto programma.

Ai sensi dell'art. 5 dell'avviso è stato quindi formato anche il piano di assegnazione dei contributi, in percentuale variabile secondo la collocazione del progetto nelle griglie di assegnazione dei contributi di cui ai punti 5.1 e 5.2 dell'avviso di seguito riportate:

- per i progetti di Ambito 1 "Servizi turistici di base dei Comuni e delle Unioni":

1.a Informazione ed accoglienza

IAT TRADIZIONALI (IAT R e IAT)

- 0-49 punti Non ammissibile
- 50-59 punti Fascia Bassa contributo massimo: 10% delle spese ammesse
- 60-79 punti Fascia Media contributo massimo: 20% delle spese ammesse
- 80-100 punti Fascia Alta contributo massimo: 30% delle spese ammesse

IAT INNOVATIVI (IAT Diffusi, IAT Digitali, Welcome Room)

- 0-49 punti Non ammissibile
- 50-59 punti Fascia Bassa contributo massimo: 20% delle spese ammesse
- 60-79 punti Fascia Media contributo massimo: 40% delle spese ammesse
- 80-100 punti Fascia Alta contributo massimo: 50% delle spese ammesse

1.b Animazione e intrattenimento turistico

- 0-49 punti Non ammissibile
- 50-59 punti Fascia Bassa contributo massimo: 20% delle spese ammesse
- 60-79 punti Fascia Media contributo massimo: 35% delle spese ammesse
- 80-100 punti Fascia Alta contributo massimo: 50% delle spese ammesse

- per i progetti di Ambito 2 "Iniziative di promozione turistica d'interesse locale":

- 0-49 punti Non ammissibile
- 50-59 punti Fascia Bassa contributo massimo: 15% delle spese ammesse
- 60-79 punti Fascia Media contributo massimo: 35% delle spese ammesse
- 80-100 punti Fascia Alta contributo massimo: 50% delle spese ammesse

Ai sensi dell'art. 5 del bando la percentuale effettiva è stata stabilita sentiti gli organismi del Territorio Turistico di Bologna-Modena, in considerazione delle risorse regionali assegnate al PTPL per l'anno di riferimento.

Nel contesto normativo sopra richiamato di cui alla DGR n. 2188 del 12/12/2022 in relazione ai budget per ciascun ambito, con riferimento ai progetti relativi al territorio modenese sono state definite di concerto con la Cabina di Regia ed il Tavolo di concertazione (come da verbale della seduta del Tavolo di Concertazione in data 12/12/2024, acquisito al P.G. n. 43562 del 16/12/2024, e verbale della seduta della Cabina di Regia in data 12/12/2024, acquisito al P.G. n. 43560 del 16/12/2024) le seguenti percentuali riferite alle fasce di valutazione di merito della graduatoria:

- per i progetti di Ambito 1.a:
 - IAT TRADIZIONALI (IAT R e IAT)
Fascia alta 21% delle spese ammesse (contributo concedibile ridotto ai sensi della previsione dell'avviso in forza della quale il contributo per singolo ufficio IAT tradizionale non avrebbe in ogni caso potuto superare il 50% dei contributi assegnati complessivamente alla graduatoria di riferimento)
 - Fascia Media 11% delle spese ammesse
 - Fascia Bassa 5% delle spese ammesse
- IAT INNOVATIVI (IAT Diffusi, IAT Digitali, Welcome Room)
 - Fascia alta 41% delle spese ammesse
 - Fascia media 23% delle spese ammesse
 - non ci sono progetti in fascia bassa
- per i progetti di Ambito 1.b:
 - Fascia alta 36% delle spese ammesse
 - Fascia media 23% delle spese ammesse
 - Fascia bassa 11% delle spese ammesse
- per i progetti di Ambito 2:
 - Fascia alta 40% delle spese ammesse
 - Fascia media 28,05% delle spese ammesse
 - non ci sono progetti in fascia bassa

I contributi concedibili sono stati computati in base alla graduatoria e fino ad esaurimento delle relative risorse disponibili per ciascun budget nel rispetto delle sopra richiamate.

Le graduatorie sono state approvate dagli organismi del Territorio Turistico Bologna - Modena, come da verbale della seduta del Tavolo di Concertazione in data 12/12/2024, acquisito al P.G. n. 43562 del 16/12/2024, e verbale della seduta della Cabina di Regia in data 12/12/2024, acquisito al P.G. n. 43560 del 16/12/2024.

La proposta di Programma turistico di promozione locale (PTPL) 2025 del Territorio Turistico Bologna-Modena, comprensiva delle percentuali di finanziamento, è stata quindi licenziata dal Tavolo di concertazione del Territorio turistico Bologna-Modena e dalla Cabina di Regia del Territorio turistico Bologna-Modena.

Il Programma in approvazione allegato al presente atto quale parte integrante è formato dai seguenti elaborati:

- PTPL 2025 – Progetti presentati relativi all'Ambito 1 (servizi turistici di base, di informazione e accoglienza turistica e di animazione ed intrattenimento), allegato 1;
- PTPL 2025 – Progetti presentati relativi all'Ambito 2 (promozione turistica locale), allegato 2;
- PTPL 2025 – Graduatoria dei progetti relativi all'Ambito 1 e all'Ambito 2, ricadenti nel territorio della Città metropolitana di Bologna con relativo piano di assegnazione, allegato 3;
- PTPL 2025 – Graduatoria dei progetti relativi all'Ambito 1 e all'Ambito 2, ricadenti nel territorio della Provincia di Modena con relativo piano di assegnazione, allegato 4.

La dimensione complessiva del programma, comprensiva del progetto di iniziativa diretta della Città metropolitana di Bologna, è riportata nel seguente schema:

PTPL 2025		
PROSPETTO DI RIEPILOGO BOLOGNA		
Riepilogo Ambiti del Programma Turistico di Promozione Locale 2025	Spesa ammessa	Contributo concedibile
AMBITO 1	€ 1.085.893,31	€ 214.236,60
1.a) INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA	€ 966.993,31	€ 154.786,60 (38,70%)
- <i>IAT TRADIZIONALI</i>	€ 874.133,53	€ 108.356,71 (70%)
- <i>IAT INNOVATIVI</i>	€ 92.859,78	€ 46.429,89 (30%)
1.b) ANIMAZIONE E INTRATTENIMENTO TURISTICO	€ 118.900,00	€ 59.450,00 (14,86%)
AMBITO 2		
INIZIATIVE DI PROMOZIONE TURISTICA DI INTERESSE LOCALE	€ 460.630,88	€ 185.763,40 (46,44%)
TOTALI	€ 1.546.524,19	€ 400.000,00 (100%)
PROSPETTO DI RIEPILOGO MODENA		
AMBITO 1	€ 821.520,00	€ 116.346,83
1.a) INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA	€ 712.730,40	€ 85.913,22 (50,00%)
- <i>IAT TRADIZIONALI</i>	€ 619.810,40	€ 59.141,62 (68,84%)
- <i>IAT INNOVATIVI</i>	€ 92.920,00	€ 26.771,60 (31,16%)
1.b) ANIMAZIONE ED INTRATTENIMENTO TURISTICO	€ 108.789,60	€ 30.433,61 (17,71%)
AMBITO 2		
INIZIATIVE DI PROMOZIONE TURISTICA DI INTERESSE LOCALE	€ 199.776,82	€ 55.479,62 (32,29%)
TOTALI	€ 1.021.296,82	€ 171.826,45 (100,00%)

Tutto ciò premesso e considerato, l'importo concesso dalla Regione alla Provincia di Modena per la realizzazione del PTPL 2025 viene suddiviso, fino alla concorrenza delle risorse regionali assegnate, per € 116.346,83 con riferimento all'Ambito 1 "Servizi turistici di base dei

Comuni e delle Unioni” ed € 55.479,62 con riferimento all’Ambito 2 “Iniziative di promozione turistica d’interesse locale”, per un totale di 171.826,45.

Si dà atto che la Città Metropolitana di Bologna contestualmente il medesimo Programma con proprio atto, che sarà trasmesso, unitamente al presente atto, alla Regione Emilia-Romagna per quanto di competenza.

Si procede pertanto all’approvazione del Programma Turistico di Promozione Locale comprensivo del piano di assegnazione dei contributi di competenza della Provincia di Modena, così come licenziato dalla Cabina di Regia dal Tavolo di concertazione del Territorio Turistico Bologna-Modena (come da verbale della seduta del Tavolo di Concertazione in data 12/12/2024, acquisito al P.G. n. 43562 del 16/12/2024, e verbale della seduta della Cabina di Regia in data 12/12/2024, acquisito al P.G. n. 43560 del 16/12/2024) allegato al presente atto quale parte integrante e sostanziale del medesimo.

Si procede inoltre ad accertare le risorse corrispondenti al finanziamento regionale del PTPL 2025 di cui alla DGR. n. 2123 dell’11/11/2024, pari ad € 171.826,45, al capitolo 551 “Programma turistico di promozione locale, L.R. 4/2016” – Obiettivo Strategico 515 “Interventi per la promozione e la qualificazione turistica”, Obiettivo operativo 1853 “Promozione e valorizzazione del Territorio turistico Bologna-Modena” del PEG 2024-2026, annualità 2025.

Si procede inoltre a prenotare la somma complessiva di € 171.826,45 al capitolo 366 “Concorso per la realizzazione di iniziative di valorizzazione e di promozione turistica L.R. 4/2016 (PTPL) – Quota Regione” – Obiettivo Strategico 515 “Interventi per la promozione e la qualificazione turistica”, Obiettivo operativo 1853 “Promozione e valorizzazione del Territorio turistico Bologna-Modena” del PEG 2024-2026, annualità 2025.

All’impegno di spesa per la concessione del finanziamento agli Enti beneficiari provvederà il Dirigente del Servizio Affari generali e Polizia Provinciale a seguito dell’accettazione da parte dei singoli beneficiari dell’ammontare di cui al piano di assegnazione approvato con il presente atto.

Si dà atto che i contributi saranno liquidati a seguito di rendicontazione comprovante la realizzazione delle attività e dei progetti, secondo le modalità indicate nell’avviso pubblico

Si dà atto, inoltre, che eventuali economie saranno destinate ad assegnare o completare il contributo al progetto non completamente finanziato a causa dell’esaurimento delle risorse disponibili e solo in subordine ridistribuite tra quelli già finanziati completamente.

Si demanda agli uffici la trasmissione del presente atto ai beneficiari individuati nel piano di assegnazione con relativa richiesta di accettazione del contributo assegnato.

Si demanda altresì agli uffici la trasmissione del presente atto alla Città Metropolitana per gli adempimenti di competenza.

La responsabile del procedimento è la Dirigente del Servizio Affari Generali e Polizia Provinciale, dott.ssa Patrizia Gambarini.

Ai sensi dell’art. 13 del Regolamento europeo n. 679/2016, l’Ente Provincia di Modena, in qualità di “Titolare” del trattamento, è tenuta a fornire informazioni in merito all’utilizzo dei dati personali, consultabili nel sito internet dell’Ente:

<https://www.provincia.modena.it/servizi/urp/accessibilita-e-note-legali-del-sito/privacy/> .

Il Titolare del trattamento dei dati personali di cui alla presente Informativa è l’Ente Provincia di Modena, nella persona del Presidente della Provincia pro-tempore, con sede in Modena, Viale Martiri della libertà n. 34, CAP 41121.

L’Ente Provincia di Modena ha designato quale Responsabile della protezione dei dati la società Lepida S.c.p.A., contattabile tramite e-mail dpo-team@lepida.it oppure telefonicamente al numero 051/6338860.

L’Ente ha designato i Responsabili del trattamento nelle persone dei Direttori d’Area in cui si articola l’organizzazione provinciale, che sono preposti al trattamento dei dati contenuti nelle banche dati esistenti nelle articolazioni organizzative di loro competenza.

Il Dirigente responsabile del Servizio interessato e il Direttore Area Amministrativa hanno espresso parere favorevole rispettivamente in ordine alla regolarità tecnica e contabile in relazione al presente atto.

Per quanto precede,

IL PRESIDENTE DISPONE

- 1) di dare atto che la proposta di Programma turistico di promozione locale (PTPL) 2025 del Territorio Turistico Bologna-Modena è stata licenziata dal Tavolo di concertazione del Territorio turistico Bologna-Modena nella seduta del 12/12/2024 e dalla Cabina di Regia del Territorio turistico Bologna-Modena nella seduta del 12/12/2024, come da verbali acquisiti al P.G. n. 43562 del 16/12/2024 e n. 43560 del 16/12/2024;
- 2) di approvare il Programma Turistico di Promozione Locale (PTPL) per l'anno 2025 composto dagli elaborati allegati 1, 2, 3 e 4, parte integrante e sostanziale del presente atto, che contengono la graduatoria ed i contributi concedibili licenziati dagli organismi del Territorio turistico Bologna-Modena, nonché la descrizione dei progetti ammessi, come previsto dalla normativa regionale;
- 3) di dare atto che per le istanze di contributo con costo complessivo di progetto superiore alla valorizzazione di massima prevista la spesa ammessa ai fini della quantificazione del contributo è stata rideterminata nell'importo massimo previsto dall'Avviso, riducendo della stessa misura percentuale ciascuna voce di spesa ricompresa nel piano finanziario;
- 4) di accertare le risorse corrispondenti al finanziamento regionale del PTPL 2025 di cui alla DGR. n. 2123 dell'11/11/2024, pari ad € 171.826,45, al capitolo 551 "Programma turistico di promozione locale, L.R. 4/2016" – Obiettivo Strategico 515 "Interventi per la promozione e la qualificazione turistica", Obiettivo operativo 1853 "Promozione e valorizzazione del Territorio turistico Bologna-Modena" del PEG 2024-2026, annualità 2025;
- 5) di stabilire per la Provincia di Modena il finanziamento degli interventi del PTPL 2025 secondo le seguenti percentuali riferite alle fasce di valutazione di merito della graduatoria:
 - per i progetti di Ambito 1.a:
 - IAT TRADIZIONALI (IAT R e IAT)
 - Fascia alta 21% delle spese ammesse (contributo concedibile ridotto ai sensi della previsione dell'avviso in forza della quale il contributo per singolo ufficio IAT tradizionale non avrebbe in ogni caso potuto superare il 50% dei contributi assegnati complessivamente alla graduatoria di riferimento)
 - Fascia Media 11% delle spese ammesse
 - Fascia Bassa 5% delle spese ammesse
 - IAT INNOVATIVI (IAT Diffusi, IAT Digitali, Welcome Room)
 - Fascia alta 41% delle spese ammesse
 - Fascia media 23% delle spese ammesse
 - non ci sono progetti in fascia bassa
 - per i progetti di Ambito 1.b:
 - Fascia alta 36% delle spese ammesse
 - Fascia media 23% delle spese ammesse
 - Fascia bassa 11% delle spese ammesse
 - per i progetti di Ambito 2:
 - Fascia alta 40% delle spese ammesse

- Fascia media 28,05% delle spese ammesse
- non ci sono progetti in fascia bassa

6) di approvare il piano di assegnazione dei contributi per la Provincia di Modena di cui all'allegato 4 al presente atto quale parte integrante e sostanziale, di cui si riporta di seguito il prospetto riepilogativo:

PTPL 2025		
PROSPETTO DI RIEPILOGO MODENA		
Riepilogo Ambiti del Programma Turistico di Promozione Locale 2025	Spesa ammessa	Contributo concedibile
AMBITO 1	€ 821.520,00	€ 116.346,83
1.a) INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA	€ 712.730,40	€ 85.913,22 (50,00%)
- <i>IAT TRADIZIONALI</i>	€ 619.810,40	€ 59.141,62 (68,84%)
- <i>IAT INNOVATIVI</i>	€ 92.920,00	€ 26.771,60 (31,16%)
1.b) ANIMAZIONE ED INTRATTENIMENTO TURISTICO	€ 108.789,60	€ 30.433,61 (17,71%)
AMBITO 2		
INIZIATIVE DI PROMOZIONE TURISTICA DI INTERESSE LOCALE	€ 199.776,82	€ 55.479,62 (32,29%)
TOTALI	€ 1.021.296,82	€ 171.826,45 (100,00%)

- 7) di prenotare la somma complessiva di € 171.826,45 al capitolo 366 "Concorso per la realizzazione di iniziative di valorizzazione e di promozione turistica L.R. 4/2016 (PTPL) – Quota Regione" – Obiettivo Strategico 515 "Interventi per la promozione e la qualificazione turistica", Obiettivo operativo 1853 "Promozione e valorizzazione del Territorio turistico Bologna-Modena" del PEG 2024-2026, annualità 2025;
- 8) di dare atto che all'impegno di spesa per la concessione del finanziamento agli Enti beneficiari provvederà il Dirigente del Servizio Affari generali e Polizia Provinciale a seguito dell'accettazione da parte dei singoli beneficiari dell'ammontare di cui al piano di assegnazione approvato con il presente atto;
- 9) di dare che i contributi saranno liquidati a seguito di rendicontazione comprovante la realizzazione delle attività e dei progetti, secondo le modalità indicate nell'avviso richiamato in premessa;

- 10) che eventuali economie saranno destinate ad assegnare o completare il contributo al progetto non completamente finanziato a causa dell'esaurimento delle risorse disponibili e solo in subordine ridistribuite tra quelli già finanziati completamente;
- 11) di trasmettere il presente atto all'U.O. Contabilità economica e Organismi Partecipati e all'U.O. Bilancio e Contabilità finanziaria dell'Area Amministrativa per gli adempimenti di competenza, dando atto che lo stesso diviene esecutivo con l'apposizione del visto di regolarità contabile attestante la copertura finanziaria;
- 12) di demandare agli uffici la trasmissione del presente atto ai beneficiari individuati nel piano di assegnazione con relativa richiesta di accettazione del contributo assegnato;
- 13) di demandare agli uffici la trasmissione del presente atto alla Città Metropolitana per gli adempimenti di competenza;
- 14) di informare che contro il presente provvedimento può essere presentato ricorso giurisdizionale avanti al Tribunale Amministrativo Regionale entro 60 giorni nonché ricorso straordinario al Capo dello Stato entro 120 giorni; entrambi i termini decorrenti dalla comunicazione del presente atto all'interessato.

Il Presidente
BRAGLIA FABIO

(Sottoscritto digitalmente ai sensi
dell'art. 21 D.L.gs n 82/2005 e s.m.i.)

ELENCO MOVIMENTI PROPOSTA
PROP - 5527 / 2024

Esercizio 2024

Pagina 1 di 1

E-S	Capitolo/Art.	Imp. / Acc.	Sub-Impegno	Liquidazione	Mandato	Tipo	Importo	Descrizione
E	551 / 0	1636 / 2024				Accertamento	171.826,45	L.R. 4/2016 - PTPL 2025 - DGR 2123 DEL 11/11/2024
S	366 / 0	221 / 2025				Prenotazione	116.346,83	L.R. 4/2016 - PTPL 2025 -AMBITO 1 - DGR.n. 2123 dell'11/11/2024



Allegato 1)

**TERRITORIO TURISTICO
BOLOGNA-MODENA**

P.T.P.L. 2025

AMBITO 1

**SERVIZI TURISTICI DI BASE
DEI COMUNI E DELLE UNIONI DI COMUNI**

INDICE PROGETTI

BOLOGNA.....	4
AMBITO 1.a - Informazione e accoglienza al turista - IAT RESERVATION E IAT	4
1) Comune di Sasso Marconi - IAT R.....	4
2) Comune di Alto Reno Terme - IAT.....	8
3) Comune di Lizzano in Belvedere - IAT	13
4) Comune di Lizzano in Belvedere (fraz. Vidiciatico) – IAT VIDICIATICO	16
5) Comune di Monghidoro - IAT.....	20
6) Nuovo Circondario Imolese - IAT R.....	25
7) Comune di Dozza - IAT.....	30
8) Comune di San Giovanni in Persiceto - IAT R.....	36
9) Comune di Bologna - IAT R.....	39
AMBITO 1.a - Informazione e accoglienza al turista - IAT INNOVATIVI	42
10) Comune di Valsamoggia – IAT DIFFUSO COLLI BOLOGNESI.....	42
11) Comune di Marzabotto – WELCOME ROOM.....	46
12) Comune di Imola – WELCOME ROOM.....	49
13) Comune di Crevalcore – IAT DIFFUSO	51
AMBITO 1.b - Animazione e intrattenimento turistico – IAT RESERVATION E IAT	55
1) Comune di Sasso Marconi - IAT R.....	55
2) Comune di Alto Reno Terme - IAT.....	59
3) Nuovo Circondario Imolese – IAT R.....	62
4) Comune di Dozza – IAT.....	65
5) Comune di San Giovanni in Persiceto – IAT R.....	72
6) Comune di Bologna – IAT R.....	75
MODENA.....	80
AMBITO 1.a - Informazione e accoglienza al turista - IAT RESERVATION E IAT	80
1) Comune di Sestola - IAT	80
2) Comune di Maranello per STTI - IAT R.....	84
3) Unione Terre di Castelli - IAT.....	90
4) Comune di Carpi per Unione Terre d’Argine - IAT	97
5) Comune di Modena - IAT R.....	100
AMBITO 1.a - Informazione e accoglienza al turista - IAT INNOVATIVI	105
1) Comune di Maranello per STTI - IAT DIFFUSO.....	105
2) Unione Terre di Castelli - IAT Diffuso	109
3) Comune di Modena - WELCOME ROOM.....	117
4) Comune di Modena - IAT digitale	120

AMBITO 1.b - Animazione e intrattenimento turistico – IAT RESERVATION E IAT	122
1) Comune di Sestola - IAT	122
2) Comune di Maranello per STTI - IAT R.....	126
3) Unione Terre di Castelli - IAT.....	130
4) Comune di Modena - IAT R.....	135

BOLOGNA

AMBITO 1.a - Informazione e accoglienza al turista - IAT RESERVATION E IAT

1) Comune di Sasso Marconi - IAT R

P.G. n. 74973, 74991 del 18/11/2024

Estremi riconoscimento ufficio: Det. n. 2377 del 16/10/2023

SEDE

Via Porrettana, 314 - Sasso Marconi

RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

Lo IAT R manterrà l'ampliamento dei giorni e degli orari di apertura al pubblico in alcuni periodi con una rimodulazione in funzione della stagionalità dei flussi turistici: periodo di massima affluenza aprile-maggio e settembre-ottobre-novembre tutti i giorni 10-13 e 14:30-17:30; periodi compresi negli 8 mesi di apertura annuale marzo-giugno e dicembre dal martedì al sabato 10-13 e 14:30-17:30; altri periodi gennaio e febbraio – luglio e agosto (date indicative) 1/1-10/1 chiuso – periodo 11/1-28/2 da martedì a venerdì 10-13 – periodo 1/7-3/8 e 19/8-31/8 da martedì a sabato 10-13 e 14:30-17:30 – periodo 4/8-18/8 da martedì a venerdì 10-13.

Le attività si concentreranno nell'erogazione dei servizi e nella attività di seguito specificate:

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

Obiettivo principale, sebbene continuativo rispetto allo scorso anno, sarà quello di rafforzare le azioni di promocommercializzazione delle esperienze turistiche dell'Appennino Bolognese verificandone l'appeal e aumentando la qualità del prodotto offerto. Inoltre, al suo secondo anno da IAT R, l'Ufficio Turistico di Sasso Marconi continuerà ad effettuare attività di coordinamento con i territori per accrescere la Brand Awareness di tutto l'Appennino in coordinamento con TT.

AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2025

L'attività dello IAT R, nell'ultimo anno, è sicuramente cambiata pur mantenendo il suo obiettivo principale che resta quello di garantire ottimi standard di accoglienza ed offerta di informazioni per i turisti che arrivano o programmano di venire sul territorio. Dal 2024, l'Ufficio Turistico di Sasso Marconi è sede della redazione locale e dell'hub unico Appennino: ha quindi l'incarico di dialogare con gli uffici turistici e con tutte le amministrazioni comunali, al fine di promuovere e commercializzare al meglio l'area di tutto l'Appennino

Bolognese. Per quel che riguarda le diverse aree di intervento su cui andremo a lavorare, di seguito gli obiettivi principali e le conseguenti azioni:

- 1) Informazione e accoglienza turistica per tutto l'Appennino: lo scopo principale dell'hub unico rimane quello di fornire informazioni e accoglienza ai turisti, così come quello di supportare le Amministrazioni nella comunicazione coordinata e nella diffusione delle notizie su attività, proposte ed eventi. L'Ufficio di Sasso Marconi dovrà conoscere il territorio turistico (emergenze storico-culturali-ambientali) e gli eventi che si svolgono in tutto l'Appennino durante l'arco dell'anno per offrire al turista un quadro completo delle informazioni necessarie alla sua permanenza (comprese nozioni sulle città di Bologna e Modena) e dovrà anche informare a sua volta gli altri IAT affinché siano anch'essi preparati a rispondere a tutte le richieste. Questo può avvenire solo e unicamente attraverso un coordinamento specifico con momenti di confronto online/front e con il supporto di strumenti operativi condivisi come Asana, file excell e Slack o altri strumenti da definire e da implementare (google drive, photoshelter, sistema di newsletter interna...).
- 2) Promozione: la promozione territoriale si avvale del rinnovato portale legato alla redazione locale: <https://appenninobolognese.cittametropolitana.bo.it/it> che si propone di raccogliere, tramite gli uffici, le informazioni più importanti e utili ai fini turistici. Lo sviluppo della Redazione Locale sta diventando uno strumento fondamentale per il progetto Hub unico perché è il primo step operativo e concreto che fa capire a tutti i comuni che hanno una vetrina unica strutturata di informazioni turistiche. Come redazione l'attività è quella di mantenere aggiornato e funzionale il sito Appennino Bolognese, primo contatto tra il turista e l'area che si appresta ad esplorare. La struttura e quindi anche la visualizzazione grafica sono le stesse degli altri siti di informazione turistica (Bologna Welcome, eXtraBO, redazioni locali Imolese e Pianura), in un'ottica di uniformità territoriale e di destinazione turistica. Inoltre come redazione locale ci occupiamo di filtrare le informazioni che raccogliamo grazie a comuni e uffici turistici, sia per inserirle sul portale sia per comunicarle alle altre redazioni: quella di Bologna Welcome, quella di eXtraBO, quella di Emilia Romagna Turismo, quella di SagreFeste e quella di BolognaEstate. La promozione inoltre avviene anche tramite gli account social degli uffici turistici e portali di informazione locali attraverso un piano editoriale condiviso e ad un sistema di incontri calendarizzati che abbiamo messo a punto nel corso dei primi mesi di attività. Il nostro obiettivo è quello di portare avanti le attività e diventare il portale di riferimento riconosciuto dal territorio stesso, lavorando in un'ottica sistemica e di collaborazione.
- 3) Commercializzazione: tramite gli uffici e i siti collegati la redazione locale/hub unico (in quanto IAT R-reservation) può creare, prenotare e vendere servizi turistici. I servizi e le esperienze di maggior rilevanza verranno rese disponibili e acquistabili anche sul sito di redazione locale e su quello di eXtraBO, così come sui portali dei singoli territori attraverso un sistema di richiesta collegato allo IAT-R. Essendo quello della commercializzazione un settore completamente nuovo, nel 2024 abbiamo iniziato alcune sperimentazioni sia su richiesta sia create in collaborazione con operatori locali e per il 2025 puntiamo a definire al meglio le modalità operative e i criteri dei pacchetti affinché ci siano standard qualitativi garantiti, riconosciuti e condivisi con gli stakeholders territoriali.

Riassumendo, gli obiettivi operativi per il prossimo anno sono:

- Coordinamento tra gli operatori di tutti gli uffici turistici per uniformare il metodo di lavoro;
- Maggiore controllo e condivisione delle informazioni;
- Coinvolgimento degli operatori economici come parte integrante del sistema;
- Maggiore consapevolezza dei territori e degli operatori per creare nuovi prodotti, pacchetti ed esperienze, di conseguenza per crescere in termini commerciali;
- Crescita dell'immagine coordinata "Appennino" attraverso strumenti di comunicazione tradizionali e innovativi

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Progetto che contempla la funzione di redazione locale svolta dall'ufficio nell'ambito di ERT/SITUR

SÌ. Redazione Locale Appennino Bolognese. Le spese di Redazione Locale non verranno rendicontati in questa sede

2) Attività finalizzate al funzionamento di reti di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale

Oltre al rapporto diretto con i turisti, lo IAT R dovrà curare la relazione con il territorio stesso per ottenere le informazioni e per condividere le proprie attività di coordinamento e stimolare i comuni e gli operatori privati ad una partecipazione più attiva. Per questo motivo è importante la struttura che abbiamo impostato già dal 2024, con gli altri IAT e Welcome Room quali nostri partner di progetto per formare una vera e propria rete capillare di promo commercializzazione turistica. Così lo IAT R coordina lo IAT di Monghidoro per raccogliere e fornire informazioni anche per gli altri comuni del sub ambito (come per esempio San Lazzaro di Savena, Ozzano, Loiano...), coinvolge lo IAT Alto Reno Terme per la promozione di attività di Grizzana Morandi o Camugnano, consulta gli altri uffici turistici per diffondere eventi di interesse nazionale attraverso i loro social per amplificarne la risonanza. Tutto questo può avvenire solo attraverso un sistema di comunicazione e collaborazione interno che è organizzato con incontri sistemici in presenza per un confronto tra operatori, strumenti coordinati per tutti gli uffici (Asana per il calendario editoriale, photoshelter per la raccolta immagini, google drive per la condivisione di dati non sensibili...) e progettualità condivise sia per quanto riguarda gli obiettivi che le azioni.

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile

Accessibilità e sostenibilità sono temi da sempre vicini al modo di fare turismo del nostro Appennino, per rendere concrete le azioni, di seguito le nostre proposte:

- accessibilità: mappatura di percorsi accessibili in giornata per disabilità di diverso genere, visiva, uditiva ma anche motoria. Di conseguenza, se individuati, promozione degli itinerari ed eventuale organizzazione dei servizi (guide GAE su richiesta, eventuali strumenti come biciclette specifiche...).
- sostenibilità: ancora in attesa del responso per l'ottenimento della certificazione sostenibile GSTC per la Via degli Dei, in caso di conseguimento, tutta l'attività promozionale del territorio potrà seguire le linee guida da rispettare dettate dalla UNWTO (United Nation World Tourism Organization) che danno già un esempio chiaro e concreto di come attuare piani operativi sulle tematiche di sostenibilità che vanno dal coinvolgimento di tutti gli stakeholders dell'Appennino, all'individuazione di eventuali criticità e opportunità per il territorio stesso. Chiaramente non è replicabile una certificazione per l'Appennino ma il lungo percorso intrapreso per la Via degli Dei ci ha insegnato come procedere per ottenere degli indicatori di sostenibilità economica, ambientale e sociale che siano replicabili in qualunque contesto. Forti di questo know how acquisito, riteniamo sia indispensabile lavorare già su tematiche così strategiche per proporsi su un mercato turistico, soprattutto straniero, oggi molto più sensibile verso questi requisiti.
- innovazione: Per quel che riguarda le innovazioni tecnologiche, tutti i dipendenti saranno dotati di strumenti adeguati con l'implementazione di software e gestionali dedicati all'e-commerce dello IAT R (trekksoft) mentre per i siti web saranno incrementate le possibilità di fruizione accessibile (per esempio con l'inserimento di file audio). Saranno inoltre implementati gli archivi fotografici condivisi con Bologna Welcome (Photoshelter) e realizzati brevi video promozionali da utilizzare sui social.

4) Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO

Essere l'hub di riferimento per l'Appennino ha cambiato anche il ruolo della parte operativa e di gestione in quanto lo IAT R è diventato interlocutore di Territorio Turistico di riferimento, APT Servizi e Bologna Welcome per attività di verifica, coordinamento, controllo. Per questo motivo i momenti di condivisione sono frequenti e costanti, in particolare prevedono: la partecipazione costante al Tavolo del Turismo dell'Appennino per relazionare e relazionarsi con tutti gli altri enti (pubblici e privati) rappresentativi del territorio; la calendarizzazione di riunioni a cadenza predefinita sia con gli altri uffici turistici che con la DMO; la condivisione del percorso formativo (aperto agli operatori turistici ma anche a Città Metropolitana, cordate di eXtraBO e Bologna Welcome); il coordinamento con l'attività di eXtraBO, sia commerciale che redazionale, mediante apposite riunioni già prefissate tra Bologna Welcome, cordate e Città Metropolitana; una riunione mensile con Bologna Welcome e con le altre Redazioni Locali per una comunicazione coordinata ed allineata sulle tematiche definite dalle linee guida del Territorio Turistico; le riunioni operative e di verifica con tutte le redazioni regionali a cura di APT servizi.

5) Descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti

La professionalizzazione in ambito turistico passa dalla formazione continua e costante degli operatori. Appennino Slow, ente gestore dell'Ufficio Turistico, ha da diversi anni un piano di formazione condiviso per tutti gli Uffici di Informazione Turistica in gestione (Sasso Marconi, Alto Reno Terme, Monghidoro ed eXtraBO), quindi in ottica di una promo-commercializzazione di tutto l'Appennino e non solo del singolo comune.

I piani di formazione di Appennino Slow sono pensati sul lungo periodo e sono suddivisi per tipologia: Sicurezza sul lavoro; Territorio e accoglienza; Materie turistiche.

Sicurezza sul lavoro: Sicurezza nei luoghi di lavoro (corso base); Corso addetti antincendio; Corso primo soccorso.

Accoglienza al turista e storia del territorio: ormai da diversi anni Appennino Slow organizza corsi di approfondimento della conoscenza dei prodotti e servizi turistici dell'Appennino, di seguito il programma annuale che continua la precedente formazione. Ogni anno vengono modificati i luoghi, le escursioni e le tematiche affrontate, alcuni corsi online vengono registrati ed archiviati per essere riutilizzati.

- Lezioni di territorio (uscite in presenza per visite e incontri con operatori) – mediamente 5 uscite all'anno.
- Escursioni in ambiente con guide GAE (2 uscite all'anno) per conoscere il valore della sostenibilità e dell'inclusività (possibilità di accompagnamento con persone con disabilità visive)
- Corso in aula: l'Appennino come proposta per il mercato straniero (docente Bologna Welcome)
- Corso in aula: conoscenza del territorio regionale, intesa come approfondimento dei principali aspetti ambientali, culturali e naturalistici (docente corso di formazione Cescot Bologna)
- Corso in aula: Approfondimenti sui territori di Pianura e Imola con lezioni frontali presso eXtraBO (docenti delle società che li hanno in gestione – Sustenia, IF Imola Faenza Tourism)

Turismo: turismo significa accoglienza ed è necessaria una preparazione base su materie trasversali che sono fondamentali nella formazione anche per gli addetti al front office, ancor di più per chi segue la comunicazione (siti, social, redazione locale). Questi i corsi in materie turistiche previsti per il 2025, ogni anno le tematiche specifiche verranno cambiate ed aggiornate:

- Corso online sull'organizzazione del Territorio Turistico Bologna Modena (formazione interna)
- Marketing territoriale e gestione dei territori
- I Social come strumento necessario per lo sviluppo della comunicazione turistica: i nuovi algoritmi a cui fare attenzione
- Dalla promozione alla commercializzazione: come creare pacchetti turistici
- L'utilizzo dei giusti strumenti di e-commerce: approfondimenti di trekkssoft per l'inserimento dei pacchetti turistici sul portale Appennino Bolognese.

Sono sempre accessibili i corsi online di formazione accademica 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.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 112.248,53

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 112.248,53

PUNTEGGIO: 91

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

PIANO FINANZIARIO IAT R SASSO MARCONI - INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA AL TURISTA
--

SPESE

personale addetto al front-office e al back-office <i>nel caso di uffici gestiti in appalto potranno essere rendicontate spese di personale in pianta organica dei Comuni o delle Unioni dei Comuni beneficiari in misura non superiore al 15% dell'importo totale ammissibile di tutte le ulteriori altre spese di progetto (al netto del personale il cui costo viene rimborsato dalla Regione Emilia-Romagna, ad esempio addetti Redazione Locale) – Non indicato costo personale Redazione Locale</i>	€ 92.144,73
Spese di personale in pianta organica dei Comuni o delle Unione dei Comuni beneficiari in misura non superiore al 15% dell'importo totale ammissibile di tutte le ulteriori altre spese di progetto	€ 4.484,00
partecipazione a percorsi di aggiornamento	€ 2.000,00
attività finalizzate al funzionamento di reti di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale	€ 1.500,00
riscaldamento e pulizia locali	€ 9.500,00
utenze telefoniche ed elettriche	€ 2.350,00
assistenza tecnica (canone dominio e hosting infosasso)	€ 269,80
TOTALE	€ 112.248,53

2) Comune di Alto Reno Terme - IAT

P.G. n. 74973, 74991 del 18/11/2024

Estremi riconoscimento ufficio: Det. n. 2376 del 16/10/2023

SEDE

Piazza della Libertà n 11, Porretta Terme

RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

L'ufficio di informazione turistica del Comune di Alto Reno Terme, dal maggio 2019 è gestito da Appennino Slow, una realtà consolidata presente da oltre vent'anni sul mercato turistico e che ha come mission la valorizzazione, promozione e commercializzazione di tutto l'Appennino Bolognese. Al momento Appennino Slow coordina i punti informativi di Alto Reno Terme, Sasso Marconi, Monghidoro, Castiglione dei Pepoli e il punto informativo dell'Appennino in centro a Bologna: eXtraBO. Ciò ha permesso di migliorare la rete e

l'interazione tra gli uffici stessi dell'area metropolitana: non solo informazioni territoriali e sugli eventi, ma anche esperienze condivise e obiettivi di crescita comuni. In quest'ottica sono stati creati pacchetti turistici specifici legati agli eventi più rilevanti del territorio (Porretta Soul Festival, Porretta Prog Festival, Festival del cinema di Porretta), tour sui prodotti dell'Appennino (castagna, tortino Porretta) ed escursioni a tema (Linea Gotica, Cinetrekking: Una gita scolastica). Tale progettualità turistica è sicuramente da ripetere ed implementare, concentrandosi maggiormente sulle Terme di Porretta (di nuova gestione e in ristrutturazione) e su nuovi percorsi legati al cicloturismo, alla natura (Linea Gotica, Piccola Cassia), all'enogastronomia e wellness. 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, uffici di informazione turistica, enti pubblici e privati. Tutto ciò è stato possibile soprattutto grazie alla competenza dell'operatore di Appennino Slow che si occupa di ciò e che, valore aggiunto, fa parte anche del team operativo di eXtrabo. Infatti tutti i materiali da lui prodotti rispettano graficamente le linee guida richieste da Bologna Welcome e Città Metropolitana.

Le attività svolte all'interno dell'ufficio sono quelle tipiche del front office con supporto a 360° al visitatore per quanto riguarda la ricerca delle strutture ricettive, il territorio ad ampio raggio, le attività da poter svolgere, prenotazioni ad eventi e attività, vendita di cartine libri e gadget, offerta di materiale cartaceo che copre più territori, informazioni su trasporti e ristorazione. Le attività di back office si concentrano principalmente sulla rete di rapporti con le associazioni del territorio per la realizzazione congiunta del calendario eventi, pagamenti fatture e contabilità, svolgimento di pratiche SCIA, contatti diretti con Siae e Sportello SUAP sempre legati agli eventi, supporto agli uffici comunali per l'organizzazione di eventi e la partecipazione a bandi, creazione di pacchetti turistici, rapporti con tutti gli stakeholder locali pubblici e privati.

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

- 1) rafforzamento di una rete organica di sistema territoriale, grazie alla nuova riforma che prevede una collaborazione attiva tra i punti di informazione e lo IAT-R (in questo caso Sasso Marconi) per sviluppare attività innovative di carattere promozionale, volte a rilanciare e rafforzare l'immagine del territorio attraverso le specificità e le eccellenze;
- 2) collaborare attivamente con la Redazione Locale dell'ambito Appennino bolognese;
- 3) rispondere alle mutate e diversificate esigenze dei turisti e dei visitatori anche nell'ottica della maggiore propensione alla digitalizzazione attraverso l'uso sempre più massiccio di sponsorizzate sui social, aggiornamenti sui siti web e del totem pubblicitario;
- 4) essere di supporto per implementare efficacia, efficienza ed economicità del sistema regionale, ragionando in ottica di sistema condividendo obiettivi ed azioni con le DMO e i Tavoli turistici territoriali;
- 5) collaborare con tour operator o agenzie di viaggio in termini di promozione e valorizzazione del prodotto in coerenza con gli obiettivi del Programma di promo-commercializzazione turistica (P.P.C.T.) 2025;

aggiornamento grafico più attuale e funzionale del sito discoveraltorenoterme.it implementando le informazioni territoriali e creandone di nuove, nonché aggiornando quelle già presenti in collaborazione con tutti i comuni limitrofi sia con Iat che senza.

AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2025

Le azioni che intendiamo svolgere nel 2025 sono:

1. Creazione di una rete per offrire informazioni su tutto il territorio Appenninico: il personale degli uffici che hanno come RL lo IAT-R di Sasso Marconi devono essere preparati su un territorio più ampio per quanto riguarda i maggiori punti d'interesse, le strutture ricettive e gli eventi turistici. Occorrerà confrontarci con gli altri punti informativi creando desk e bacheche riservate ai territori circostanti negli uffici, un piano editoriale di comunicazione specifico ed allargato che abbia come punto di riferimento la Redazione Locale, drive di informazioni condivisi e scambio costante di materiale informativo anche cartaceo;

2. Organizzazione di riunioni periodiche (anche online) tra operatori per scambio di informazioni riguardanti i luoghi, i servizi, le necessità di turisti e visitatori con la presenza dello staff dell'Appennino di eXtraBO per comprendere ed analizzare le richieste del mercato di riferimento di Bologna e di conseguenza individuare strategie condivise;
3. Condivisione di un unico drive di informazioni accessibile da tutti gli uffici turistici, suddivisi per servizi, strutture ricettive e di ristorazione, produttori locali, luoghi di interesse, correlati da immagini e video (qualora disponibili) per tutta l'area appenninica;
4. Collaborazione con l'attuale gestore (Appennino Slow) nella creazione di pacchetti legati al territorio e agli eventi per incentivare il pernottamento nelle strutture ricettive della zona e portando benefici all'economia locale;
5. Individuazione di uno staff trasversale per gli uffici di Sasso Marconi, Alto Reno Terme e Monghidoro per lo studio e l'analisi di bandi per presentare progetti comuni che valorizzino l'intero territorio in termini di accessibilità, sostenibilità, innovazione;
6. Ampliamento del materiale fotografico, video e della mappatura dei luoghi dell'Appennino sul sito discoveraltorenoterme.it come già iniziato nell'anno precedente, oltre a cambiamenti grafici e collegamenti funzionali all'interno del portale per renderlo più funzionale e accessibile anche da mobile;

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Progetto che contempla la funzione di redazione locale svolta dall'ufficio nell'ambito di ERT/SITUR

NO (corretto d'ufficio). Afferisce a RL Appennino Bolognese.

2) Attività finalizzate al funzionamento di reti di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale

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

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

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

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile

- apportare alcune accortezze tecnico-informatiche in modo che i nostri siti web siano senza barriere, accessibili quindi anche a non vedenti o ipovedenti con l'ausilio della strumentazione giusta;
- sensibilizzare con incontri albergatori e operatori del tessuto commerciale sul tema dell'accessibilità e inclusione dei servizi turistici, non solo per disabili, ma ampliando l'offerta per quelle minoranze che non trovano riscontro sul territorio (celiaci, vegani, vegetariani, comunità LGBTQ+ e altre) vedendola come un'opportunità anche commerciale, non solo a carattere etico.

Sostenibilità:

- prosecuzione del progetto di sostenibilità ambientale e sicurezza "In Appennino si può" nato nel 2020 con promozione sui social e sensibilizzazione del turista;
- produrre un minor quantitativo di stampe cartacee in ufficio, prediligendo una promozione social e web al fine di limitare l'utilizzo di carta;

Innovazione:

- il nuovo gestore dell'ufficio IAT ha in progetto di acquistare nuovi pc e database esterni in cloud in modo da conservare e rendere fruibile a tutti gli operatori le informazioni raccolte dai singoli uffici e dalla Redazione Locale;
- verrà installato all'interno dell'ufficio IAT un monitor espositivo dove esporre a rotazione video promozionali e informativi sul territorio;

4) Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO

- Partecipazione ai tavoli di concertazione, ai tavoli territoriali metropolitani (Appennino) e ad alcune progettualità condivise;
- Condivisione materiale fotografico e video promozionale ricavato direttamente da escursioni sul territorio, anche utilizzando la GoPro o collaborando con Associazioni del terzo settore;
- Invio di materiale cartaceo su richiesta degli operatori;
- Collaborazione con le DMO cercando di rispondere tempestivamente ad ogni richiesta di informazioni e materiali al fine di promuovere globalmente il prodotto Appennino.

5) Descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti

La professionalizzazione in ambito turistico passa dalla formazione continua e costante degli operatori. Appennino Slow, ente gestore dell'Ufficio Turistico, ha da diversi anni un piano di formazione condiviso per tutti gli Uffici di Informazione Turistica in gestione (Sasso Marconi, Alto Reno Terme, Monghidoro ed eXtraBO), quindi in ottica di una promo-commercializzazione di tutto l'Appennino e non solo del singolo comune.

I piani di formazione di Appennino Slow sono pensati sul lungo periodo e sono suddivisi per tipologia: Sicurezza sul lavoro; Territorio e accoglienza; Materie turistiche.

1) Sicurezza sul lavoro

- Sicurezza nei luoghi di lavoro (corso base)
- Corso addetti antincendio
- Corso primo soccorso

2) Accoglienza al turista e storia del territorio

Ormai da diversi anni Appennino Slow organizza corsi di approfondimento della conoscenza dei prodotti e servizi turistici dell'Appennino, di seguito il programma annuale che continua la precedente formazione. Ogni

anno vengono modificati i luoghi, le escursioni e le tematiche affrontate, alcuni corsi online vengono registrati ed archiviati per essere riutilizzati.

- Lezioni di territorio (uscite in presenza per visite e incontri con operatori) – mediamente 5 uscite all’anno.
- Escursioni in ambiente con guide GAE (2 uscite all’anno) per conoscere il valore della sostenibilità e dell’inclusività (possibilità di accompagnamento con persone con disabilità visive)
- Corso in aula: l’Appennino come proposta per il mercato straniero (docente Bologna Welcome)
- Corso in aula: conoscenza del territorio regionale, intesa come approfondimento dei principali aspetti ambientali, culturali e naturalistici (docente corso di formazione Cescot Bologna)
- Corso in aula: Approfondimenti sui territori di Pianura e Imola con lezioni frontali presso eXtraBO (docenti delle società che li hanno in gestione – Sustenia, IF Imola Faenza Tourism)

3) Turismo

Turismo significa accoglienza ed è necessaria una preparazione base su materie trasversali che sono fondamentali nella formazione anche per gli addetti al front office, ancor di più per chi segue la comunicazione (siti, social, redazione locale).

Questi i corsi in materie turistiche previsti per il 2025, ogni anno le tematiche specifiche verranno cambiate ed aggiornate:

- Corso online sull’organizzazione del Territorio Turistico Bologna Modena (formazione interna);
- Marketing territoriale e gestione dei territori;
- I Social come strumento necessario per lo sviluppo della comunicazione turistica: i nuovi algoritmi a cui fare attenzione;
- Dalla promozione alla commercializzazione: come creare pacchetti turistici;
- L’utilizzo dei giusti strumenti di e-commerce: approfondimenti di treksoft per l’inserimento dei pacchetti turistici sul portale Appennino Bolognese.

Sono sempre accessibili i corsi online di formazione accademica 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.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 82.685,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 82.685,00

PUNTEGGIO: 67

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

PIANO FINANZIARIO

IAT ALTO RENO TERME - INFORMAZIONE ED ACCOGLIENZA AL TURISTA

SPESE

personale addetto al front-office e al back-office <i>nel caso di uffici gestiti in appalto potranno essere rendicontate spese di personale in pianta organica dei Comuni o delle Unioni dei Comuni beneficiari in misura non superiore al 15% dell’importo totale ammissibile di tutte le ulteriori altre spese di progetto pari a 71.900,00 (al netto del personale il cui costo viene rimborsato dalla Regione Emilia-Romagna, ad esempio addetti Redazione Locale)</i>	€ 56.000,00
	€ 10.785,00 (personale comunale)
partecipazione a percorsi di aggiornamento	€ 3.500,00

attività finalizzate al funzionamento di reti di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale	€ 1.500,00
riscaldamento e pulizia locali	€ 3.500,00
utenze telefoniche ed elettriche	€ 3.000,00
assistenza tecnica	€ 2.000,00
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali cartacei	€ 1.900,00
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali in formato elettronico	€ 500,00
TOTALE	€ 82.685,00

3) Comune di Lizzano in Belvedere - IAT

P.G. n. 74864, 74973, 74991, 75121 del 18/11/2024

P.G. n. 79650 del 04/12/2024

Estremi riconoscimento ufficio: Det. n.2373 del 16/10/2023 e Det. n.1037 del 27/05/2024

SEDE

Piazza G. Marconi n.6, Lizzano in Belvedere

RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

In considerazione dell'aumento della domanda turistica e al fine di integrare la destagionalizzazione delle presenze, si è pensato di attuare per il 2025 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 2024 sono diventate operative azioni che offrono nuove modalità di accoglienza e di risposta al turista, in coerenza con gli obiettivi del Programma di promo-commercializzazione turistica (P.P.C.T) 2025.

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

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

Prossimità: risulta strategico portare l'offerta vicino a dove il turista effettivamente si trova. In tal senso, i servizi devono andare verso il turista ed essere a disposizione in prossimità delle aree di maggior affluenza. È per questo che anche per il 2025 prevediamo di confermare la convenzione con l'associazione di promozione sociale SALUTE, BENESSERE, TURISMO E ALIMENTAZIONE dell'Outdoor Green Point km0, in località

Laghetto del Cavone al Corno Alle Scale. Il Comune di Lizzano metter  a disposizione dell'associazione la Baita Aquadela e l'associazione si impegner  nella realizzazione di eventi di intrattenimento, escursioni guidate, servizi di informazione, accoglienza e animazione, noleggio E-bike con guida e alla diffusione del materiale cartaceo di promozione, attraverso azioni condivise in sinergia con gli Iat di Lizzano in Belvedere e Vidiciatico.

AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2025

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

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

- 1) **Progetto che contempla la funzione di redazione locale svolta dall'ufficio nell'ambito di ERT/SITUR**

NO (corretto d'ufficio). Afferisce alla Redazione Locale Appennino Bolognese.

2) Attività finalizzate al funzionamento di reti di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale

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

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

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile

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

4) Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO

Collaborazione per la realizzazione di materiale cartaceo promozionale in sintonia con le grafiche già realizzate per le altre destinazioni; collaborazione nel lancio, promozione e valorizzazione della Linea Gotica; collaborazione con il Comune di Lizzano in Belvedere, Comune di Alto Reno Terme, Città metropolitana, Bologna Welcome per la realizzazione e promozione degli eventi turistici/culturali del 2025 (PTPTL ambito 2 e convenzione con Bologna Welcome).

5) Descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti

Per l'anno 2025, il personale dello IAT di Lizzano in Belvedere è stato invitato da Appennino Slow (quale gestore dello IAT R) alla partecipazione ad alcuni corsi di formazione, in particolare:

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

- Lezioni di territorio (3 uscite)
- Escursioni in ambiente (2 uscite) per conoscere il valore della sostenibilità e dell'inclusività (possibilità di un'uscita di accompagnamento con persone con disabilità visive)
- L'Appennino come proposta per il mercato straniero
- Dalla promozione alla commercializzazione: come creare pacchetti turistici

Corsi in materie turistiche:

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

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

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

TOTALE SPESE PREVISTE: € 42.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 42.000,00

PUNTEGGIO: 60

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

PIANO FINANZIARIO

IAT LIZZANO IN BELVEDERE - INFORMAZIONE ED ACCOGLIENZA AL TURISTA

SPESE

personale addetto al front-office e al back-office <i>nel caso di uffici gestiti in appalto potranno essere rendicontate spese di personale in pianta organica dei Comuni o delle Unioni dei Comuni beneficiari in misura non superiore al 15% dell'importo totale ammissibile di tutte le ulteriori altre spese di progetto (al netto del personale il cui costo viene rimborsato dalla Regione Emilia-Romagna, ad esempio addetti Redazione Locale)</i>	€ 29.400,00
partecipazione a percorsi di aggiornamento	€ 1.000,00
riscaldamento e pulizia locali	€ 4.000,00
spese postali	€ 100,00
utenze telefoniche ed elettriche	€ 1.500,00
assistenza tecnica	€ 1.000,00
abbonamenti a piattaforme multimediali per la promozione turistica e a uno o più quotidiani contenenti le edizioni locali	€ 500,00
rafforzamento e miglioria del sistema di informazione e accoglienza turistica in ottica 4.0: noleggio attrezzature e acquisto abbonamenti, ad esempio abbonamenti ad applicazioni multimediali, noleggio attrezzature per realtà aumentata e videoproiezione	€ 500,00
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali cartacei	€ 3.000,00
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali in formato elettronico	€ 1.000,00
TOTALE	€ 42.000,00

4) Comune di Lizzano in Belvedere (fraz. Vidiciatico) – IAT VIDICIATICO

P.G. n. 74868, 74973, 74991, 75125 del 18/11/2024

Estremi riconoscimento ufficio: Det. n.2378 del 16/10/2023 e Det. n.1036 del 27/05/2024

SEDE

Via Marconi nr.31 – Fraz. Vidiciatico, Lizzano in Belvedere

RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

In considerazione dell'aumento della domanda turistica e al fine di integrare la destagionalizzazione delle presenze, si è pensato di attuare per il 2025 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 2024 sono diventate operative azioni che offrono nuove modalità di accoglienza e di risposta al turista, in coerenza con gli obiettivi del Programma di promo-commercializzazione turistica (P.P.C.T) 2025.

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

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

Prossimità: risulta strategico portare l'offerta vicino a dove il turista effettivamente si trova. In tal senso, i servizi devono andare verso il turista ed essere a disposizione in prossimità delle aree di maggior affluenza. È per questo che anche per il 2025 prevediamo di confermare la convenzione con l'associazione di promozione sociale SALUTE, BENESSERE, TURISMO E ALIMENTAZIONE dell'Outdoor Green Point km0, in località Laghetto del Cavone al Corno Alle Scale. Il Comune di Lizzano metterà a disposizione dell'associazione la Baita Aquadela e l'associazione si impegnerà nella realizzazione di eventi di intrattenimento, escursioni guidate, servizi di informazione, accoglienza e animazione, noleggio E-bike con guida e alla diffusione del materiale cartaceo di promozione, attraverso azioni condivise in sinergia con gli Iat di Lizzano in Belvedere e Vidiciatico.

AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2025

- Attività di marketing territoriale in accordo con gli assessori competenti per definire progetti, programmi e strategie finalizzati alla promozione turistica del territorio. Studio, aggiornamento ed implementazione delle informazioni sul prodotto turistico "Linea Gotica"; aggiornamento ed implementazione del sito www.cornoallescalle.net, delle pagine Facebook, Instagram e TikTok "Visit Corno alle Scale".
- Coordinamento delle realtà turistiche e associative del territorio per la creazione e pubblicazione del calendario annuale degli eventi, escursioni guidate con percorsi naturalistici e itinerari storico-artistici legati al territorio dell'alta valle del Reno.
- Organizzazione di "Tartufesta", dei Pali di "Giughence La Campana" e "Lizzan Matto" in collaborazione con le Proloco Locali.
- Elaborazione di proposte di itinerari nell'ambito della promozione dei prodotti turistici di punta del territorio: Linea Gotica, Terapia Forestale, Cicloturismo, Enogastronomia.
- Diffusione di pubblicazioni e libri dedicati al territorio di del Corno Alle Scale, con distribuzione gratuita del materiale di promozione turistica locale, metropolitana e regionale, e promozione e informazioni sugli spettacoli delle stagioni teatrali e cinematografiche del Cinema La pergola.
- Promozione della Stazione Sciistica del Corno Alle Scale e collaborazione nella gestione delle scuole di sci e delle competizioni nazionali.
- Gli Uffici Iat si occupano inoltre delle prenotazioni delle strutture sportive, del rilascio tessere raccolta funghi e frutti del sottobosco e più in particolare di raccolta iscrizioni per la partecipazione eventi, mercati e sagre: verifica sulla disponibilità delle strutture ricettive del catalogo provinciale tramite segnalazione e strumenti informativi gratuiti (consultazione di siti internet collegati al sistema informativo per il turista) e della verifica gratuita delle disponibilità di appartamenti in affitto, di agenzie e affittacamere; vendite di guide, carte turistiche, pubblicazioni e libri storici, manifesti, cassette

audiovideo, cd-rom e gadget di interesse per il turista; informazioni sul servizio guide e accompagnamento turistico per visite trekking, monumenti, noleggi MTB E BIKE e descrizione risorse e itinerari; delle attività standard di Redazione “Data base turismo” (ricerca, trattamento stesura schede informative, aggiornamento e manutenzione sistema) sulle risorse locali; redazione di documenti e comunicati stampa, suggerimenti e collaborazione con eventuali società specializzate per la realizzazione di opuscoli e guide di informazione locale; della creazione e aggiornamento di mailing list degli operatori locali, contatti esterni, enti, ecc. (con criteri informatizzati con protocolli standard e archivio storico) per gestione mirata della corrispondenza e accordi di collaborazione (direct-marketing); della gestione archivio reclami e raccolta suggerimenti, segnalazioni, critiche degli utenti al sistema turistico locale; del supporto nell’ideazione, organizzazione, promozione di iniziative ed eventi locali (animazione locale), calendario eventi, programmi di visite, mostre, concorsi, itinerari a tema, ecc.; Supporto e collaborazione per realizzazione materiali di documentazione e gadget (monografie e guide, gestione archivi fotografici, documentazione storica e tradizioni locali, merchandising).

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Progetto che contempla la funzione di redazione locale svolta dall’ufficio nell’ambito di ERT/SITUR

NO (corretto d’ufficio). Afferisce alla Redazione Locale Appennino Bolognese.

2) Attività finalizzate al funzionamento di reti di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale

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

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

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l’evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile

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

4) Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO

Collaborazione per la realizzazione di materiale cartaceo promozionale in sintonia con le grafiche già realizzate per le altre destinazioni; collaborazione nel lancio, promozione e valorizzazione della Linea Gotica; collaborazione con il Comune di Lizzano in Belvedere, Comune di Alto Reno Terme, Città metropolitana, Bologna Welcome per la realizzazione e promozione degli eventi turistici/culturali del 2025 (PTPL ambito 2 e convenzione con Bologna Welcome).

5) Descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti

Per l'anno 2025, il personale dello IAT di Lizzano in Belvedere è stato invitato da Appennino Slow (quale gestore dello IAT R) alla partecipazione ad alcuni corsi di formazione, in particolare:

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

- Lezioni di territorio (3 uscite)
- Escursioni in ambiente (2 uscite) per conoscere il valore della sostenibilità e dell'inclusività (possibilità di un'uscita di accompagnamento con persone con disabilità visive)
- L'Appennino come proposta per il mercato straniero
- Dalla promozione alla commercializzazione: come creare pacchetti turistici

Corsi in materie turistiche:

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

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

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

TOTALE SPESE PREVISTE: € 41.100,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 41.100,00

PUNTEGGIO: 60

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

<p>PIANO FINANZIARIO</p> <p>IAT LIZZANO IN BELVEDERE fraz. VIDICIATICO - INFORMAZIONE ED ACCOGLIENZA AL TURISTA</p>

SPESE

personale addetto al front-office e al back-office <i>nel caso di uffici gestiti in appalto potranno essere rendicontate spese di personale in pianta organica dei Comuni o delle Unioni dei Comuni beneficiari in misura non superiore al 15% dell'importo totale ammissibile di tutte le ulteriori altre spese di progetto (al netto del personale il cui costo viene rimborsato dalla Regione Emilia-Romagna, ad esempio addetti Redazione Locale)</i>	€ 29.400,00
partecipazione a percorsi di aggiornamento	€ 1.000,00
spese di locazione (costo effettivo e non figurativo)	€ 2.400,00
riscaldamento e pulizia locali	€ 3.200,00
spese postali	€ 100,00
utenze telefoniche ed elettriche	€ 1.500,00
assistenza tecnica	€ 1.000,00
abbonamenti a piattaforme multimediali per la promozione turistica e a uno o più quotidiani contenenti le edizioni locali	€ 500,00
rafforzamento e miglioria del sistema di informazione e accoglienza turistica in ottica 4.0: noleggio attrezzature e acquisto abbonamenti, ad esempio	€ 500,00

abbonamenti ad applicazioni multimediali, noleggio attrezzature per realtà aumentata e videoproiezione	
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali cartacei	€ 1.000,00
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali in formato elettronico	€ 500,00
TOTALE	€ 41.100,00

5) Comune di Monghidoro - IAT

P.G. n. 74973, 74991 del 18/11/2024

Estremi riconoscimento ufficio: Det. n. 2372 del 16/10/2023

SEDE

Via G. Matteotti, 1, Monghidoro

RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

Il 2024 è stato un anno di test e sperimentazioni, l'entrata in vigore delle nuove normative e la partenza dell'Hub Unico ci ha permesso di condividere molte relazioni con gli altri uffici. Diciamo che questo primo anno è andato bene, avevamo già una rete prima, ma ora il concetto è stato maggiormente rafforzato.

Appennino Slow ha la gestione di alcuni uffici di informazione in Appennino, ma soprattutto il fatto di seguire come Hub Unico il portale Appennino Bolognese e le pagine dedicate agli eventi quali "Bologna Estate", "Sagre e feste" ha dato una maggiore visibilità a tutti eventi organizzati in Appennino. In questi casi il ruolo dell'ufficio Iat di Monghidoro è stato importante in quanto ha coordinato tutti gli eventi della fascia alta del territorio (Comuni di BOM) ma anche quelli della Valle Idice e Savena.

Il coordinamento svolto dell'hub unico ha funzionato molto bene, non solo per la condivisione di eventi, ma anche per lo scambio di informazioni a livello turistico e non meno importante anche un valido supporto per la richiesta informazioni su altri territori da parte dei turisti.

La stagione 2024 è stata una stagione eccezionale, un po' grazie al lavoro capillare sull'attività di promozione e informazione, ma ha aiutato molto anche il grande caldo che c'è stato nei mesi di luglio e agosto che hanno portato in appennino, soprattutto nella parte alta, un gran numero di cittadini in cerca di un luogo fresco. Crediamo anche che il lavoro fatto dopo il covid, di far conoscere il nostro appennino stia portando i suoi frutti e per tanti è diventata una destinazione minore. Questo ha fatto sì che gli eventi fossero molto affollati, come lo sono state le strutture ricettive e di ristorazione. Insomma una stagione molto positiva.

ORARI DI APERTURA

Come orari di apertura per il 2025 riconfermiamo quelli del 2024 e che sono.

Periodo di massima apertura

Mesi di maggio, giugno, luglio, agosto, settembre

Aperto 6 giorni su sette, Chiuso il lunedì

Orari 9,30 - 12,30 e 15,00 - 18,00

Periodo intermedio

Mese di aprile

Aperto 4 giorni (giovedì, venerdì, sabato e domenica)

Giovedì 9,30 - 12,30

Venerdì 9,30 - 12,30

Sabato 9,30 - 12,30 e 15,00 - 18,00

Domenica 9,30 12,30

Mese di ottobre e dicembre

Aperto 3 giorni

Giovedì 9,30 - 12,30

Venerdì 9,30 - 12,30

Sabato 9,30 - 12,30 e 15,00 - 18,00

Periodo di bassa stagione

Nei mesi di novembre, gennaio, febbraio, marzo l'ufficio resta aperto nei giorni di giovedì e sabato dalle ore 9.30 alle 12.30 e si garantisce l'apertura in occasione delle manifestazioni oltre a quanto indicato.

Per esempio:

1° novembre -Tartufesta, Eventi di Natale, Festa del Maiale e altre...

Questi orari sono conformi alle normative vigenti e in base alla "sperimentazione" del 2024 riteniamo che sia corretti ed in grado di soddisfare le richieste dell'utenza.

Gli obiettivi di miglioramento che abbiamo definito per 2025 sono:

- Una ulteriore collaborazione con le associazioni del territorio per la creazione di un calendario eventi di qualità ed evitare possibilmente sovrapposizioni come già fatto nel 2024. Il confronto attraverso la redazione locale ci permette anche di evitare per quanto possibili sovrapposizioni di eventi con i comuni limitrofi.
- Destagionalizzare delle attività evitando di concentrare tutte le iniziative nei mesi di luglio e agosto con l'obiettivo di aumentare le presenze in bassa stagione
- Costante contatto con le strutture ricettive per avere aggiornamenti sulla loro disponibilità per offrire un servizio migliore a chi ne fa richiesta.
- Intensificare i rapporti con il Territorio Turistico Bologna - Modena e soprattutto con la DMO di Bologna Welcome per accrescere le collaborazioni con l'ufficio Info di Bologna e soprattutto di eXtraBO condividendo obiettivi ed azioni in linea con il piano triennale e il PPCT del Territorio Turistico.
- Inoltre opereremo per divulgare i prodotti turistici del territorio e gli eventi organizzati da eXtraBO nello specifico: I Cammini, con la Via degli Dei, la Via Mater Dei, la Flaminia Minor e la Via del Fantini, Alta Via dei Parchi, Bologna Montana Art Trail che attraversano i comuni di BOM; Natura e Benessere, valorizzando le nostre aree verdi e i progetti legati al turismo slow (Bike area di Bomba); Special Interest - Musica, con la valorizzazione dei Concerti de la Cisterna Food & Wine, con la promozione dei nostri prodotti De.Co. in particolare con lo zucchero montanaro di Monghidoro anche attraverso le degustazioni nelle passeggiate "I Tour del Gusto".

AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2025

SERVIZI STANDAD

L'ufficio offrirà i suoi tradizionali servizi:

- informazioni turistiche del comune e di tutti i comuni partner nell'area di BOM oltre a Ozzano Emilia e San Lazzaro di Savena e Pianoro di fatto comprendendo tutto il territorio dell'Unione Comuni Valli Savena Idice.
- Oltre alle informazioni turistiche di front office cureremo i social e la newsletter di BOM (Bologna Montana). Inoltre nel sito di BOM si potranno trovare l'elenco delle strutture ricettive, informazioni sulle eccellenze turistiche del territorio, informazioni sui percorsi e sentieri del territorio, sugli eventi. Il sito di BOM di fatto è diventato il portale turistico dei comuni aderenti.

Oltre alle normali attività dell'ufficio informazioni sopra descritte per il 2025 proponiamo le seguenti iniziative:

- Maggiore attività con l'ampliamento del Piano editoriale per tutti i social di BOM in quanto comprendono 6 comuni del territorio appenninico. Ulteriore sviluppo la newsletter cercando di incrementare il numero degli iscritti.
- Ulteriore sviluppo delle attività promozionali con i comuni di San Lazzaro di Savena e quello di Ozzano Emilia, ma anche con gli altri comuni del Unione Savena Idice, in sintonia con il progetto BOM che già valorizza i comuni della parte alta.

- In collaborazione con l'Hub unico e visto che la nuova normativa che lo consente, attiveremo maggiori collaborazioni con il Tour Operator di Appennino Slow e eXtraBO per la costruzione condivisa di proposte e pacchetti turistici sul nostro territorio.
- Commercializzazione e vendita di proposte e pacchetti utilizzando lo IAT R di Sasso Marconi

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Progetto che contempla la funzione di redazione locale svolta dall'ufficio nell'ambito di ERT/SITUR

NO (corretto d'ufficio). Afferisce alla Redazione Locale Appennino Bolognese.

La redazione locale dello IAT R di Sasso Marconi si è perfettamente integrata con Emilia Romagna Turismo nel senso che seguono gli aggiornamenti periodici del sito, segnalazione eventi, aggiornamento sezione download, redazione di itinerari, revisione dei contenuti già presenti da appennino bolognese c'è la possibilità di inviare direttamente alcuni contenuti, per esempio gli La redazione locale poi partecipa alle riunioni e formazione che vengono proposte.

Il ruolo dell'Ufficio IAT di Monghidoro è quello di fornire informazioni sugli eventi e le attività del territorio in uno scambio bidirezionale con la redazione e Emilia Romagna Turismo/Situr.

2) Attività finalizzate al funzionamento di reti territoriali/virtuali di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale

Come già detto il 2024 è stato un po' l'anno zero dall'entrata in vigore della normativa sugli uffici informativi e direi che è stato molto positivo. L'obiettivo per i prossimi anni sarà quello di finalizzare ed incrementare il funzionamento della rete creata con una particolare attenzione alla sovracomunalità delle informazioni. La vision deve essere quella di un Appennino visto come una destinazione unica e questo si ottiene con la condivisione delle informazioni tra i vari uffici e la diffusione attraverso i social anche di eventi di altri uffici Info/Comuni Per il 2025 si pensava di utilizzare un gruppo whatsapp business con dentro i vari referenti degli uffici per avere una condivisione immediata delle varie informazioni ed eventi. Inoltre abbiamo lavorato per l'individuazione di un programma di formazione condiviso tra tutti gli uffici come meglio dettagliato nel punto dedicato a questo. Aderiremo alle riunioni che le referenti della redazione locale e dell'Hub unico vorranno organizzare sulle varie tematiche apportando il nostro contributo. Questa operazione è al momento facilitata dal fatto di avere un gestore unico sia per l'ufficio di Monghidoro che per l'HUB unico di Sasso Marconi.

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile

Accessibilità

Su questo tema per il 2025 vorremmo effettuare un censimento per verificare presso le strutture ricettive e ristorative nei comuni di riferimento il livello di accessibilità esiste al fine di fornire un elenco aggiornato a disposizione di tutti. Metteremo l'elenco sul portale di BOM dedicando una pagina al tema. Inoltre aumenteremo la collaborazione con Bologna Montana Bike Area che sono operativi in collaborazione con l'associazione Silvia Parente per proporre tour in bici con tandem per persone con disabilità visiva o altro.

Sostenibilità

Appennino Slow ha lavorato per avere una delle principali certificazioni sulla sostenibilità della Via degli Dei. La certificazione GSCT sarà un importante riconoscimento che coinvolge il territorio attraversato dal cammino ed in particolare due comuni dell'area BOM che seguiamo quali Monzuno e San Benedetto Val di Sambro. Il tema della sostenibilità trova da parte dei turisti soprattutto stranieri una grande attenzione e spesso scelgono la destinazione delle loro vacanze proprio se il territorio dispone di certificazioni ambientali e di sostenibilità. Il fatto di essere direttamente all'interno del progetto ci darà la possibilità di utilizzare qualche buona prassi su tutto il territorio seguito dallo IAT di Monghidoro.

Innovazione

L'ufficio sarà dotato di tutti gli strumenti adeguati a svolgere la propria attività sia per la parte hardware che per la parte software con l'utilizzo di gestionali condivisi con lo IAT R e la Fondazione Bologna Welcome. Implementazione dell'archivio fotografico condiviso con l'Hub Unico di Sasso Marconi

4) Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO

Nel corso del 2025 verranno implementate tutte quelle azioni già iniziate nel 2024 ma che devono essere proseguite anche per il prossimo anno. In particolare lavoreremo in rete su queste attività:

- Riunioni cadenzate con l'Hub Unico e la DMO
- Coordinamento con le attività di eXtraBO sia per la parte promozione e redazionale che per la parte commerciale
- Calendarizzazione delle riunioni con gli altri uffici turistici dell'Appennino
- Condivisione del programma formativo come meglio sopra descritto
- Condivisione del Piano Editoriale per l'uscita dei post sui social dei principali eventi dell'Appennino

5) Descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti

La professionalizzazione in ambito turistico passa dalla formazione continua e costante degli operatori. Appennino Slow, ente gestore dell'Ufficio Turistico, ha da diversi anni un piano di formazione condiviso per tutti gli Uffici di Informazione Turistica in gestione (Sasso Marconi, Alto Reno Terme, Monghidoro ed eXtraBO), quindi in ottica di una promo-commercializzazione di tutto l'Appennino e non solo del singolo comune.

I piani di formazione di Appennino Slow sono pensati sul lungo periodo e sono suddivisi per tipologia:

- Sicurezza sul lavoro
- Territorio e accoglienza
- Materie turistiche

1) Sicurezza sul lavoro

Sicurezza nei luoghi di lavoro (corso base)

Corso addetti antincendio

Corso primo soccorso

2) Accoglienza al turista e storia del territorio

Ormai da diversi anni Appennino Slow organizza corsi di approfondimento della conoscenza dei prodotti e servizi turistici dell'Appennino, di seguito il programma annuale che continua la precedente formazione.

Ogni anno vengono modificati i luoghi, le escursioni e le tematiche affrontate, alcuni corsi online vengono registrati ed archiviati per essere riutilizzati.

- Lezioni di territorio (uscite in presenza per visite e incontri con operatori) – mediamente 5 uscite all'anno.
- Escursioni in ambiente con guide GAE (2 uscite all'anno) per conoscere il valore della sostenibilità e dell'inclusività (possibilità di accompagnamento con persone con disabilità visive)
- Corso in aula: l'Appennino come proposta per il mercato straniero (docente Bologna Welcome)
- Corso in aula: conoscenza del territorio regionale, intesa come approfondimento dei principali aspetti ambientali, culturali e naturalistici (docente corso di formazione Cescot Bologna)
- Corso in aula: Approfondimenti sui territori di Pianura e Imola con lezioni frontali presso eXtraBO (docenti delle società che li hanno in gestione - Sustenia, IF Imola Faenza Tourism)

3) Turismo

Turismo significa accoglienza ed è necessaria una preparazione base su materie trasversali che sono fondamentali nella formazione anche per gli addetti al front office, ancor di più per chi segue la comunicazione (siti, social, redazione locale).

Questi i corsi in materie turistiche previsti per il 2025, ogni anno le tematiche specifiche verranno cambiate ed aggiornate:

- Corso online sull'organizzazione del Territorio Turistico Bologna Modena (formazione interna)
- Marketing territoriale e gestione dei territori
- I Social come strumento necessario per lo sviluppo della comunicazione turistica: i nuovi algoritmi a cui fare attenzione
- Dalla promozione alla commercializzazione: come creare pacchetti turistici
- L'utilizzo dei giusti strumenti di e-commerce: approfondimenti di treksoft per l'inserimento dei pacchetti turistici sul portale Appennino Bolognese.

Sono sempre accessibili i corsi online di formazione accademica 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.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 79.800,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 79.800,00

PUNTEGGIO: 69

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

PIANO FINANZIARIO

IAT MONGHIDORO - INFORMAZIONE ED ACCOGLIENZA AL TURISTA

SPESE

personale addetto al front-office e al back-office <i>nel caso di uffici gestiti in appalto potranno essere rendicontate spese di personale in pianta organica dei Comuni o delle Unioni dei Comuni beneficiari in misura non superiore al 15% dell'importo totale ammissibile di tutte le ulteriori altre spese di progetto (al netto del personale il cui costo viene rimborsato dalla Regione Emilia-Romagna, ad esempio addetti Redazione Locale)</i>	€ 55.000,00
partecipazione a percorsi di aggiornamento	€ 5.000,00
attività finalizzate al funzionamento di reti di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale	€ 1.000,00
riscaldamento e pulizia locali	€ 8.500,00
spese postali	€ 1.500,00
utenze telefoniche ed elettriche	€ 3.000,00
assistenza tecnica	€ 800,00
abbonamenti a piattaforme multimediali per la promozione turistica e a uno o più quotidiani contenenti le edizioni locali	€ 500,00
rafforzamento e miglioria del sistema di informazione e accoglienza turistica in ottica 4.0: noleggio attrezzature e acquisto abbonamenti, ad esempio	€ 3.000,00

abbonamenti ad applicazioni multimediali, noleggio attrezzature per realtà aumentata e videoproiezione	
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali cartacei	€ 1.500,00
TOTALE	€ 79.800,00

6) Nuovo Circondario Imolese - IAT R

P.G. n. 75146 del 18/11/2024

Estremi riconoscimento ufficio: Det n. 2384 del 17/10/2023

SEDE

Piazza Ayrton Senna da Silva, 2 – Autodromo Internazionale Enzo e Dino Ferrari - Imola

RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

Dal 2024, a seguito di riconoscimento, il Nuovo Circondario Imolese è titolare di un ufficio IAT-R, tipologia precedentemente non presente sull'area imolese, situato presso l'Autodromo Internazionale Enzo e Dino Ferrari di Imola. La location, che rispetta i requisiti di localizzazione previsti dalla nuova regolamentazione trovandosi presso uno dei principali attrattori turistici del territorio, corrisponde inoltre alla sede di IF – Imola Faenza Tourism Company, soggetto a cui è affidata la gestione dello IAT-R e la realizzazione di azioni di promo-commercializzazione dell'area imolese. La scelta è coerente con l'obiettivo di sfruttare l'attrattività della struttura, che genera, a seguito dei grandi eventi, una media annua di circa 300.000 visitatori, facendola diventare un hub di riferimento per la promozione turistica generale, snodo di ogni visita nel territorio. Lo IAT-R è, pertanto, a disposizione dei Comuni, quale vetrina promozionale per ampliarne la visibilità tramite la distribuzione di materiale informativo e la vendita di gadget tematici e/o prodotti del territorio. Il Nuovo Circondario, tramite incarico ad IF, si avvale della collaborazione di personale attento ed esperto, con adeguate conoscenze informatiche, padronanza di almeno due lingue straniere come da requisiti di legge regionale ed un'approfondita conoscenza del territorio; tutto il personale è in grado di occuparsi sia del front office, sia del back-office, a seconda delle esigenze e dell'andamento dei flussi turistici, ottimizzando pertanto la gestione del tempo, garantendo flessibilità in ordine agli orari di apertura e alla stagionalità. Presso lo IAT-R è garantita la presenza di almeno due unità di personale al front office che saranno implementate in adeguamento ai flussi turistici nei periodi di massima affluenza. Inoltre, vi sarà una persona in back office dedicata alle attività di coordinamento dei servizi di promo-commercializzazione. Lo staff è in possesso dei requisiti professionali e tecnici richiesti dalla nuova normativa, compresa la titolarità di Agenzia Viaggi da almeno tre anni. Ciò consente di ampliare le attività dell'hub turistico oltre quelle legate all'informazione e all'accoglienza, a quelle di programmare e gestire per tutta l'area circoscrizionale una visita turistica, prenotare un pernottamento, promuovere e vendere prodotti del territorio e utilizzare i software necessari per aggiornare i portali di informazione al turista o per rilevare le presenze e gli arrivi turistici. Oltre a queste modalità propriamente "interne" all'ufficio IAT-R, che comprendono anche il coordinamento degli altri uffici territoriali riconosciuti (IAT Dozza e WELCOME ROOM Imola), il Nuovo Circondario ritiene importante continuare a proporre e offrire servizi a turisti ed escursionisti "sul" territorio, cioè portando l'accoglienza e l'informazione nelle piazze e nei punti strategici, soprattutto in determinati momenti di particolare affluenza, ad esempio in occasione di eventi. Questa modalità – IAT MOBILE – modifica il concetto di "stabilità" in un modello di "flessibilità" a servizio degli ospiti, in una volontà di implementare il sistema dell'accoglienza anche "facendola uscire" dagli uffici fisici. Per quanto riguarda la "commercializzazione", nel corso del 2025, ci si attiverà affinché vengano proposte offerte che mettano in evidenza le specificità che il territorio. Per favorire l'incremento di tali attività, sarà definito periodicamente un cartellone di visite/tour che si svolgeranno sul territorio, promuovendone quindi la comunicazione anche tramite la realizzazione di dépliant, brochure, flyer, manifesti e locandine promozionali in

lingua italiano/inglese, con relativa distribuzione presso tutte le strutture ospitali del territorio ed i luoghi pubblici.

All'intero dello IAT-R sarà sviluppata l'attività relativa alla vendita di libri, guide, cartoline e di altri gadget del territorio, in quanto ciò rappresenta un servizio utile per i clienti e, allo stesso tempo, anche un sostegno alle imprese del territorio.

L'ufficio rimarrà aperto tutto l'anno ad esclusione delle seguenti giornate: 1° gennaio, 25 e 26 dicembre, Pasqua. Eventuali aperture e/o chiusure supplementari (fatti salvo gli standard minimi) saranno valutate nel corso dell'anno sulla base dei flussi turistici. Il periodo di massima affluenza è individuato nel periodo dal mese di aprile al mese di settembre. Saranno garantiti i seguenti orari di apertura:

dal lunedì al venerdì dalle 9.30 alle 18.00 (orario continuato)

sabato, domenica e festivi dalle 10.00 alle 17.00 (orario continuato)

24 e 31 dicembre 2024 dalle 9.30 alle 12.30

Nel corso dell'anno gli orari di apertura potranno subire modifiche, previa comunicazione e nel rispetto degli standard minimi di legge.

In orario di chiusura è garantito il reperimento delle informazioni attraverso le seguenti modalità:

- consultazione dei seguenti siti web www.turismoimolese.cittametropolitana.bo.it, www.imolafaenza.it

- banner digitali esterni all'Ufficio di volta in volta aggiornati con informazioni sui principali eventi/iniziative. L'Ufficio garantisce l'accessibilità a tutti, anche alle persone con disabilità motoria, essendo collocato al piano terra nel paddock 0, corredato di opportuni scivoli e ampio parcheggio con vari posti riservati a portatori di disabilità, oltre a essere privo di barriere architettoniche. Si segnala, sempre nel contesto dell'accessibilità, che in prossimità dell'Ufficio sono installati dei pannelli per le persone con disabilità visiva che permettono tramite lettura del braille di avere informazioni sull'Autodromo e sulle principali attrazioni di Imola.

Nell'ambito delle funzioni di hub turistico del territorio saranno espletati i seguenti servizi:

fornire informazioni turistiche relative agli attrattori presenti sul territorio di riferimento e all'intero territorio regionale; fornire assistenza ai turisti; fornire materiale informativo e promozionale relativo al territorio di competenza e a quello regionale in orari di apertura; realizzazione di materiali informativi e promozionali; fornire assistenza diretta, anche in lingua straniera, in orari di apertura; mettere a disposizione del turista una connettività Wi-Fi in loco, aperta e gratuita; accoglienza e/o realizzazione educational per giornalisti, blogger, troupe televisive e cinematografiche o per altri stakeholder, qualora se ne verifichi la necessità; possibilità, in accordo con i Comuni e/o il Circondario di svolgere attività di informazione e accoglienza turistica, al di fuori della propria sede usuale, in occasioni di eventi di particolare rilevanza turistica (IAT Mobile); gestione e implementazione di archivi fotografici e multimediali relativi al proprio territorio di riferimento; vendita di pubblicazioni, merchandising e prodotti tipici, nel rispetto della normativa vigente; raccolta ed elaborazione dei dati statistici a livello turistico per il territorio; attivazione sistema di monitoraggio flussi di accesso al front office.

Il Nuovo Circondario Imolese è titolare della RL dell'area imolese (SITUR) con sede proprio presso gli uffici di IF (incaricata della gestione) che coincidono, pertanto, con la sede dello IAT-R. Il portale, nell'ambito del recente restyling condiviso con Città Metropolitana, è stato anche implementato di un sistema di dynamic package "TREKKSOFT" in grado di veicolare offerte turistiche orientate alla tourism experience e dialogante anche con il portale commerciale di IF. In termini di comunicazione, anche nel 2025, saranno attivate maggiori connessioni con gli altri siti di informazione e promozione del territorio (ad esempio il portale dedicato alle eccellenze territoriali "Terre&Motori") oltre ad attivare linkaggi con i siti del Parco, dei Comuni, etc. Tali azioni saranno integrate da altri importanti canali di comunicazione quali Facebook ed Instagram dedicati, materiali informativi cartacei opportunamente studiati e tematizzati, inserimento degli eventi nella news letter di IF, etc. Con questo progetto il Circondario Imolese si pone l'obiettivo di rafforzare la rete dei servizi di informazione turistica nell'area imolese, al fine di mantenere salde le collaborazioni sovracomunali, anche con il coinvolgimento di tutti gli altri Comuni del Circondario per il raggiungimento delle seguenti finalità in un'ottica di aggregazione territoriale: offrire servizi di informazione e accoglienza turistica di qualità e in grado di

rispondere alle diversificate esigenze dei turisti e dei visitatori; favorire e stimolare il definirsi di un'offerta di prodotti turistici aventi alti standard qualitativi; aumentare la permanenza dei turisti sul territorio; grazie alla gestione dell'intera filiera turistica, perseguire lo sviluppo di un'offerta turistica omogenea sul territorio del Circondario anche con azioni di formazione continue dedicate agli operatori turistici locali.

AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2025

Per l'anno 2025 l'Ufficio IAT-R di Imola intende svolgere le principali azioni di informazione e accoglienza turistica relative agli attrattori presenti sul territorio di riferimento, sull'intero territorio circondariale e metropolitano, nonché sull'area dell'intera destinazione turistica di riferimento per garantire un servizio di alta qualità. In orario di apertura al pubblico, l'Ufficio fornirà assistenza diretta ai turisti (anche in lingua straniera), nonché materiale informativo e promozionale. In tal senso si procederà alla realizzazione di opportuno materiale in coordinamento con gli altri Uffici di informazione riconosciuti. In particolare si procederà alla realizzazione ex novo di materiale cartaceo costituito da un lato da una mappa del territorio circondariale e nel retro dalle principali informazioni inerenti ai dieci Comuni. Si valuta di stampare la mappa bilingue in 20.000 copie che saranno distribuite sia presso i punti di informazione turistica coordinati dal Circondario, sia presso altre location indicate dai Comuni, nonché in sedi pubbliche e private operanti sul territorio. Inoltre, si intende realizzare dei porta-depliant tematizzati a logo Circondario da posizionare sia nelle location indicate dai Comuni, sia presso i corner information delle aziende private. Si procederà, inoltre, alle modifiche/integrazioni/aggiornamento del materiale già in essere (ad esempio le brochure dei singoli Comuni).

Si intende, poi, procedere con la creazione e/o il restyling delle pagine Facebook e Instagram dedicate, andando a condividere con tutti i Comuni una programmazione e un piano editoriale con cadenza trimestrale per meglio promuovere le varie iniziative e gli eventi.

Per promuovere al meglio il territorio e incentivare il turismo, anche a seguito della sincronizzazione con canale Trekksoft su www.turismoimolese.cittametropolitana.bo.it e www.emiliaromagnawelcome.it, saranno incentivati gli operatori locali per "animare" esperienze di visita (visite guidate e tour, motori, food experience, natura e outdoor, benessere, location eventi e wedding, pacchetti con pernottato, arte e cultura, etc.)

Si indicano, infine, i servizi offerti presso l'ufficio:

- vendita di camere;
- vendita di pacchetti turistici;
- vendita di biglietti di ingresso a musei, teatri, per manifestazioni ed eventi, etc.;
- vendita di servizi di visita guidata presso i musei, gli edifici storici, i luoghi simbolo della città;
- noleggio biciclette;
- organizzazione di tour tematici (tutti i servizi saranno organizzati in collaborazione con le guide naturalistiche e antropologiche del Parco della Vena del Gesso Romagnola, le guide turistiche locali, i musei, le associazioni locali, etc.);
- organizzazione di appuntamenti settimanali di accompagnamento presso aziende del territorio (ad es. visite alle aziende agricole e agrituristiche con degustazioni, etc.);
- organizzazione di tour tematici e trekking urbani in occasione di eventi, feste, sagre, etc.

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

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

- 1) **Progetto che contempla la funzione di redazione locale svolta dall'ufficio nell'ambito di ERT/SITUR**

SÌ. Redazione Locale Area Imolese.

- 2) **Attività finalizzate al funzionamento di reti di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale**

Al fine di accrescere la rete territoriale di informazione e accoglienza turistica, il 2025 sarà improntato a sviluppare un' incisiva collaborazione con i Comuni e gli Uffici Turistici del territorio circondariale condividendo informazioni e materiali circa attrattive e attività di ambito sovracomunale. Eliminando quindi i confini amministrativi, si opererà per potenziare le attività di promozione, informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale, nonché per sviluppare prodotti turistici condivisi ed immetterli sui mercati di interesse. A tal proposito saranno organizzati degli incontri mensili – anche in modalità online – con i preposti dei Comuni per meglio coordinare e condividere la promozione e l'offerta del territorio. IF stessa, incaricata della gestione dell'hub, con la sua compagine sociale pubblico-privata oltre ad essere fortemente rappresentativa del territorio ne rappresenta anche il soggetto aggregatore delle varie realtà: Con.Ami, Ente Parchi e Biodiversità Romagna, tutte le Associazioni di categoria rappresentative del mondo del commercio, della cooperazione, dell'artigianato e dell'agricoltura, le Terme di Castel San Pietro, i principali hotel del territorio, l'Enoteca Regionale dell'Emilia Romagna, il Villaggio della Salute Più, il golf club Le Fonti, la Proloco Alidosana, la cooperativa L.A.C.M.E, Ecosistema, etc. - solo per citare i principali soggetti coi quali sono in corso collaborazioni su progetti e temi turistici).

In particolare, gli operatori privati saranno sollecitati a fare sistema con la realizzazione di alcune azioni mirate come, ad esempio, l'inserimento dei loro spazi di un corner information contenente tutto il materiale informativo del territorio così che possano abbinare alla vendita dei loro prodotti anche il concetto di ospitalità. L'intento del Circondario è quello di far entrare, nei prossimi anni, le aziende (in particolare le imprese artigianali e quelle di produzione delle eccellenze enogastronomiche) in una sorta di rete di IAT diffusi, diventando quindi a tutti gli effetti punti di snodo per gli ospiti sull'intero territorio.

Ciò permetterà al territorio di ottenere benefici quali migliorare l'accoglienza nei momenti di alti afflussi turistici; offrire agli ospiti un'immagine di alta attenzione; offrire ai visitatori un servizio di assistenza di livello, molto personale e di grande impatto comunicativo, fornire a turisti, visitatori, escursionisti informazioni di tipo non solo turistico, ridando slancio al concetto di "destinazione ospitale".

In questi anni il Circondario tramite la propria DMC IF si è dedicato al rafforzamento delle attività da effettuare in sinergia con le DMO e le altre DMC dei territori limitrofi (Bologna, Modena, etc.) in modo da attivare un meccanismo virtuoso di scambi di servizi turistici e condivisione di offerte e pacchetti turistici che coinvolgano un territorio sempre più ampio. L'efficacia della strategia è rafforzata anche tramite la gestione di una postazione all'interno dell'info point turistico eXtraBO che consente di fare sinergia con gli altri soggetti dell'area metropolitana e del Territorio Turistico Bologna Modena che coordinano e realizzano iniziative e progetti che hanno ricadute su tutto il territorio e permettono di innalzarne il livello di qualità turistica. È quindi fondamentale per il Circondario continuare a curare, così come fatto in questi anni, le relazioni con tali soggetti, ciascuno dei quali ha proprie competenze specifiche, complementari e sinergiche tra loro, all'interno della strategia regionale in materia di politiche turistiche.

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

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile

Ciò che appare sempre più evidente in questo ultimo periodo è la forte importanza del tema dell'accessibilità, nonché della sostenibilità, della natura, degli spazi all'aperto e di tutto ciò che rappresenta uno stile di vita sano. In sostanza, tutte quelle opzioni che garantiscono la possibilità di fare nuove scoperte di piccoli luoghi, di fare movimento slow e di dare piena soddisfazione ai desideri dei viaggiatori altamente sensibili. In quest'ottica, nel

2025, il Circondario continuerà concretamente a lavorare, puntando anche all'ideazione e/o al miglioramento di alcuni servizi messi a disposizione del pubblico.

- **Accessibilità** - l'Ufficio garantisce l'accessibilità a tutti, anche alle persone con disabilità motoria, essendo collocato al piano terra nel paddock 0, corredato di opportuni scivoli e ampio parcheggio con vari posti riservati a portatori di disabilità, oltre a essere privo di barriere architettoniche. Si segnala, sempre nel contesto dell'accessibilità, che in prossimità dell'Ufficio sono installati dei pannelli per le persone con disabilità visiva che permettono tramite lettura del braille di avere informazioni sull'Autodromo e sulle principali attrazioni di Imola.
- **Sostenibilità** – Il Circondario intende applicare nel territorio di propria competenza un approccio al turismo che passi in primis dalla gestione dei servizi in modo che l'intera filiera possa contribuire a creare benessere sociale e valore economico diffuso, principi su cui si basa la sostenibilità. La qualità dei servizi turistici offerti, infatti, gioca un ruolo fondamentale nel turismo sostenibile. Si intende, quindi, proporre agli utenti una selezione mirata di servizi e prodotti con la garanzia che verranno sempre erogati ai massimi livelli, ad esempio, creando delle experiences che offrano cibi biologici e a chilometro zero e la possibilità di effettuare escursioni sul territorio per imparare a conoscerlo nei suoi aspetti più peculiari. A tal proposito il territorio del Nuovo Circondario Imolese vanta una ricca selezione di percorsi sia di trekking, sia da realizzare in bici per la cui promozione, fruizione e commercializzazione sarà incentivata tramite l'utilizzo di QRCode scaricabili presso la struttura e/o nella sezione del sito dove sarà possibile visionare e scaricare le tracce GPS dei vari itinerari. La modalità del QRCode sarà utilizzata anche in occasione della realizzazione di nuovi materiali cartacei, dando così, da un lato, all'utente la possibilità di ottenere informazioni sempre aggiornate e dall'altro di evitare eccessivo consumo di carta nell'ottica della sostenibilità. Grazie all'App "VisitAReIMOLA," scaricabile gratuitamente su smart phone, è possibile scegliere tra gli itinerari proposti e andare alla scoperta della città.
- **Innovazione** - Nel tentativo di rendere il turismo anche più sostenibile e innovativo, parallelamente ai materiali cartacei tradizionali, lo IAT-R si impegna quotidianamente a tenere aggiornati il sito area imolese, i social networks e i siti messi a disposizione dal turismo dell'Emilia Romagna per informare e rendere l'esperienza del turista migliore possibile. Sarà implementata una sezione nel sito con una news letter (a cui è possibile iscriversi inquadrando un QRCode) che consenta di ricevere periodicamente un aggiornamento sulle iniziative culturali, teatrali, musicali, sportive ed enogastronomiche in programma nel territorio imolese.

4) Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO

Come precedentemente descritto rimane fondamentale la condivisione con le DMO per rafforzare i servizi e le risorse delle varie identità territoriali nell'ottica di una pianificazione strategica unitaria. Nel corso del 2025, pertanto, sarà sempre mantenuto vivo e costante il dialogo con le DMO di riferimento soprattutto per quanto riguarda l'allineamento delle azioni di comunicazione con particolare riguardo al web marketing del territorio.

5) Descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti

Per garantire i servizi di front e back il Nuovo Circondario, a seguito di incarico, utilizzerà personale di IF adeguatamente formato e che risponde ai requisiti di comprovata esperienza e conoscenza degli aspetti culturali, naturalistici e paesaggistici, degli eventi e delle iniziative, delle attività sportive, ricreative e congressuali, nonché dei luoghi di interesse turistico del territorio e delle aree limitrofe. Inoltre, gli operatori che si turneranno saranno in possesso del diploma di laurea o equiparato in base alla nuova normativa. Il personale avrà conoscenza di almeno due lingue, tra cui l'inglese e capacità di operare con gli strumenti informatici e telematici. Nel corso del 2025, in ottemperanza a quanto previsto dalla nuova normativa regionale, saranno previsti dei momenti di aggiornamento circa le conoscenze relative a risorse e servizi turistici. Tali corsi formativi, oltre che per il personale dello IAT-R, saranno previsti congiuntamente anche per il personale dello IAT di Dozza. Inoltre, sarà sviluppata un'ulteriore attività formativa, che prende il nome di "lezioni di territorio", consistente nel

percorrere e visitare il territorio. Il Circondario ritiene infatti che solo vivendo direttamente le esperienze di visita e conoscenza dei luoghi diventa possibile raccontarli con passione e far scattare negli ospiti il desiderio della visita. Tutti gli addetti saranno, pertanto, coinvolti in piccoli gruppi in educational sul territorio, accompagnati, a seconda delle destinazioni, da guide turistiche, ambientali, dai curatori di mostre, dalla direzione dei musei, dai responsabili commerciali, per avere una conoscenza diretta ed esperienziale del territorio che comunicano, promuovono e vendono dagli uffici informazione. In questa maniera ciò che si vive direttamente diventa più semplice e naturale da raccontare, anche con maggiore piacere, in quanto è stato provato personalmente. Si prevedono due round di visite all'anno. Tutti gli addetti faranno, inoltre, incontri formativi sul turismo digitale. Non ultima, l'importante collaborazione tra le DMO e le DMC per organizzate giornate formative per gli addetti nei luoghi più suggestivi di ogni territorio, con la precisa finalità di trasmettere conoscenze e scambiare esperienze nell'ambito del Territorio Turistico Bologna Modena.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 100.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 100.000,00

PUNTEGGIO: 85

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

PIANO FINANZIARIO

IAT R NUOVO CIRCONDARIO IMOLESE - INFORMAZIONE ED ACCOGLIENZA AL TURISTA

SPESE

personale addetto al front-office e al back-office <i>nel caso di uffici gestiti in appalto potranno essere rendicontate spese di personale in pianta organica dei Comuni o delle Unioni dei Comuni beneficiari in misura non superiore al 15% dell'importo totale ammissibile di tutte le ulteriori altre spese di progetto (al netto del personale il cui costo viene rimborsato dalla Regione Emilia-Romagna, ad esempio addetti Redazione Locale)</i>	€ 70.000,00
partecipazione a percorsi di aggiornamento	€ 2.000,00
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali cartacei	€ 18.000,00
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali in formato elettronico	€ 10.000,00
TOTALE	€ 100.000,00

7) Comune di Dozza - IAT

P.G. n. 75146 del 18/11/2024

Estremi riconoscimento ufficio: Det. n. 2374 del 16/10/2023

SEDE

Piazza Rocca 6/A – Dozza

RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

L'Ufficio Turistico di Dozza è stato aperto presso il piano terra della Rocca di Dozza a maggio del 2021, colmando una profonda lacuna da tempo presente sul territorio dozzese: la presenza di un ufficio turistico preposto aperto tutto l'anno con personale competente e qualificato. Da sempre, nel panorama turistico-culturale dozzese, la Rocca di Dozza rappresenta un punto di riferimento, il cui Museo conta una media di

trenta/quarantamila visitatori annui. Prima dell'apertura di un ufficio turistico preposto, la biglietteria della Rocca veniva raggiunta da numerosi turisti, visitatori, passanti, curiosi, gruppi ecc... in cerca di informazioni e di suggerimenti sulle attrazioni turistiche, sui ristoranti e sulle attività da svolgere a Dozza, ed anche in alcune località limitrofe. Questa attività, non riconosciuta ufficialmente, era complessa da gestire a causa dell'ingente afflusso di visitatori del Museo, soprattutto nei periodi di massima affluenza. L'apertura dell'Ufficio Turistico di Dozza, proprio al piano terra della Rocca, ha costituito un passo in avanti molto importante per l'economia turistica locale, garantendo ai turisti e ai visitatori di ricevere cura e attenzione, attraverso orientamento, accoglienza e informazioni, illustrazione della variegata offerta turistica del Borgo e consegna di materiali specifici sulle principali attrattive di Dozza e del territorio limitrofo. Infatti, l'Ufficio Turistico di Dozza si occupa ormai da tre anni e mezzo dell'accoglienza del pubblico, cui viene fornita un'ampia descrizione 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 dipinto di Dozza, il divertimento e il relax tra le amene colline dozzesi, gli itinerari a piedi e/o in bicicletta (come ad esempio il Sentiero del Vino). A tal fine, oltre ad arricchire l'Ufficio Turistico con il materiale 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, soddisfacendo in questo modo diverse esigenze di pubblico: 1. Museo della Rocca Sforzesca di Dozza (bilingue); 2. Muro Dipinto di Dozza (bilingue); 3. Itinerari a piedi e/o in bicicletta (bilingue). Inoltre, di consueto vengono preparati materiali (dépliant/programmi/volantini/locandine) ad hoc per promuovere eventi e/o iniziative specifiche che possono interessare il pubblico. Dal 2021 ad oggi si è registrato un graduale e progressivo incremento degli utenti che si sono affidati all'Ufficio turistico di Dozza per soddisfare le loro richieste e curiosità. L'apertura dell'Ufficio turistico di Dozza proseguirà anche nel 2025, nelle seguenti aperture (le stesse del 2024): periodo estivo (da marzo a ottobre) da lunedì a sabato ore 10-13 e 14-19, domenica e festivi 10-19; periodo invernale (da novembre a marzo) da lunedì a sabato ore 10-13 e 14-18, domenica e festivi ore 10-18. Inoltre, in particolari periodi dell'anno e laddove sono previsti eventi di portata locale, regionale e sovraregionale, viene garantita l'apertura straordinaria anche al di fuori degli orari consueti, come ad esempio: "Notte Romantica dei Borghi più Belli d'Italia", "Caccia alle Bandiere Arancioni del Touring Club Italiano", "Biennale d'arte del Muro Dipinto", "Biennale d'illustrazione Fantastika", "Festa del vino", ecc.

Per il 2025, si intende mantenere aggiornate le informazioni relative a strutture ricettive, ristoranti e bar, negozi, botteghe, alimentari presenti sui materiali cartacei e sui canali virtuali, 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 ricettive per individuare le informazioni utili a fini turistici: orari e giorni di apertura, 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 ristoranti/bar dal titolo "Mangiare a Dozza", da tenere sempre aggiornate con le nuove aperture e/o chiusure. Inoltre, sempre sul Sito sono presenti le sezioni "Eventi", "Attrazioni", "Itinerari" in cui rispettivamente sono segnalati tutti gli eventi del territorio del Comune di Dozza, le principali attrazioni presenti a Dozza e gli itinerari a piedi e/o in bicicletta da svolgere a Dozza e zone limitrofe.

Obiettivo importante per l'Ufficio Turistico è anche quello di continuare a garantire un servizio che sia accessibile a tutti, anche e soprattutto a persone con disabilità motoria, sensoriale e cognitiva: a tal fine l'ufficio è stato collocato al piano terra della Rocca di Dozza, luogo privo di barriere architettoniche in cui anche persone con disabilità motoria possono entrare, prendere visione del materiale cartaceo, parlare con operatori competenti e qualificati, acquistare gadget e prodotti tipici. Presso l'ufficio, oltre al materiale tradizionale, sono disponibili diverse App che, integrando tecnologie come quella del QR code, offrono tour virtuali, mappe interattive e storie digitali che arricchiscono la visita. Di seguito maggiori dettagli: l'App "AccessibItaly" è stata progettata per le persone con disabilità uditiva per permettere percorsi di visita accessibili e innovativi. Tale applicazione 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...). L'App del "Museo della Rocca"

permette di conoscere e approfondire i percorsi di visita del Museo attraverso tre modalità: scritta, video e audio per andare incontro alle diverse esigenze di pubblico. L'App "Guido" offre al visitatore un percorso guidato al Borgo dipinto di Dozza approfondendone la storia, lo sviluppo della manifestazione e alcune curiosità e creando una mappatura che coinvolge tutto il Borgo di Dozza. L'App "Discover Dozza" è un modo dinamico per scoprire il territorio di Dozza e le sue attrattive, concentrandosi sul Sentiero del Vino, un percorso ad anello di 6,5km fruibile tutto l'anno sia a piedi che in bicicletta. Tutte queste App sono completamente gratuite.

L'utilizzo dei canali Social precedentemente descritti intende costituire un ulteriore passo per garantire accessibilità, sostenibilità e innovazione per un turismo sempre più inclusivo. Per quel che concerne la diffusione di notizie e aggiornamenti relativi ad eventi e attività in programma si prevede di continuare 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, incrementando la comunicazione online attraverso i Social e il Sito si intende limitare il consumo di carta per la stampa di programmi, locandine e volantini. A tal fine, l'Ufficio Turistico 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 consegna e il ritiro presso gli uffici turistici e gli IAT 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. Già da tempo i comuni del Circondario Imolese hanno condiviso la volontà di implementare attività congiunte in ambito turistico e anche nel 2025 si intende continuare a perseguire questa strada.

AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2025

Per l'anno 2025 l'Ufficio Turistico di Dozza, confermato tale con la qualifica di IAT con determinazione dirigenziale della Città Metropolitana di Bologna n. 2374 del 16/10/2023, intende continuare a realizzare le principali azioni di informazione e accoglienza turistica, cercando di migliorarsi nel corso del tempo per garantire un servizio di alta qualità. In senso stretto, nel 2025 lo IAT di Dozza continuerà a fornire ospitalità e accoglienza agli utenti, ampia descrizione circa il pacchetto turistico dei principali attrattori presenti sul territorio di riferimento e informazioni circa gli attrattori dell'intero territorio regionale, ciò anche in orario di chiusura al pubblico tramite il proprio sito internet dedicato. In orario di apertura al pubblico, l'Ufficio fornirà assistenza diretta ai turisti (anche in lingua straniera), nonché materiale informativo e promozionale relativo al territorio di competenza e a quello regionale. In tal senso, si continuerà a realizzare la stampa dei dépliant turistici relativi a Dozza e a reperire materiale informativo relativo al territorio limitrofo, recandosi negli uffici locali per ritiro e consegna dello stesso. Si effettuerà la vendita di pubblicazioni, di gadget e di altri prodotti tipici all'interno del proprio ufficio con uno shop interamente dedicato. Inoltre, l'Ufficio continuerà ad implementare e concretizzare la collaborazione con gli altri Uffici turistici locali, lavorando per un obiettivo comune, ossia il miglioramento del servizio rivolto al pubblico. Altrettanto importante sarà continuare a rapportarsi costantemente con la rete di promozione turistica a livello nazionale, come il Club dei Borghi Più Belli d'Italia, con cui lo IAT di Dozza collabora con eventi come ad esempio "La Notte Romantica", e il Touring Club Italiano, con cui lo IAT di Dozza collabora con eventi ad esempio "Caccia ai Tesori Arancioni"; a livello regionale, con IF-Imola Faenza Tourism Company, Bologna Welcome, eXtraBO, nonché con associazioni, ristoratori e albergatori del territorio. Un'altra azione che si intende continuare a svolgere nel corso del 2025 è la formazione continua degli operatori, che nel caso di Dozza sono sottoposti ad un crescente e progressivo incremento dell'utenza turistica cui rispondere: a tal fine, saranno vagliati e selezionati dei corsi di formazione riguardanti la promozione turistico-culturale e il miglioramento delle lingue straniere, perché un numero sempre più elevato di turisti di provenienza estera si stanno recando nel Borgo.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

- 1) Progetto che contempla la funzione di redazione locale svolta dall'ufficio nell'ambito di ERT/SITUR**

NO. Afferisce alla Redazione Locale Area Imolese.

Lo IAT di Dozza collaborerà con lo IAT R del Nuovo Circondario imolese per fornire le informazioni di interesse turistico

2) Attività finalizzate al funzionamento di reti di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale

Al fine di accrescere la rete territoriale di informazione e accoglienza turistica, nel 2025 si continuerà a collaborare con i comuni e gli IAT del territorio condividendo informazioni e materiali circa attrattive e attività di ambito sovracomunale. Ormai da tre anni e mezzo l'Ufficio turistico di Dozza coltiva un rapporto di collaborazione con le DMO locali, in particolare Imola, creando un canale di condivisione delle informazioni turistiche. Nel concreto, le addette dello IAT di Dozza effettuano periodicamente consegne e ritiri presso gli IAT del Circondario e della Regione di materiale cartaceo (dépliant, brochure, locandine, ecc.) nonché l'invio di newsletter periodiche relative agli eventi organizzati nel Comune, così da promuovere efficacemente le attività messe in atto in tutto il territorio sovracomunale. Per l'anno 2025 i comuni del Circondario Imolese intendono continuare ad implementare attività congiunte in ambito turistico; a tal fine il progetto intende rafforzare la rete dei servizi di informazione turistica nell'area imolese per mantenere salde le collaborazioni sovracomunali, con il coinvolgimento di tutti i Comuni dell'imolese. Tale azione prevede la condivisione di servizi, anche attraverso lo scambio di link, tag, post social, newsletter, ecc., per potenziare le attività di promozione, informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale. Infatti, per creare una rete virtuale di informazioni in grado di accogliere i turisti e fornire loro tutte le informazioni di cui hanno bisogno, l'Ufficio turistico di Dozza si impegna quotidianamente a mantenere aggiornati il proprio sito e i siti dell'Emilia-Romagna dedicati al turismo, in particolare emiliaromagnaturismo.it e quello ufficiale di Informazione Turistica dell'Area Imolese turismoimolese.cittametropolitana.bo.it. Inoltre, lo IAT di Dozza diffonde sui propri canali social informazioni circa eventi e attrattive della zona.

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile

L'impegno per la creazione di un turismo accessibile, sostenibile e inclusivo negli ultimi anni è divenuto una priorità per il settore. Rendere i servizi, l'ospitalità, i percorsi e la mobilità fruibili a tutti contribuisce a creare benessere sociale e valore economico diffuso. In questo contesto, si inserisce anche l'Ufficio turistico di Dozza che, nel suo piccolo, con azioni quotidiane, cerca di rompere le barriere nel segno di una politica inclusiva e aperta a tutti.

- **accessibilità** Uno dei pilastri del turismo è l'accessibilità. Da anni si lavora per far sì che la parola ospitalità vada di pari passo con la parola accessibilità, in modo che qualunque turista giunto in un determinato luogo possa trascorrere il proprio tempo libero o la propria vacanza senza vincoli ed ostacoli. Al fine di rendere accessibile l'Ufficio turistico di Dozza sono state adottate alcune scelte. Per prima cosa, si è deciso di collocare l'Ufficio al piano terra della Rocca di Dozza, in prossimità della biglietteria del Museo. Questo spazio, privo di barriere architettoniche, è accessibile a tutti e permette di essere raggiunto anche da persone con limitata libertà motoria. Presso l'ufficio è possibile consultare, gratuitamente e liberamente, dépliant, brochure e guide turistiche del territorio, rivolgere domande o chiedere informazioni agli operatori, sempre disponibili e in grado di accogliere turisti di diversa provenienza (italiani e stranieri) e con diverse esigenze. Un'altra scelta intrapresa a favore dell'accessibilità è la possibilità di usufruire di un'App pensata per le persone con disabilità uditiva che fornisce un'esperienza di visita guidata alle principali attrattive del borgo attraverso la lingua dei segni. Altrettanto utile è l'App dedicata al Museo della Rocca di Dozza che presenta al suo interno vari percorsi (scritti, video, audio) per andare incontro alle varie esigenze del pubblico. Entrambe le applicazioni sono gratuite e scaricabili direttamente sul proprio dispositivo mobile attraverso la semplice scansione di QRCode messi a disposizione dell'utenza.

- **sostenibilità** Un altro dei pilastri del turismo è la sostenibilità. Per ottenere risultati ottimali è necessario applicare alcuni principi fondamentali, quali ad esempio la protezione dell'ambiente, la tutela del patrimonio artistico, culturale e tradizionale e l'adozione di un approccio che incentivi la crescita di progetti sostenibili. A tal fine, l'ufficio di Dozza ha adottato già da tempo misure alternative alla tradizione per promuovere eventi ed iniziative incentivando l'utilizzo dei canali virtuali e disincentivando l'eccessiva stampa di materiali cartacei. Infatti, lo IAT di Dozza si impegna quotidianamente a tenere aggiornati il proprio sito, i propri social network e siti messi a disposizione dal turismo dell'Emilia-Romagna per informare e rendere l'esperienza del turista migliore possibile. Inoltre, l'ufficio si occupa di promuovere attività ed iniziative che incentivano forme di turismo di prossimità, enogastronomico, esperienziale, naturalistico ed emozionale guidando il pubblico alla riscoperta del territorio, che produce crescita economica e sociale con un maggiore coinvolgimento e interesse sia da parte degli abitanti locali sia dei turisti, che diventano sempre più consapevoli e responsabili del proprio impatto sulle località visitate e sulla vita delle persone. Nel 2025 si continuerà concretamente a lavorare in questa direzione, puntando anche all'ideazione e/o al miglioramento dei servizi messi a disposizione del pubblico.
- **innovazione** Altro pilastro del turismo è l'innovazione: negli ultimi anni si cercano sempre di più forme e modalità per incentivare il turismo sostenibile e innovativo. Per farlo occorre adottare un approccio che combini tecnologie avanzate, personalizzazione e una maggiore connessione con i visitatori. Per raggiungere questo obiettivo l'Ufficio turistico di Dozza adotta alcuni strumenti. Presso l'ufficio, oltre al materiale cartaceo tradizionale, sono disponibili diverse App che, integrando tecnologie come QR code, offrono tour virtuali, mappe interattive e storie digitali che arricchiscono la visita. L'App "AccessibItaly" è stata progettata per le persone con disabilità uditiva per permettere percorsi di visita accessibili e innovativi. Tale applicazione 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...). L'App del "Museo della Rocca" permette di conoscere e approfondire i percorsi di visita del Museo attraverso tre modalità: scritta, video e audio per andare incontro alle diverse esigenze di pubblico. L'App "Guido" offre al visitatore un percorso guidato al Borgo dipinto di Dozza approfondendone la storia, lo sviluppo della manifestazione e alcune curiosità e creando una mappatura che coinvolge tutto il Borgo di Dozza. L'App "Discover Dozza" è un modo dinamico per scoprire il territorio di Dozza e le sue attrattive, concentrandosi sul Sentiero del Vino, un percorso ad anello di 6,5km fruibile tutto l'anno sia a piedi che in bicicletta. Tutte queste App sono completamente gratuite. integrando tecnologie come QR code presso l'Ufficio è possibile accedere ad alcune App che offrono tour virtuali, mappe interattive e storie digitali che arricchiscono la visita a Dozza. Un'altra importante azione in questo senso è promuovere attività e percorsi a basso impatto ambientale, nonché collaborare con strutture sostenibili e incentivare l'utilizzo di mezzi pubblici o comunque di opzioni di trasporto verde, per coinvolgere i visitatori in un turismo responsabile. A tal fine è altrettanto importante continuare a monitorare le preferenze e i comportamenti dei visitatori, aiutando a personalizzare e migliorare continuamente i servizi. Come già fatto in passato, si desidera attivare alcune collaborazioni con influencer locali e internazionali per promuovere l'ufficio e il territorio attraverso esperienze in prima persona, utilizzando campagne sui social media con hashtag dedicati. Questi approcci permettono di attrarre un pubblico più vasto, coinvolgere i visitatori in modo più profondo e allinearsi con le esigenze del turismo moderno. Infine, lo IAT di Dozza mette a disposizione di ogni turista una connettività Wi-Fi in loco, aperta e gratuita.

4) **Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO**

Oltre agli uffici turistici con cui si è collaborato nel corso del 2024, per l'anno 2025 si mira ad implementare e concretizzare la collaborazione anche con gli altri Uffici turistici locali, nonché continuare a lavorare per un obiettivo comune, ossia il miglioramento del servizio rivolto al pubblico. Altrettanto importante è continuare a rapportarsi costantemente con la rete di promozione turistica a

livello nazionale, come il Club dei Borghi Più Belli d'Italia con cui quest'anno lo IAT di Dozza ha collaborato, per esempio, durante la Notte Romantica; con il Touring Club Italiano, con cui lo IAT di Dozza ha collaborato, per esempio, durante la Caccia ai Tesori Arancioni; e a livello regionale con IF – Imola Faenza Tourism Company, Bologna Welcome, eXtraBO, nonché con associazioni, ristoratori, albergatori del territorio. Periodicamente, il personale dello IAT di Dozza si occupa di effettuare consegne e ritiri del materiale turistico-informativo presso gli uffici turistici del territorio (Imola, Castel San Pietro, Borgo Tossignano, Bologna, ecc.). Inoltre, sempre al fine di condividere servizi ed informazioni con le DMO locali, si intende implementare attività congiunte in ambito turistico.

5) Descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti

Gli operatori addetti al punto IAT di Dozza sono preparati e idonei ad accogliere turisti di varie nazionalità. 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 per il personale addetto. In particolare, la formazione terrà conto non soltanto delle peculiarità del territorio comunale ma anche di quelle di aree circostanti, al fine di fornire ai turisti tutte le informazioni necessarie ad organizzare le proprie visite e quindi per indurli a rimanere nel territorio. Le tematiche che si affronteranno saranno incentrate su:

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

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

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

TOTALE SPESE PREVISTE: € 30.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 30.000,00

PUNTEGGIO: 66

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

PIANO FINANZIARIO IAT DOZZA - INFORMAZIONE ED ACCOGLIENZA AL TURISTA SPESE	
personale addetto al front-office e al back-office <i>nel caso di uffici gestiti in appalto potranno essere rendicontate spese di personale in pianta organica dei Comuni o delle Unioni dei Comuni beneficiari in misura non superiore al 15% dell'importo totale ammissibile di tutte le ulteriori altre spese di progetto (al netto del personale il cui costo viene rimborsato dalla Regione Emilia-Romagna, ad esempio addetti Redazione Locale)</i>	€ 21.000,00

partecipazione a percorsi di aggiornamento	€ 1.500,00
riscaldamento e pulizia locali	€ 3.000,00
utenze telefoniche ed elettriche	€ 1.000,00
assistenza tecnica	€ 500,00
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali cartacei	€ 3.000,00
TOTALE	€ 30.000,00

8) Comune di San Giovanni in Persiceto - IAT R

P.G. n. 75183 del 18/11/2024, 75754 del 20/11/2024, 78945 del 2/12/2024

Estremi riconoscimento ufficio: Det. n. 2383 del 17/10/2023

SEDE

Via Cento 9/A – San Giovanni in Persiceto

RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

Il 2024 è stato l'anno della costruzione e raccolta dei dati utili sia per informare il visitatore/turista in maniera esaustiva sia per iniziare a mettere le basi per il raggiungimento degli obiettivi prefissati ovvero essere uno IAT di riferimento per l'intera pianura bolognese.

La struttura organizzativa dell'ufficio, interamente a gestione diretta, ha permesso di consolidare buone prassi tra i diversi servizi dell'Ente che hanno o potrebbero avere una ricaduta turistica creando così un flusso virtuoso delle informazioni necessarie all'ottimale svolgimento del Servizio.

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

- assistenza agli ospiti;
- aiuto nelle prenotazioni ed eventuali reservation nelle strutture ricettive con le quali si sono stretti accordi per il 2024 sono state effettuate 25 prenotazioni;
- acquisto biglietti ferroviari Trenitalia e Italo;
- distribuzione di materiale informativo;
- visite e tour guidati;
- collaborazione con gli organizzatori dei “grandi eventi” quali il Carnevale; Festival anni 50 e Funkyland che richiamano visitatori da oltre regione;
- consolidare collaborazione con AITR per l'organizzazione di AITR incontra e con ITACÀ e AMODO;
- noleggio biciclette sia proprie che appoggio al servizio offerto dal gestore del Bed&Bike;
- supporto a produzioni cinematografiche;
- raccolta segnalazioni sulle principali ciclovie del territorio: del Sole; del Navile e del Reno;
- accoglienza e supporto in collaborazione con TTBM, RER e APT Servizi per giornalisti o altri stakeholder.

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

AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2025

Nel corso del 2025 saranno implementate le azioni già intraprese nel corso del 2024:

- incontri e formazione per gli stakeholder;
- coinvolgimento delle attività nella costruzione di itinerari e pacchetti turistici;
- mappatura e compilazione schede delle strutture ricettive e ristorative;
- tour guidati tematici;
- collaborazioni con gli organizzatori dei maggiori eventi del Territorio;
- organizzazione di tour esperienziali.

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

Saranno consolidati i rapporti con le DMO di riferimento, nello specifico con eXtraBo al fine di implementare la rete delle attività aderenti alla Carta dei servizi della Ciclovía e a supporto per i Press e FAM tour condividendo obiettivi ed azioni in linea con il piano triennale e il PPCT del Territorio Turistico.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Progetto che contempla la funzione di redazione locale svolta dall'ufficio nell'ambito di ERT/SITUR

SÌ. Redazione Locale Pianura Bolognese.

2) Attività finalizzate al funzionamento di reti di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale

Dopo un primo anno pieno, come titolari dell'Hub della Pianura e referenti della Redazione Locale coincidente, si è preso atto che la strada per la creazione di una solida rete territoriale è alquanto tortuosa.

Per cercare di rendere fluido il circolare delle informazioni su quanto accade in ambito sovracomunale per il 2025 si è valutato di:

- Includere tra i referenti dei comuni anche chi si occupa di comunicazione;
- fare visite in presenza nei comuni di riferimento chiedendo di visitare i luoghi di interesse;
- condividere su un drive comune gli elenchi di servizi territoriali (strutture ricettive, di ristorazione, aziende produttive, noleggi o fornitori di servizi, trasporti...) per essere tutti in grado di dare informazioni puntuali, questo strumento sarebbe utile condividerlo anche con eXtraBo e IAT-R di Bologna.

Per implementare il materiale cartaceo a disposizione dei turisti/visitatori per prodotti di grande interesse chiederemo ai comuni UNICAMENTE il file da stampare in quanto penseremo in autonomia alla produzione.

Con l'unico altro punto informativo presente nell'ambito IAT diffuso di Crevalcore si è progettato il tour Ciclovía del Sole tra sapori e storia: oltre 50 Km alla scoperta della Pianura.

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile

- **Accessibilità** Si sta lavorando sulla sensibilizzazione delle strutture ricettive affinché vengano inserite nelle schede di presentazione delle strutture i dati sull'accessibilità. Si continueranno ad offrire visite in LIS, attraverso l'acquisizione di SymWriter i alcuni percorsi museali saranno in CAA.
- **Sostenibilità** Promozione del turismo sostenibile: informazioni e suggerimenti per i turisti su comportamenti sostenibili, come l'uso responsabile delle risorse, la gestione dei rifiuti e il rispetto dell'ambiente.
- **Innovazione organizzativa:** attraverso l'adozione di tecnologie smart per migliorare l'efficienza operativa e semplificare i processi, implementazione del Whatsapp business.

4) Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO

La collaborazione con le DMO di riferimento è cruciale per promuovere un turismo coeso e ben gestito, soprattutto data la contiguità del territorio tra le province di Bologna, Modena e Ferrara.

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

- partecipazione a riunioni per discutere delle strategie di sviluppo della destinazione e ai Workshop finalizzati a condividere best practice, approfondire tematiche chiave e favorire la collaborazione;
- scambio di Informazioni attraverso la condivisione regolare di dati e informazioni rilevanti;
- promozione condivisa come: la partecipazione congiunta a fiere turistiche e eventi promozionali per aumentare la visibilità della destinazione; la collaborazione nella creazione e diffusione di materiale promozionale, compresi cataloghi, guide e materiali online;
- creazione di pacchetti turistici integrati promossi attraverso le reti e le risorse comuni e la creazione di offerte tematiche o esperienze specifiche per attirare segmenti di mercato particolari attraverso il CMS del portale turistico ufficiale della destinazione bolognese.

5) Descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti

Per il 2025 sarà attivato per il personale addetto al front office il corso per accompagnatore turistico a cura di ISCOM.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 86.300,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 86.300,00

PUNTEGGIO: 80

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

PIANO FINANZIARIO

IAT R SAN GIOVANNI IN PERSICETO - INFORMAZIONE ED ACCOGLIENZA AL TURISTA

SPESE

personale addetto al front-office e al back-office <i>nel caso di uffici gestiti in appalto potranno essere rendicontate spese di personale in pianta organica dei Comuni o delle Unioni dei Comuni beneficiari in misura non superiore al 15% dell'importo totale ammissibile di tutte le ulteriori altre spese di progetto (al netto del personale il cui costo viene rimborsato dalla Regione Emilia-Romagna, ad esempio addetti Redazione Locale) – Non indicato costo personale Redazione Locale</i>	€ 60.000,00
partecipazione a percorsi di aggiornamento	€ 1.800,00
attività finalizzate al funzionamento di reti di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale	€ 3.500,00
riscaldamento e pulizia locali	€ 4.500,00
spese postali	€ 200,00
utenze telefoniche ed elettriche	€ 800,00
assistenza tecnica	€ 500,00
abbonamenti a piattaforme multimediali per la promozione turistica e a uno o più quotidiani contenenti le edizioni locali	€ 2.500,00
rafforzamento e miglioria del sistema di informazione e accoglienza turistica in ottica 4.0: noleggio attrezzature e acquisto abbonamenti, ad esempio abbonamenti ad applicazioni multimediali, noleggio attrezzature per realtà aumentata e videoproiezione	€ 1.500,00

realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali cartacei	€ 8.000,00
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali in formato elettronico	€ 3.000,00
TOTALE	€ 86.300,00

9) Comune di Bologna - IAT R

P.G. n. 75152 del 18/11/2024

Estremi riconoscimento ufficio: Det. n. 2375 del 16/10/2023

SEDE

Piazza Maggiore, 1 – Bologna

ALTRE SEDI Info Point Trenitalia – Stazione Centrale

RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

Il piano strategico per il 2025 è stato pensato per rispondere a un evidente cambiamento della domanda turistica, ripensando non solo i servizi offerti, ma anche il modo di erogarli, in funzione di una miglior gestione dei flussi turistici mantenendo il livello di qualità del servizio di accoglienza.

Di seguito riportiamo le strategie che proponiamo di attuare:

- **Assistenza online:** Si darà continuità a canali di comunicazione digitali già in uso, come mail, whatsapp business, la chatbot (nuovo servizio che permette una conversazione live per gli utenti attivi del sito con un operatore fisico), il centralino telefonico, Google My Business e form presenti sulle varie pagine del sito web.
- **Assistenza offline:** Attraverso presenza di operatori specializzati multilingue, si garantirà il servizio di informazione turistica tutti i giorni dell'anno escluso il 25 dicembre. Grazie al sistema digitale tagliacode, il flusso verrà regolamentato e distribuito a seconda delle richieste dei turisti su differenti postazioni. Si evidenzia l'implementazione di 3 nuove postazioni di erogazione di servizi turistici attivabili nel desk della biglietteria eventi e concerti. In questo modo sarà possibile garantire uno standard qualitativo anche nei giorni di alta stagione turistica.
- **Materiali e immagine coordinata:** L'offerta di servizi di informazione, accoglienza e vendita delle esperienze del territorio viene veicolata attraverso la distribuzione di materiali informativi e di promocommercializzazione progettati secondo un più ampio quadro di immagine coordinata. Lo IAT-R Piazza Maggiore continuerà ad utilizzare gli strumenti tecnologici della Destinazione turistica per fornire e distribuire un'ampia gamma di materiali e oggettistica garantendo un servizio omogeneo e coordinato, dai pieghevoli cartacei fino ai gadget brandizzati. Tale progetto di immagine coordinata sarà assicurato e implementato attraverso i principali strumenti a disposizione dell'area accoglienza, come le brochure informative, il sito del territorio turistico e la piattaforma di e-commerce. Nel 2024 è stato sperimentato un nuovo format di weekly planner cartaceo in distribuzione che raccolga tutta l'offerta turistica in un unico flyer, in modo tale da semplificare la comprensione del turista rispetto alle attività che può trovare sia in città che nel territorio metropolitano. Nel 2025 diventerà uno strumento fisso in uso all'info point.
- **Vendita di servizi turistici:** grazie all'utilizzo della piattaforma e-commerce, al turista verrà garantita la possibilità di prenotare un'ampia gamma di attività e di esperienze turistiche, sia online sul portale di Bologna Welcome, sia offline presso i vari punti informativi. L'immediatezza della piattaforma consentirà una veloce selezione dell'offerta più indicata per il cliente in modo semplice e sicuro.
- **Prossimità:** risulta strategico portare l'offerta vicino a dove il turista effettivamente si trova. In tal senso, i servizi devono andare verso il turista ed essere a disposizione in prossimità delle sue esperienze di

soggiorno. In occasione di eventi fieristici e congressuali si attiveranno quindi punti informativi ad hoc in prossimità delle sedi degli eventi stessi.

AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2025

Per implementare ulteriormente l'assistenza verso turisti e visitatori, verrà ulteriormente sviluppato un servizio di Customer service con operatore dedicato, da affiancare agli strumenti già in uso. Tale servizio prevedrà un operatore dedicato in grado di fornire supporto logistico/informativo in tempo reale agli utenti sia via mail che tramite contatto telefonico diretto. Nel 2025 si prevede anche la realizzazione di un corner informativo presso l'infopoint di Trenitalia all'interno della Stazione Centrale di Bologna, in cui si potranno trovare materiali informativi. In determinati momenti dell'anno sarà possibile anche attivare un desk mobile con un operatore turistico.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

- 1) Progetto che contempla la funzione di redazione locale svolta dall'ufficio nell'ambito di ERT/SITUR**

SÌ

- 2) Attività finalizzate al funzionamento di reti di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale**

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

Con la creazione degli hub territoriali, si prevede anche lo sviluppo di questa rete a livello metropolitano, grazie alla possibilità di mettere in rete prodotti turistici con i tre hub (Sasso Marconi, Imola e San Giovanni in Persiceto).

Oltre ai prodotti turistici, questa rete di scambio sarà possibile anche a livello di informazioni grazie alla rete tra i siti di redazione locale territoriale (Pianura, Appennino, territorio imolese) e il sito di destinazione bolognawelcome.com.

- 3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile**

- **Accessibilità:** La DMO è impegnata rispetto al tema dell'accessibilità turistica. Il turismo accessibile è caratterizzato da una comunicazione dedicata e costantemente aggiornata, frutto di un continuo lavoro con gli attori locali e le istituzioni. L'obiettivo di un turismo accessibile si declina operativamente su due piani distinti e complementari: da una parte significa offrire informazioni puntuali e aggiornate intorno alle condizioni di accessibilità della destinazione e dei luoghi, delle esperienze e delle manifestazioni al suo interno; dall'altra significa mettere a disposizione dei visitatori ambienti informativi effettivamente accessibili, sia a livello di architetture informative che di singole pagine e impiego delle immagini. La sezione Turismo Accessibile del portale di destinazione www.bolognawelcome.com è stata posizionata in un ingombro di maggior rilievo nella homepage del sito e ulteriormente migliorata. Questo per permettere all'utente e al visitatore con disabilità di individuare più velocemente la sezione e fruire delle informazioni pratiche di viaggio (come arrivare a Bologna, come spostarsi in città, quali esperienze e luoghi visitare, dove trovare gli itinerari di visita, quali alberghi e ristoranti si sono dichiarati accessibili) sia in italiano che in inglese. In continuità con quanto già avviato negli anni precedenti, la sezione del portale Turismo Accessibile continuerà a essere

in evidenza sul portale e proseguirà la ricerca per il miglioramento dell'accessibilità ai contenuti della DMO.

- **Sostenibilità:** tutti i materiali informativi sono stati completamente digitalizzati e resi disponibili sul portale di destinazione in varie lingue, in modo tale da poter offrire lo stesso servizio al turista ma senza l'utilizzo di materiale cartaceo. La nuova mappa della città inoltre è stata stampata con anche le indicazioni che suggeriscono al turista la possibilità di riportare la mappa presso l'info point e poterla riutilizzare, rendendo l'esperienza turistica anche un'occasione per generare economia circolare e favorire il riutilizzo e il rispetto dei materiali gratuiti.
- **Innovazione:** ogni anno vengono sperimentate nuove tecnologie, nuovi prodotti e nuove modalità di offerta degli stessi. Per questo motivo tutti gli interventi riportati nelle pagine precedenti prevedono uno studio continuativo di soluzioni innovative. Dal punto di vista dell'esperienza di acquisto, è stato creato uno shop online che permette al turista di acquistare anche il merchandising online, riducendo i tempi di attesa o di servizio all'interno dell'info point. Nel 2025 saranno anche inseriti nuovi lettori di barcode che permetteranno di svolgere le azioni di vendita in cassa in modo più rapido, sempre per ridurre i tempi di attesa del turista. Tutti i materiali informativi progettati, sono anche dotati di QRcode che rimanda alle pagine online dove il turista può trovare ulteriori informazioni o finalizzare un acquisto. Nel 2025 si prevede di continuare lo studio di strumenti innovativi che possano portare ad un continuo miglioramento del servizio e ad un'ottimizzazione dello stesso.

4) Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO

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

L'utilizzo congiunto e coordinato dell'e-commerce tra BW e Modenatur, oltre all'integrazione dei prodotti degli hub territoriali, permette di mettere in rete l'offerta dell'area turistica vasta e facilitare la programmazione del turista.

5) Descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti

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

TOTALE SPESE PREVISTE: € 300.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 300.000,00

PUNTEGGIO: 98

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

PIANO FINANZIARIO

IAT R **BOLOGNA** - INFORMAZIONE ED ACCOGLIENZA AL TURISTA

SPESE

personale addetto al front-office e al back-office <i>nel caso di uffici gestiti in appalto potranno essere rendicontate spese di personale in pianta organica dei Comuni o delle Unioni dei Comuni beneficiari in misura non superiore al 15% dell'importo totale ammissibile di tutte le ulteriori altre spese di progetto (al netto del personale il cui costo</i>	€ 231.675,00
--	--------------

<i>viene rimborsato dalla Regione Emilia-Romagna, ad esempio addetti Redazione Locale)</i>	
partecipazione a percorsi di aggiornamento	€ 5.000,00
riscaldamento e pulizia locali	€ 12.470,00
spese postali	€ 2.300,00
utenze telefoniche ed elettriche	€ 18.900,00
assistenza tecnica	€ 29.655,00
TOTALE	€ 300.000,00

AMBITO 1.a - Informazione e accoglienza al turista - IAT INNOVATIVI

10) Comune di Valsamoggia – IAT DIFFUSO COLLI BOLOGNESI

P.G. n. 74973, 74991 del 18/11/2024

Integrazione PG. n. 79371 del 3/12/2024

Estremi riconoscimento ufficio: Det. n. 2569 del 07/11/2023 e Det n. 2600 del 10/11/2023

SEDE

La Mandria - Via Risorgimento, 326, 40069 Zola Predosa;

Cà La Ghironda Resort - Via Leonardo da Vinci, 19, 40069 Zola Predosa;

Pro Loco Savigno Aps - Piazza XV Agosto, 40053 Valsamoggia loc. Savigno;

COPAPS Soc. coop. a R.L. - Via Panoramica, 36 c/o Parco della Chiusa, 40033 Casalecchio di Reno;

La Casola - Via San Martino, 22/D, 40050 Monte San Pietro;

Bar Due di Picche Snc - Via Lavino, 419/A, 40050 Monte San Pietro

RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

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

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

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

La sperimentazione intrapresa nel 2021 ha avuto come obiettivo il potenziamento dell'accoglienza turistica diffusa in un territorio che si presenta molto vasto (307,86 kmq) e la creazione di una rete virtuosa e collaborativa

tra gli operatori turistici del territorio e le amministrazioni. Il progetto si è consolidato e i comuni coinvolti, afferenti allo IAT HUB Appennino di Sasso Marconi, hanno portato in dote l'esperienza maturata e la consapevolezza della necessità di una formazione permanente, il coinvolgimento necessario delle realtà produttive e commerciali, vero presidio quotidiano del territorio e bussola sia dei flussi che delle richieste di turisti e visitatori in genere.

L'elemento chiave del progetto risiede nel fatto che i 4 Comuni coinvolti hanno un'estensione territoriale molto vasta, una eterogeneità di patrimoni culturali e naturalistici e una grande ampiezza di panorami, molto diversificata (e che include due Patrimoni Unesco uno materiale e uno immateriale).

Partendo da queste premesse e sulla base delle suddette considerazioni, già nel corso dell'anno 2024 si è provveduto a qualificare l'esperienza degli Info Point Diffusi attraverso l'adesione al sistema regionale degli IAT diffusi, che, in linea con il nostro progetto, permettono parimenti di garantire un'informazione turistica diffusa, con l'obiettivo principale di mettere in risalto le risorse uniche di ogni area attraverso una narrazione più ampia e grazie alle proprie reti e le proprie eccellenze.

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

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

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

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

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

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

- presidio del territorio dal basso, in termini di capacità di risposta ed accoglienza turistica, grazie ad un patrimonio di relazioni territoriali e conoscenze locali da salvaguardare e trasmettere. Avere delle attività coinvolte e impegnate in questo compito, significa, fra le altre cose, fare cultura e sensibilizzare sui temi dell'accoglienza turistica e del marketing territoriale e la capacità di sapersi raccontare, coinvolgendo sempre di più anche nuove realtà e start up.
- raccordo con i punti sovraordinati della rete, per garantire una corretta e puntuale informazione in tutti i portali ed iniziative istituzionali di racconto del territorio. Un raccordo sinergico con lo IAT-R di riferimento inoltre garantisce l'inserimento di adeguate proposte nei pacchetti turistici oggetto di commercializzazione.

- approccio all'accoglienza turistica in modo capillare e diffuso su tutto il territorio in cui anche gli attori privati affiancano quelli pubblici: questo approccio assume un ruolo fondamentale nel plasmare esperienze indimenticabili per i visitatori e nel promuovere lo sviluppo sostenibile delle comunità locali.
- racconto del territorio in modo coeso e coinvolgente, tassello fondamentale per un'esperienza turistica "immersiva", che non si limita alla visita delle principali attrazioni culturali e turistiche o all'esperienza enogastronomica di livello che il nostro territorio può vantare, ma riguarda ogni aspetto del vivere quotidianamente un territorio in modo autentico. In questo senso, anche una colazione al bar o una visita ad un'azienda agricola possono diventare parte integrante della visita e della conoscenza di un territorio, restituendo al visitatore un'esperienza di vicinanza e di autenticità che è sicuramente molto apprezzata e ricercata.

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

AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2025

Mettendo a valore l'esperienza degli oltre 30 Info Point diffusi già presenti sul territorio, e forti del riconoscimento - avvenuto nel corso dell'estate 2024 - dei 6 attuali IAT diffusi, per il 2025 si prevede di:

- mantenere un coordinamento unico di back office che si occupi di collegare la formazione e informazione tra gli IAT diffusi sul territorio e garantisca il raccordo con lo IAT-R di Sasso Marconi;
- programmare corsi di formazione per gli eventuali nuovi operatori e di aggiornamento continuo per gli IAT diffusi già riconosciuti;
- mantenere e aggiornare la fornitura di vetrofanie e totem da collocare negli IAT diffusi;
- realizzare materiale informativo digitale e cartaceo sui 4 comuni afferenti e sulla destinazione appennino;
- mantenere aggiornati i canali di comunicazione esistenti, adeguandoli al nuovo sistema di informazione turistica al fine di tenere collegati, coinvolti e informati anche tutti gli altri operatori che lavorano nel mondo dell'accoglienza e del turismo sui 4 territori coinvolti.
- Occorre, inoltre, lavorare al miglioramento dell'attrattività e dell'ospitalità del territorio per farlo competere attivamente sul mercato turistico nazionale e internazionale.
- In particolare si propone di:
 - integrare la rete dei percorsi e itinerari stradali e fuoristrada (per la bici, a piedi ed a cavallo) inquadrandoli all'interno di progetti regionali;
 - individuare soggetti specializzati per la costruzione e la commercializzazione di prodotti turistici tematici, in particolare su sport e outdoor, enogastronomia, cultura, wedding, ecc. coerenti con l'identità turistica del territorio.

Descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti:

Nell'ambito della formazione continua per gli operatori degli IAT diffusi già istituiti si prevede una formazione di minimo 10 ore (che diventeranno 10+10 in caso di nuovi punti di informazione turistica), sulle seguenti tematiche:

- Inquadramento del sistema turistico regionale e locale: aggiornamento continuo della normativa di riferimento;
- Storia del territorio, approfondimenti su emergenze culturali, naturali, artistiche, enogastronomiche che lo caratterizzano, conoscenza degli eventi principali;
- Turismo lento, cammini, cicloturismo, turismo enogastronomico: opportunità per il territorio e per le imprese;
- Strategie di marketing etico e valoriale per valorizzare la competitività degli operatori sul mercato;

- Indirizzi per creare un'offerta turistica adatta al viaggiatore contemporaneo e in linea con i punti di forza del territorio.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Elementi di integrazione nel sistema ERT/SITUR tramite lo IAT-IAT R di riferimento

Tra i principali obiettivi e le funzioni del coordinamento di back office vi sarà quello di produrre contenuti idonei sia dal punto di vista redazionale, sia dal punto di vista strutturale, alla pubblicazione sugli strumenti di comunicazione della Regione Emilia-Romagna al fine di arrivare a una piena integrazione fra sistema informativo locale ed ecosistema informativo digitale regionale. Strategico da questo punto di vista sarà il coordinamento con la redazione Appennino intrinseca al nostro IAT-R di riferimento al fine di creare un flusso di lavoro e di trasmissione efficace. Tali contenuti riguarderanno gli eventi e le iniziative stagionali organizzati sui territori, ma anche e soprattutto i punti di forza di un'offerta che riesce ad esprimersi al meglio in ogni stagione dell'anno.

2) Attività finalizzate al funzionamento di reti territoriali/virtuali di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale

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

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

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile

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

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

Inoltre, al fine di migliorare l'attrattività del territorio e monitorare i risultati attesi, si prevede di lavorare in sinergia con tutti gli operatori del territorio su:

- **accessibilità:** monitoraggio dell'accessibilità dell'offerta e indicazioni agli operatori di comportamento. Integrazione delle informazioni possedute sull'accessibilità delle strutture.
- **sostenibilità:** Realizzare servizi per la mobilità sostenibile con mezzi e bici elettriche per le strutture e le attività turistiche e in parcheggi intermodali, favorendo stazioni di caricamento per auto elettriche
- **innovazione:** avviare una attività di sensibilizzazione degli operatori sull'uso degli strumenti informativi digitali offerti ai turisti

4) Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO

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

TOTALE SPESE PREVISTE: € 30.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 20.000,00

PUNTEGGIO: 80

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

PIANO FINANZIARIO **RIMODULATO**

IAT DIFFUSO **COLLI BOLOGNESI** - INFORMAZIONE ED ACCOGLIENZA AL TURISTA

SPESE

spese di organizzazione percorso formativo iniziale e di aggiornamento degli aderenti	€ 12.200,00 € 8.133,33
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali cartacei	€ 2.500,00 € 1.666,67
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali in formato elettronico	€ 2.500,00 € 1.666,67
abbonamenti a piattaforme multimediali per la promozione turistica e a uno o più quotidiani contenenti le edizioni locali	€ 800,00 € 533,33
spese per il rafforzamento e miglioria del sistema di informazione e accoglienza turistica in ottica 4.0	€ 12.000,00 € 8.000,00
TOTALE	€ 30.000,00 € 20.000,00

Non ammesse spese per € 10.000,00 per superamento valore massimo da avviso pubblico.

11) Comune di Marzabotto – WELCOME ROOM

P.G. n. 74973, 74991 del 18/11/2024

Estremi riconoscimento ufficio: Det. n. 2385 del 17/10/2023

SEDE

Piazza XX Settembre n.1, 40043 Marzabotto

RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

Gli obiettivi della welcome room possono essere così individuati:

- garantire un sistema dinamico di informazione turistica che permetta di valorizzare le emergenze storiche e culturali, naturalistiche ed enogastronomiche, ma anche di informare ed aggiornare sugli eventi del Comune e del territorio dell'Unione Appennino Bolognese. Questo obiettivo viene raggiunto sia con la distribuzione di depliant, brochure, locandine e mappe del territorio all'interno della Welcome Room, ma l'esperienza del turista viene arricchita anche attraverso un totem multimediale, schermi informativi e interattivi e attraverso numerose app di valorizzazione del territorio ("Monte Sole App", "Marzabotto", "APPennino: Tesori tra i monti", planimetria interattiva dell'area archeologica del Museo Nazionale Etrusco di Marzabotto, ecc...). La condivisione di informazioni viene garantita anche durante gli orari di chiusura della Welcome Room, attraverso le pagine social sempre accessibili.
- mantenere la collaborazione attiva con la rete degli IAT, collaborando in modo specifico con lo IAT R di Sasso Marconi, punto di riferimento per l'intero sub-ambito dell'Appennino Bolognese garantendo la condivisione di informazioni riguardo la promozione e valorizzazione del territorio e dei suoi eventi e condividendo materiale cartaceo informativo e promozionale sia locale che non;
- creare una rete di collaborazione tra soggetti pubblici e privati in ambito turistico, ponendosi come struttura intermediaria istituzionale, non solo a livello locale, ma anche verso la Città Metropolitana di Bologna e la Regione, per sviluppare e aumentare la rete turistica operativa sul territorio.

AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2025

Confermare e migliorare gli obiettivi del 2024 con azioni mirate che permettano di:

- 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;
- mantenere la rete di collaborazione con soggetti locali pubblici e privati in ambito turistico (Ente Parco, GAL, tour operator, agenzie viaggi, Bologna Welcome, Comuni, altre associazioni e soggetti privati) per la realizzazione di un'offerta turistica coordinata;
- Ampliare l'offerta turistica e culturale nel comune di Marzabotto e comuni limitrofi sviluppando e aumentando la rete turistica operativa sul territorio;
- Accrescere le presenze nelle strutture ricettive di ristorazione e commercio valorizzando i servizi offerti;
- Rafforzare il rapporto tra territorio e visitatori e fidelizzare il turista in visita in modo che si generi un passaparola efficace.

Azioni che si intendono svolgere nel corso del 2025:

- Permettere una maggiore accessibilità alle informazioni turistiche e del territorio, in particolar modo storiche, promuovendo e rendendo fruibili eventi e attività dedicate alle persone con diverse disabilità;
- Promuovere percorsi turistici al Cimitero Storico di Casaglia e nei luoghi di Monte Sole con particolare attenzione alle persone con diverse disabilità;
- Promuovere una maggiore accessibilità e sostenibilità della fruizione turistica del territorio facendo diventare la Welcome Room di Marzabotto un punto di riferimento per il Cicloturismo locale: noleggio e-bike e mtb muscolari, informazioni sui percorsi cicloturistici, promozione all'utilizzo della stazione di assistenza per biciclette e ricarica e-bike posizionata di fronte alla Welcome Room).
- Completamento del nuovo sito istituzionale del Comune di Marzabotto, implementando una sezione dedicata alla Welcome Room che comprenda informazioni turistiche e di promozione del territorio; in particolare: informazioni storiche, principali punti di interesse, elenco delle strutture ricettive e di ristoro.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

- 1) Elementi di integrazione nel sistema ERT/SITUR tramite lo IAT-IAT R di riferimento**

Attualmente il Comune di Marzabotto è inserito in SITur (Sistema di Informazione regionale per il Turista). Per il prossimo anno l'Amministrazione intende implementare le forme di collaborazione con la Redazione Locale di Sasso Marconi, quale sede di IAT R e RL con riferimento al sub-ambito Appennino Bolognese, prevedendo sia incontri di programmazione tra gli operatori addetti al turismo dei due enti che collaborando all'implementazione delle bacheche informatiche che vedono una sezione dedicata al nostro Comune. La collaborazione prevede inoltre un miglioramento della condivisione delle iniziative di maggiore rilievo, per la promozione integrata attraverso i canali social (Facebook, Instagram e Telegram), sul sito <https://appenninobolognese.cittametropolitana.bo.it/it>, e <https://emiliaromagnaturismo.it/>.

2) Attività finalizzate al funzionamento di reti territoriali/virtuali di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale

La welcome room di Marzabotto prosegue la sua attività facendo leva sull'esperienza dell'Ufficio IAT, attivo fino al 31/12/2023. Questo ufficio ha già operato su un territorio più ampio, favorendo incontri con i Comuni dell'Appennino Bolognese e sviluppando collaborazioni con altri IAT e welcome room. Negli uffici verranno implementate le informazioni su desk e bacheche dedicate ai territori limitrofi, affiancati da un piano editoriale di comunicazione specifico e integrato, sia sui portali turistici che sui principali social network. Saranno creati drive per la condivisione di informazioni e un continuo scambio di materiali informativi a livello sovracomunale, elementi fondamentali per costruire una rete di collaborazione articolata su tre livelli:

- a) con l'Ufficio IAT R del Comune di Sasso Marconi
- b) con i Comuni privi di un infopoint, come Monzuno e Grizzana Morandi, per promuovere il Parco Storico di Monte Sole e la Rocchetta Mattei
- c) con ExtraBo e Bologna Welcome, che fungeranno da infopoint per la città di Bologna

Si sottolinea inoltre che, nell'ambito delle convenzioni in corso, il Comune di Marzabotto collabora attivamente con la Città Metropolitana e i Comuni di Casalecchio di Reno, Sasso Marconi, Grizzana Morandi, Camugnano e Castiglione dei Pepoli per la promozione dei cammini della Via della Lana e della Seta (parte bolognese del percorso) e con il Comune di Alto Reno Terme, Vergato e Castel di Casio, per la Via Francesca della Sambuca (parte bolognese del percorso).

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile

Accessibilità / sostenibilità /innovazione

- Ampliamento dell'offerta informativa multilingue: Realizzazione di materiali informativi e comunicativi in più lingue, volti a promuovere la conoscenza del patrimonio storico-culturale, delle attività e degli eventi organizzati sul territorio.
- Adattamento dell'offerta informativa per persone con disabilità: Sviluppo di contenuti accessibili a persone con disabilità visive e uditive, attraverso l'utilizzo di descrizioni audio, testi in Braille, sottotitoli e altre tecnologie assistive.
- Al fine di incrementare l'accessibilità e la sostenibilità della fruizione turistica del territorio, si propone di istituire presso la Welcome Room di Marzabotto un centro servizi dedicato al cicloturismo. Tale centro offrirà servizi di noleggio biciclette, assistenza tecnica e informazioni sui percorsi ciclabili, promuovendo così l'utilizzo della bicicletta come mezzo di trasporto ecologico e salutare. L'iniziativa si inserisce in un contesto di crescente attenzione verso le tematiche ambientali e di mobilità sostenibile, contribuendo a migliorare la qualità della vita dei cittadini e a valorizzare il patrimonio naturale e culturale del territorio.

4) Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO

La collaborazione attiva con la DMO e con l'Ufficio eXtraBO vuole strutturare un ampliamento dell'offerta turistica e culturale nel Comune di Marzabotto per accrescere le presenze nelle strutture ricettive di ristorazione

e commercio e per valorizzare il territorio comunale con lo sviluppo di offerte turistiche e pacchetti turistici indirizzati a singole famiglie, gruppi organizzati, enti e aziende. Attraverso incontri di coordinazione si vogliono confermare e ampliare alcuni prodotti specifici, sia pacchetti di più giorni (con pernottamento), sia tour giornalieri che permettano una valorizzazione specifica delle eccellenze nel territorio.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 30.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 30.000,00

PUNTEGGIO: 83

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

PIANO FINANZIARIO WELCOME ROOM MARZABOTTO - INFORMAZIONE ED ACCOGLIENZA AL TURISTA
--

SPESE

riscaldamento e pulizia locali	€ 2.500,00
spese di guardiania	€ 22.000,00
utenze elettriche	€ 4.000,00
assistenza e manutenzione strumenti informatici	€ 1.500,00
TOTALE	€ 30.000,00

12) Comune di Imola – WELCOME ROOM

P.G. n. 75146 del 18/11/2024

Integrazione PG. 79159 del 3/12/2024

Estremi riconoscimento ufficio: Det. n. 51 del 18/01/2024

SEDE

Galleria Centro Cittadino – via Emilia 135 – Imola

RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

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

AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2025

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

Mappa della città – formato A3 con i punti di interesse evidenziati;

Imola Eventi 2025 – dépliant bilingue dei principali eventi turistici;

Dove mangiare - lista completa della ristorazione aggiornato costantemente.

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

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

Allo stesso modo sarà costantemente aggiornata l'APP turistica [visitAREImola](#) (strumento bilingue).

Continuerà la distribuzione dei materiali prodotti e ricevuti attraverso il totem installato in esterno per consentire al turista di reperire materiale h24 - 7 giorni su 7.

Inoltre sarà mantenuta la distribuzione dei materiali turistici all'interno della stazione FS attraverso un totem rifornito più volte alla settimana già presente da anni. Saremo parte integrante del gruppo organizzativo dell'evento Sport al Centro sia per quanto riguarda la realizzazione dei materiali promozionali e l'aggiornamento del sito dedicato sia per quanto riguarda la predisposizione di un punto informativo all'interno della manifestazione che si svolge nel parco Acque Minerali e coinvolge ogni anno circa 10.000 persone provenienti da tutti i comuni del Circondario Imolese e dalla provincia di Ravenna. Collaboreremo con il servizio Area Promozione Circuito degli Eventi attraverso la gestione degli eventi in svolgimento nel centro città attraverso l'accoglienza, la promozione del territorio e la ricerca di strutture ricettive e ristorative.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Elementi di integrazione nel sistema ERT/SITUR tramite lo IAT-IAT R di riferimento

Continueremo a collaborare con la Redazione locale attraverso la verifica e l'aggiornamento dei contenuti.

2) Attività finalizzate al funzionamento di reti di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale

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

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile

- **Accessibilità** La Welcome Room è accessibile h 24 7 giorni su 7 a tutte le tipologie di utenza in quanto le porte di accesso alla galleria sono dotate di sensori di apertura automatica
- **Sostenibilità** /
- **Innovazione** Il monitor con consultazione touchscreen dalla galleria permette all'utente di consultare i siti per avere a 360° le informazioni, sia in italiano che in inglese, degli eventi in programma, del territorio e sull'autodromo.

4) Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO

Continueremo a collaborare con le DMO attraverso la condivisione delle informazioni.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 41.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 30.000,00

PUNTEGGIO: 60

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

PIANO FINANZIARIO RIMODULATO WELCOME ROOM IMOLA - INFORMAZIONE ED ACCOGLIENZA AL TURISTA

SPESE

riscaldamento e pulizia locali	€ 3.000,00
spese di guardiania	€ 30.000,00 € 19.000,00
utenze elettriche	€ 3.000,00

assistenza e manutenzione strumenti informatici	€ 2.000,00
stampa di materiale informativo e/o di accoglienza	€ 3.000,00
TOTALE	€ 41.000,00 € 30.000,00

Non ammesse spese per € 11.000,00 in quanto spese di personale diverso da guardiania.

13) Comune di Crevalcore – IAT DIFFUSO

P.G. n. 75183 del 18/11/2024, 75754 del 20/11/2024

Estremi riconoscimento ufficio: Det. n. 2386 del 17/10/2023 e Det. n. 700 del 17/04/2024

SEDE

Sezione Associazione nazionale Carabinieri di Crevalcore - Via della Pace 361, 40014 Crevalcore;

Pro Loco Crevalcore Aps - Viale Amendola 330, 40014 Crevalcore;

Motoclub Crevalcore Asd - Via del Bottazzo 229, 40014 Crevalcore

RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

Le azioni proposte nel 2025 mirano a potenziare l'accessibilità, la sostenibilità e l'innovazione dei servizi di informazione e accoglienza turistica, in linea con le evoluzioni del mercato turistico e i principi di turismo inclusivo e sostenibile. Le principali iniziative sono focalizzate su un miglioramento continuo dell'esperienza turistica, l'ottimizzazione delle risorse territoriali e la creazione di una rete più efficiente tra le strutture e gli operatori turistici, a livello territoriale comunale ma con respiro sovracomunale e con l'attenzione di creazione di un piano di sviluppo coerente con le linee di Destinazione.

Le attività possono così riassumersi:

Creazione di nuovi materiali museali in doppia lingua, con brochure e didascalie in italiano e inglese per completare l'offerta dei musei comunali, contribuendo a rendere il patrimonio accessibile a un pubblico internazionale e rispondere all'esigenza di abbattere le barriere linguistiche, pubblicizzare il territorio e migliorare l'esperienza di fruizione del patrimonio culturale, per attrarre e accogliere una più ampia tipologia di visitatori.

Percorso formativo per sottoscrittori IAT Diffuso e per sottoscrittori della Carta dei Servizi della Ciclovía del Sole, allo scopo di rafforzare le competenze degli operatori turistici locali, fornendo strumenti una gestione più sostenibile e accogliente del turismo. La formazione si concentrerà su temi come l'accoglienza, la promozione del territorio, la sostenibilità e la comunicazione efficace con i visitatori, con moduli dedicati anche alla gestione del cicloturismo in un programma che garantisca agli operatori la preparazione adeguata a rispondere alle esigenze di un mercato turistico in evoluzione.

Monitoraggio della raccolta dati sugli accessi dei visitatori presso le sedi dello IAT Diffuso per raccogliere informazioni dettagliate sui comportamenti e le preferenze dei turisti. L'analisi dei dati permetterà di adattare l'offerta turistica alle necessità emergenti, migliorando la qualità del servizio e ottimizzando le risorse territoriali. L'integrazione dei dati raccolti con le piattaforme ERT/SITUR e eXtraBo garantirà una gestione più efficiente e mirata dell'offerta turistica.

Rafforzamento della comunicazione capillare con Redazione Locale, regolare e coordinata, per rafforzare la visibilità delle iniziative turistiche e culturali. L'uso di contenuti periodici e la distribuzione su vari canali, inclusi i social media, garantiranno una maggiore affluenza turistica e un coinvolgimento della comunità locale. La rete territoriale di IAT R sarà coinvolta per supportare la diffusione delle informazioni e migliorare la visibilità delle attività locali.

Messa a punto del sistema di coordinamento con eXtraBO, per permettere una distribuzione più efficace delle informazioni turistiche, attraverso un aggiornamento periodico dei materiali promozionali e la creazione di linee guida comuni. L'obiettivo è migliorare l'integrazione dei servizi turistici e facilitare l'accesso dei turisti a informazioni aggiornate e coerenti, utilizzando sia canali digitali che tradizionali.

Le azioni proposte miglioreranno l'accessibilità, la sostenibilità e l'innovazione dei servizi turistici, in modo da rispondere alle nuove esigenze del mercato e ai principi di inclusività. L'integrazione con il sistema ERT/SITUR e con eXtraBo, insieme alla raccolta di dati e al miglioramento dei materiali informativi, consentirà una gestione più efficiente e un'offerta turistica più mirata e di qualità. Il rafforzamento della comunicazione capillare e la formazione degli operatori locali sono fondamentali per promuovere un turismo sostenibile e per garantire che il territorio risponda alle sfide e alle opportunità del settore turistico, ponendosi l'obiettivo di elevare la qualità dell'esperienza turistica e ottimizzare le risorse disponibili.

AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2025

- 1) **Creazione di nuovi materiali museali in doppia lingua (brochure e didascalie)**, con l'obiettivo di rendere il patrimonio museale comunale accessibile ad un pubblico più ampio e internazionale, Incrementare l'accessibilità e l'attrattiva dei musei migliorando dunque l'esperienza dei visitatori. Le attività previste sono la creazione di brochure informative e didascalie bilingui (italiano e inglese) per facilitare la fruizione da parte dei visitatori stranieri, attraverso una progettazione grafica dei materiali per garantire un layout coerente e comprensibile.
- 2) **Percorso formativo per sottoscrittori IAT Diffuso**, con l'obiettivo di potenziare le competenze degli operatori locali in ambito turistico e promuovere un turismo sostenibile e di qualità, realizzando workshop formativi per i sottoscrittori IAT Diffuso, con moduli specifici su accoglienza, promozione del territorio e sostenibilità e formazione specifica su strategie di comunicazione e interazione con i visitatori.
- 3) **Incremento della raccolta dati sugli accessi dei visitatori presso lo IAT Diffuso**, con lo scopo di monitorare i flussi turistici per migliorare l'esperienza dei visitatori e ottimizzare l'offerta turistica. L'analisi territoriale permette di identificare tendenze, preferenze e comportamenti dei turisti, consentendo, dalla base locale fino a più ampia scala, agli operatori turistici e agli enti locali di adattare le loro proposte alle esigenze reali dei visitatori.
- 4) **Rafforzamento della comunicazione capillare con Redazione Locale**, con l'obiettivo di rafforzare la visibilità delle iniziative e delle offerte turistiche tramite una comunicazione coordinata e strutturata, cadenzata da contenuti promozionali periodici con attenzione alle tematiche locali e agli eventi stagionali, coinvolgendo la rete territoriale di IAT R e con il coinvolgimento di IAT R per un supporto nella distribuzione dei contenuti su vari canali, inclusi social media e stampa locale, ai fini di una visibilità delle attività locali, maggiore afflusso turistico e coinvolgimento della comunità.
- 5) **Messa a punto del sistema di coordinamento con eXtraBo**, con l'obiettivo di creare un sistema di coordinamento efficiente tra il territorio e il progetto eXtraBo per migliorare l'integrazione dei servizi turistici, tramite la definizione di linee guida per il coordinamento delle attività, con aggiornamenti periodici dei contenuti e dei materiali promozionali digitali e cartacei, per una migliorata sinergia tra il territorio e la piattaforma digitale.

Descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti:

Prosecuzione del percorso formativo avviato nel 2024 con lo scopo di fornire ai sottoscrittori dello IAT Diffuso le competenze per rispondere alle esigenze di sviluppo turistico territoriale, sostenibile e orientato all'eccellenza nell'accoglienza e nella promozione del territorio e al consolidamento della rete IAT Diffuso.

Il programma formativo rivolto ai sottoscrittori della rete IAT Diffuso li preparerà a fornire informazioni e supporto ai turisti in modo professionale e coerente con gli standard della rete territoriale, vertendo su aspetti pratici, di accoglienza e di sostenibilità:

- **Corso di ciclofficina di base:** formazione dedicata alla manutenzione e alla riparazione delle biciclette, per consentire agli operatori di offrire supporto tecnico di base ai turisti in bicicletta e rispondere quindi all'esigenza di rendere il territorio più accogliente per il cicloturismo, potendo dare supporto ai visitatori che scelgono mezzi di trasporto sostenibili.
- **Accoglienza, comunicazione e promozione del territorio:** conoscenza del patrimonio naturale e culturale locale e sulle pratiche sostenibili di valorizzazione del territorio. Migliorare le competenze nell'accoglienza dei visitatori, garantendo un approccio professionale e accogliente elementi di comunicazione digitale, per migliorare l'uso dei social media e delle piattaforme online come strumenti di interazione e promozione.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Elementi di integrazione nel sistema ERT/SITUR tramite lo IAT-IAT R di riferimento

Si punta a consolidare il calendario delle attività comunali, assicurando che tutte le iniziative, gli eventi e le manifestazioni locali siano adeguatamente documentate e inserite nel sistema ERT/SITUR, consentendo una pianificazione più organica e una visibilità coordinata, facilitando l'accesso alle informazioni per turisti e fruitori e migliorando la distribuzione delle risorse locali. Sarà implementato un sistema di comunicazione regolare tra lo IAT Diffuso e il sistema ERT/SITUR, che permetterà uno scambio continuo di informazioni su attività, eventi, promozioni e aggiornamenti turistici. Questa comunicazione frequente e coordinata tra le strutture garantirà che tutte le informazioni diffuse siano aggiornate e accurate, aumentando la qualità del servizio informativo offerto all'utenza. Gli eventi di rilevanza territoriale saranno promossi in maniera capillare e inclusiva attraverso il sistema ERT/SITUR, utilizzando i canali di comunicazione messi a disposizione dallo IAT R. Questa integrazione permetterà di raggiungere un pubblico più vasto, sia a livello locale sia regionale, rafforzando la presenza degli eventi del territorio nel palinsesto regionale e massimizzando l'afflusso di visitatori. Questi elementi di integrazione garantiranno un coordinamento ottimale tra l'offerta territoriale e i sistemi ERT/SITUR, migliorando la visibilità del territorio, la gestione delle risorse e la qualità dell'esperienza turistica complessiva.

2) Attività finalizzate al funzionamento di reti territoriali/virtuali di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale

Rafforzare la visibilità delle iniziative e delle offerte turistiche tramite una comunicazione coordinata e strutturata, cadenzata da contenuti promozionali periodici con attenzione alle tematiche locali e agli eventi stagionali, coinvolgendo la rete territoriale IAT Diffuso, IAT R ed eXtraBo per un supporto nella distribuzione dei contenuti su vari canali, per una maggiore visibilità delle attività locali e coinvolgimento della comunità.

Si metterà a punto il sistema di coordinamento con IAT R ed eXtraBo, con l'obiettivo di creare un sistema di coordinamento efficiente tra il territorio e i progetti sovracomunali per migliorare l'integrazione dei servizi turistici, tramite la definizione di linee guida per il coordinamento delle attività, con aggiornamenti periodici dei contenuti e dei materiali promozionali digitali e cartacei, per una migliorata sinergia tra il territorio e la piattaforma digitale. Tale approccio favorisce una condivisione fluida delle informazioni relative agli eventi, alle attrazioni turistiche e ai servizi locali, garantendo che i visitatori abbiano accesso a informazioni aggiornate e coerenti, indipendentemente dal punto di accesso, tramite una gestione centralizzata e accessibile delle informazioni turistiche. Le azioni svolte verteranno sullo stabilire protocolli di comunicazione regolari e strutturati con lo IAT R di riferimento, creando un flusso informativo continuo per l'aggiornamento su eventi, iniziative e modifiche dell'offerta turistica sovracomunale. La sinergia con eXtraBo permetterà di promuovere eventi e attrazioni locali su scala più ampia, incrementando l'attrattività del territorio e facilitando il raggiungimento di un pubblico più vasto.

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile

- **accessibilità:** creazione di materiali informativi museali in doppia lingua, italiano e inglese. La produzione di materiali informativi museali in italiano e inglese permette di rendere le informazioni accessibili anche ad un pubblico internazionale. Brochure, didascalie e pannelli esplicativi bilingue migliorano la fruibilità dei contenuti, consentendo ai turisti stranieri di godere appieno del patrimonio culturale, limitando le barriere linguistiche. Questa iniziativa rientra nell'impegno per un turismo più inclusivo, favorendo un'accoglienza più rispettosa.
- **sostenibilità:** promozione di azioni che incentivino la diffusione del cicloturismo come forma di turismo sostenibile, tramite la formazione della rete territoriale IAT Diffuso di percorsi ciclabili, alla valorizzazione del territorio e all'incentivo dell'uso della bicicletta come mezzo primario per esplorarlo, nell'ottica di convogliare un turismo ciclabile che permette al visitatore di fruire del paesaggio e della cultura locale in modo consapevole.
- **innovazione:** raccolta dati sugli accessi dei visitatori presso lo IAT Diffuso, con lo scopo di monitorare i flussi turistici per migliorare l'esperienza dei visitatori e ottimizzare l'offerta turistica. L'analisi territoriale permette di identificare tendenze, preferenze e comportamenti dei turisti, consentendo, dalla base locale fino a più ampia scala, agli operatori turistici e agli enti locali di adattare le loro proposte alle esigenze reali dei visitatori, in dialogo con IAT R e eXtraBo.

4) Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO

Le attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO e la collaborazione con Fondazione Bologna Welcome saranno strutturate attraverso la collaborazione per attività promozionali congiunte, evidenziando le attrazioni turistiche, gli eventi culturali, le esperienze enogastronomiche e naturali. Grazie allo sviluppo territoriale, si coadiuverà il servizio di pacchetto turistico Verona-Bologna grazie al coinvolgimento del territorio. I materiali promozionali, come brochure, mappe e guide digitali, verranno distribuiti congiuntamente anche a Fondazione Bologna Welcome e altre DMO regionali. La creazione di materiale bilingue, l'utilizzo di QR code per accesso rapido a informazioni e l'offerta di supporto digitale (siti web e app) garantiranno che le informazioni siano facilmente accessibili e ben distribuite tra i turisti e gli operatori locali. Gli operatori locali, dai sottoscrittori Carta Servizi della Ciclovia del Sole allo IAT Diffuso, saranno coinvolti nella raccolta di feedback dai turisti, che verranno condivisi per migliorare l'offerta e l'esperienza turistica. Con queste azioni si intende rafforzare la cooperazione tra il territorio e le DMO, migliorando la promozione del territorio, facilitando l'accesso alle informazioni turistiche e incentivando un'esperienza turistica di alta qualità e sostenibile.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 12.859,78

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 12.859,78

PUNTEGGIO: 80

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

PIANO FINANZIARIO	
IAT DIFFUSO CREVALCORE - INFORMAZIONE ED ACCOGLIENZA AL TURISTA	
SPESE	
spese di organizzazione percorso formativo iniziale e di aggiornamento degli aderenti	€ 3.599,00
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali cartacei	€ 6.710,00
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali in formato elettronico	€ 1.269,78

spese per il rafforzamento e miglioria del sistema di informazione e accoglienza turistica in ottica 4.0	€ 1.281,00
TOTALE	€ 12.859,78

BOLOGNA

AMBITO 1.b - Animazione e intrattenimento turistico – IAT RESERVATION E IAT

1) Comune di Sasso Marconi - IAT R

P.G. n. 74983 del 18/11/2024

RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

Non tutti sanno che i colli Bolognesi hanno un ottimo tartufo bianco pregiato e che su questo territorio ci sono ben 4 città del tartufo (Sasso Marconi, Valsamoggia, Castel di Casio e Camugnano). Per valorizzare questo prodotto i comuni, coordinati da Città Metropolitana di Bologna e dal Territorio Turistico Bologna-Modena, organizzano la manifestazione "Tartufesta", un evento di eccellenza che sta sempre più crescendo e diventando un appuntamento ricorrente per turisti italiani e stranieri per degustare il tartufo.

La **Tartufesta** di Sasso Marconi è una delle principali del territorio, si svolge sempre l'ultimo week end di ottobre, l'1 novembre e il primo week end di novembre, ed è oggi alla sua **32°** edizione.

Il pregiato tartufo bianco dei Colli Bolognesi è l'indiscusso protagonista di una kermesse che ormai da più di 30 anni rappresenta una grande occasione di richiamo per gli amanti della buona tavola e dello stare insieme: le vie del centro cittadino si animano con bancarelle cariche di tartufo e dei prodotti tipici dell'Appennino, curiosità e specialità gastronomiche provenienti da diverse regioni italiane, offrendo a cittadini e visitatori la possibilità di compiere un vero e proprio viaggio sensoriale tra colori, profumi e sapori d'autunno.

Alla manifestazione fanno da sfondo spettacoli, mostre, visite guidate e iniziative dedicate ai più piccini: tante iniziative che fanno di Tartufesta non solo un evento gastronomico tra i più sentiti e partecipati della regione, ma anche un'importante occasione di promozione e valorizzazione del patrimonio artistico-ambientale del territorio Chiari e precisi i criteri per fregiarsi del titolo di Tartufesta che il Comune di Sasso Marconi si è impegnato a rispettare con la firma di una Carta della Qualità:

1. Organizzare una manifestazione incentrata prevalentemente sul Tartufo bianco pregiato dei Colli Bolognesi, sulle altre eccellenze eno-gastronomiche, di artigianato e di altre produzioni locali, sulla valorizzazione del paesaggio e di eventuali emergenze storico culturali presenti. Qualora dovesse scarseggiare il prodotto principale, affiancare al tartufo altre produzioni tipiche e stagionali quali funghi e prodotti del bosco e del sottobosco (mirtilli, lamponi, etc.), al fine di mantenere sempre un aspetto identitario del territorio;
2. Coinvolgere gli esercizi commerciali e di ristorazione del proprio territorio affinché organizzino un'offerta qualificata per i visitatori, rispettando l'apposito Decalogo per i ristoratori;

3. Prevedere momenti di informazione, valutazione delle qualità del prodotto, animazione e degustazione per i visitatori a cura dei produttori, delle aziende multifunzionali (agriturismi, fattorie didattiche) e delle associazioni locali;
4. Collaborare all'ideazione e gestione di iniziative comuni a tutti gli Enti partecipanti (calendario, eventi, corsi, campagna promozionale, concorsi, gemellaggi...);
5. Prevedere la presenza di un "mercato contadino e artigiano" con i produttori e i prodotti locali di eccellenza che preveda anche la vendita del Tartufo;
6. Cercare un accordo con gli altri Comuni partecipanti per evitare sovrapposizioni di date o, nel caso di sovrapposizioni, cercare di caratterizzare in maniera forte e distintiva le manifestazioni;
7. Evitare la presenza promiscua di banchetti con merce varia, estranea al tema della manifestazione e senza una identità ed una originalità dell'offerta;
8. Aderire al tavolo per il coordinamento della manifestazione istituito dalla Città metropolitana;
9. Collaborare all'ampliamento della Tartufesta affinché diventi una manifestazione che si realizza durante tutto l'arco dell'anno per valorizzare anche le varietà minori di Tartufo e il legame territorio-Tartufo;
10. Utilizzare il logo di Tartufesta sui materiali di comunicazione;
11. Riportare sui materiali promozionali i loghi di eventuali sponsor che sostengono le iniziative trasversali e comuni a tutti gli Enti partecipanti;
12. Concordare se possibile l'apertura dei luoghi di interesse turistico e culturale;
13. Organizzare visite guidate (in bus, a piedi o in bicicletta) alla scoperta del territorio;
14. Collaborare con i tour operator alla costruzione di pacchetti turistici;
15. Realizzare un evento il più possibile sostenibile, applicando metodi per il riuso e la minimizzazione dei rifiuti e dell'impatto ambientale, eventualmente coordinandosi con iniziative territoriali attivate sul tema.
16. Promuovere in generale non solo il tartufo ma i prodotti dell'appennino bolognese

AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2025

L'edizione 2025 sarà dedicata ai 5 sensi e in particolare all'olfatto.

Tour olfattivi dedicati a turisti ma anche a ipovedenti saranno la principale innovazione.

Sarà una festa ecosostenibile (vedere linee guida) e accessibile

Una Campagna di comunicazione Pop ne caratterizzerà gli elementi di attrattività: il prodotto, l'arte culinaria, le colline del gusto, i produttori.

L'evento 2025 cercherà di attrarre oltre che i gruppi organizzati e i turisti "generici" soprattutto i Millennials (1981- 1996): il target del presente, la generazione della filosofia di vita in cui conta l'esperienza, non il prodotto, che ama condividere e ha un forte senso di community; sono single che viaggiano in piccoli gruppi di amici ma anche famiglie con bambini dipendenti; sono accomunati da un nuovo modo di viaggiare, sono attenti all'aspetto social del viaggio, non amano il rischio, verificano tramite i loro network e fonti attendibili prima di comprare; prima generazione a trovarsi ad avere a che fare con il mondo digitale, avendo un ruolo attivo grazie all'utilizzo dello smartphone; lanciando specifiche campagne social.

Azioni anno 2025	Marzo/ Aprile	Giugno	Luglio/ Agosto	Settem- bre	Otto- bre	Novem- bre
1. Organizzazione dell'evento incontri preventivi per coordinare i diversi attori del progetto: uffici comunali appennino slow pro loco ristoratori aziende agrituristiche Definizione zone del centro e loro caratterizzazione						
2. Coinvolgimento del territorio e delle aziende produttive incontri ad hoc avviso sul sito comune e infosasso Avviso on line con pagamento pagopa						
3. Invito agli oltre 150 stand e ai ristoratori locali lettere suap e avviso						
4. Definizione del piano economico						
5. Ideazione e realizzazione show cooking all'interno della manifestazione con i ristoratori della piazza						
6. Ideazione Percorsi in azienda vitivinicole di avvicinamento a Tartufesta 2025 Realizzazione momenti dedicati a Degustazioni di vino durante Tartufesta w025						
7. Ideazione e organizzazione tour olfattivo per ipovedenti contatti con associazioni di riferimento, incarico ad esperto ideazione tour						
8. Ideazione e realizzazione della campagna di comunicazione/realizzazione Conferenza stampa Manifesti Opuscolo Social con racconto PoP di avvicinamento						
9. Definizione del programma e organizzazione delle attività						
10. Noleggio strutture e attivazione contratti (sicurezza bagni eventi ecc) garette per: Impianto elettrico Stand Sicurezza Bagni Estintori Spettacoli Trenino Tour olfattivo						
11. Noleggio "trenino"						
12. Montaggio strutture e Realizzazione vento						

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

- 1) **Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti**

Tartufesta è diventata negli anni un importante evento a livello non solo locale. Evento capace di potenziare l'attrattività del territorio bolognese: 5 giorni di eventi che possono facilmente offrire un motivo in più al turista per fermarsi sul territorio bolognese. Tartufesta rientra a pieno fra gli obiettivi di cui alle linee guida triennali per la promo-commercializzazione regionale 2025-2027- Food&Wine:

- Sviluppare azioni sistemiche di promozione e commercializzazione, sia promuovendo i prodotti tradizionali che incrementando le iniziative di sostegno ai prodotti brand legati alle filiere e alle reti produttive;
- Capitalizzare i valori turistici-identitari, intendendo con ciò la necessità di sfruttare al massimo la loro essenza comunicativa, comprendendo tutti quei prodotti, territori e peculiarità che rendono unica la nostra regione e la identificano sulla mappa turistica;
- Promuovere la sostenibilità ambientale e sociale: integrare azioni concrete per favorire la sostenibilità nel settore turistico. Questo potrebbe includere iniziative per ridurre l'impatto ambientale, incoraggiare il turismo responsabile e garantire l'inclusione sociale e l'accessibilità per tutti i visitatori.

2) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione

- **Accessibilità:** Per il 2025 inoltre saranno previsti tour olfattivi dedicati ai turisti ed anche agli ipovedenti, che si aggiungeranno ai parcheggi riservati nelle vicinanze della festa per persone con disabilità motoria e il noleggio del trenino per fungere da navetta dalla stazione ferroviaria e dai parcheggio più lontani dal centro città.
- **Sostenibilità:** I partecipanti sono invitati ad allinearsi e condividere “Le Linee Guida per Feste Sostenibili” piano operativo annuale di attuazione del PAESC.
- **Innovazione:** Per quanto sia un evento consolidato, nel 2025 intenzione innovarlo con alcune azioni mirate a rilanciarlo: 1) Noleggio “Trenino” per diminuzione utilizzo macchine; 2) Tour olfattivo per ipovedenti e turisti; 3) Ideazione campagna di comunicazione “pop”; 4) eventi nella piazza centrale dedicati al gusto e all’artigianato del gusto. Show cooking – Degustazioni di vino dei colli bolognesi Visite nel periodo precedente ad aziende.

3) Valorizzazione e promozione di elementi identitari in grado di innalzare la capacità di attrazione dei territori e innescare processi di qualificazione e rivitalizzazione del territorio

La valorizzazione e promozione del tartufo e più in generale del prodotto locale e delle abilità culinarie (il vino dei colli bolognesi, la “sfoglia” fatta in casa, la castagna, i sughi derivanti dalla recente vendemmia ecc) sono elementi certamente identitari di una comunità. Il cibo è elemento attrattivo per sua natura. Il vivere una comunità attraverso i suoi sapori ed odori è quanto di più semplice per attrarre un visitatore. Prodotti di qualità, spesso identificati quali prodotti IGP o DOP possono attrarre il turista e allo stesso tempo avvicinarlo alla conoscenza di una comunità che attraverso la cucina spesso caratterizza il proprio modo di essere. Nella cultura popolare la città di Bologna è conosciuta anche come Bologna la grassa, perché la cucina ha da sempre una forte tradizione nelle abitudini locali. In Tartufesta sarà presente la tradizione cittadina ma anche la tradizione montanara: i ciacci i borlenghi le crescentine e piadine, così come la castagna in tutte le sue vesti: il castagnaccio, la frittella oltre ai tradizionali marroni arrosto. Un ricco spazio sarà dedicato al mercato contadino con i produttori agricoli del territorio dell’appennino. I ristoratori del territorio si esprimeranno in menù speciali tra modernità e tradizione.

4) Caratteristiche di integrazione e diversificazione di prodotti e servizi inerenti a settori economici diversi

Il disciplinare di qualità che dovrà essere seguito dai diversi ristoratori permetterà una stretta sinergia fra il mondo della ristorazione e quello dei viticoltori e dei produttori agricoli L’inclusione degli ipovedenti permetterà integrazione fra sociale e imprese che operano nel turismo. Il commercio di vicinato trarrà un evidente vantaggio dall’organizzazione dell’evento dando opportunità di incasso a negozi che da tempo vedono continue chiusure nel centro storico. Albergatori e ristoratori locali (molti dei quali coinvolti nella Piazza del Gusto) potranno godere di un aumento di prenotazioni e di un’opportunità di accrescimento degli incassi.

L’area camper presente presso un albergo del territorio potrà godere dell’afflusso di camperisti che ormai da alcuni anni scelgono tartufesta come meta.

Criteria e modalità di riscontro dei risultati

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Campagna di comunicazione potenziata e rivolta a nuovi mercati	Contratti e materiali sulle uscite
Realizzazione evento	Foto e video
Noleggio “Trenino” per diminuzione utilizzo Macchine	Contratto
Tour olfattivo per ipovedenti e turisti	Breve Report
Visite alle aziende vitivinicole	Breve Report e fotografie

Eventi nella piazza centrale dedicati al gusto e all'artigianato del gusto	Programma e report evento
--	---------------------------

TOTALE SPESE PREVISTE: € 30.000,00
TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 30.000,00
PUNTEGGIO: 88
FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

Spese per eventi o manifestazioni, di carattere enogastronomico, culturale, storico, religioso, naturale, sociale, ludico, sportivo e ricreativo, iniziative complementari all'offerta turistica del Territorio Turistico di Bologna-Modena	
Ideazione e organizzazione eventi o manifestazioni	€ _____
Realizzazione eventi o manifestazioni impianto elettrico 16.500,00 le spese di realizzazione sono molto più alte (sicurezza, bagni chimici, gazebo, spettacoli ecc.) ma non vengono indicate perché si supererebbe il limite di spesa ammissibile (euro 30.000,00) e in parte vengono coperte dalle quote di partecipazione degli espositori. Vengono qui indicate solo le spese non coperte da altre voci di entrata e pertanto oggetto di domanda di contributo PTPL	€ 16.500,00
Ideazione, realizzazione e promozione di itinerari tematici e esperienze Ideazione e realizzazione di un tour olfattivo per ipovedenti aperto a tutti e laboratori del gusto in azienda o nella piazza di tartufesta con aziende del Territorio	€ 3.000,00
Ideazione e realizzazione di un piano di comunicazione Pop che comprenda grafica, narrazione, acquisto sponsorizzate, acquisto campagna promozionale sui bus di Bologna, piano di comunicazione rivolto non solo all'ambito bolognese o nazionale ma anche su riviste specializzate	€ 5.000,00
Stampa di materiale informativo 1 pieghevole a tre ante 2.000,00 copie in lingua italiana e inglese specifico su tour olfattivo e laboratori del gusto 15.000 opuscoli formato A4 con piega e minimo 10 pagine – lingua italiana	€ 1.500,00
Altro (specificare) Noleggio "trenino" per servizio da stazione ferroviaria e parcheggi a centro città	€ 4.000,00
TOTALE	€ 30.000,00

2) Comune di Alto Reno Terme - IAT

P.G. n. 74983 del 18/11/2024

RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

Per quanto riguarda l'animazione e l'intrattenimento turistico Il Comune di Alto Reno Terme attraverso l'Ufficio di Informazione e Accoglienza Turistica IAT:

1. Coordina e collabora con le associazioni del territorio al fine di creare un calendario eventi comunale cercando di evitare sovrapposizioni dannose e promuovendolo sui maggiori canali digitali e tradizionali quali: Bologna Estate e Sagre e Feste, pagine social e web degli uffici coordinati dalla RL, newsletter, totem pubblicitario cittadino, la diffusione del cartaceo (limitata), promozione su radio locali (RDM),

quotidiani (La Nazione, Il Resto del Carlino) e presso gli altri uffici della zona Appennino Bolognese oltre che ed eXtraBo;

2. Organizza e gestisce direttamente tramite Appennino Slow alcuni eventi turistici sul territorio, patrocinati e finanziati dall'Ente;
3. Cura tutte le pratiche amministrative (SCIA, SIAE, antincendio, sicurezza, sorveglianza, eventuale biglietteria ecc...) per quanto riguarda gli eventi organizzati direttamente, mentre assiste nella compilazione tutte le Associazioni che ne fanno richiesta;
4. Partecipa ai tavoli turistici locali per l'organizzazione e promozione di eventi;
5. Partecipa a fiere nazionali ed internazionali per promuovere il prodotto "Appennino" a tutto tondo.

L'ufficio presta inoltre il proprio supporto ad eventi come il Porretta Soul Festival garantendo un'apertura continua nei quattro giorni di durata (anche serale) e cercando di indicare le strutture ricettive disponibili anche in altri Comuni ai turisti che iniziano a prenotare con largo anticipo. Si occupa anche della programmazione e del coordinamento, assieme alle associazioni del volontariato, degli eventi di tutto l'anno producendo un calendario eventi cartaceo e una grafica promozionale dedicata al web. L'utilizzo del totem pubblicitario posizionato nel centro cittadino, è di grande aiuto per la promozione locale e viene costantemente aggiornato con le locandine degli eventi dei dintorni. Infatti raccogliamo materiale di tutta la zona e lo promuoviamo utilizzando i nostri canali social e tradizionali.

AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2025

Il progetto di animazione e intrattenimento turistico per l'anno 2025 prevedrà la gestione, organizzazione e attuazione di alcuni eventi raccolti in un cartellone unico denominato "ART: Musica e spettacolo" comprendente alcune iniziative volte a diversi target di mercato. Tali iniziative sono:

- I Suoni dell'Alto Reno: concerti di musica dal vivo effettuati all'interno delle Chiese e Pievi dei territori di Alto Reno Terme, una rassegna che da decenni viene svolta sul territorio e che regolarmente viene inserita all'interno del cartellone promozionale di Bologna Estate. Il direttore artistico di grande valore oltre che insegnante, Maestro Gianni Landroni, suonerà accompagnato da orchestre con strumenti adatti alla musica solenne quali chitarra, organo, violoncelli e pianoforte in contesti suggestivi e religiosi. Le date saranno 5 e si svolgeranno dalla metà di luglio alla metà di agosto, infrasettimanali con ingresso gratuito;
- Porretta Accordeon Show: concerto gratuito che si terrà presso l'arena all'aperto Rufus Thomas Park in centro a Porretta Terme. Il fisarmonicista e musicista Stefano Capitani accompagnato da artisti eccellenti nel settore della fisarmonica e filuzzi, ma anche musiche popolari. Anche questa iniziativa viene inserita da anni all'interno del cartellone promozionale di Bologna Estate, si terrà come solitamente la settimana dopo ferragosto;
- Porretta in passerella: sfilata di moda e spettacolo di intrattenimento che annualmente si svolge al Rufus Thomas Park di Porretta Terme per inaugurare la stagione estiva e quindi nel mese di giugno. Vengono coinvolte alcune realtà imprenditoriali della cittadina e le giovani ragazze delle scuole che sfileranno con i capi più alla moda del momento, mentre il pubblico sarà intrattenuto da musiche, balli, canti e aneddoti;
- Il ballo torna in scena! Rassegna ormai giunta a numerose edizioni, indirizzata principalmente ai clienti termali, ma non solo, prevede 12 spettacoli danzanti che si svolgeranno all'interno del Parco Rufus Thomas che, per l'occasione, prevede il montaggio di una pista da ballo molto spaziosa. Il Dj intratterrà la serata con musiche di ogni tipo: dal liscio, alla musica latina, dai balli di gruppo alle ballate lente a partire da fine giugno con appuntamenti settimanali.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

- 1) **Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti**

Il progetto prevede una grande segmentazione di mercato, difatti i target ai quali si propone sono tra i più diversi, di tutte le età e con bisogni differenti. Il Comune di Alto Reno Terme propone già numerosi eventi, anche importanti per richiamo turistico e incentrati su concerti dal vivo di musica soul, rock, prog o pop. Risulta difficile inserirsi all'interno delle iniziative organizzate dalle associazioni cercando di proporre attività diversi da quelli già assodati. E' per questo che il progetto è incentrato su rassegne musicali di nicchi, eventi popolari quali il ballo oppure spettacoli trasversali quali quelli della sfilata. Eventi certamente diversi rispetto ai canoni abituali, ma che da anni portano numerosi turisti e fruitori sul territorio. Punti a favore del potenziale attrattivo sono: la gratuità di ogni spettacolo, l'alta qualità delle performance, l'intrattenimento serale al fresco quando nelle città vicine la calura avvolge l'aria, ma anche intrattenimento per le numerose presenze legate al termalismo e ai villeggianti che, sebbene non risultino tra le statistiche legate ai pernottamenti, sono molto presenti nel nostro territorio e partecipano attivamente all'economia del luogo favorendo il concetto strategico di marketing territoriale per l'intera area. Ed è proprio a questo che l'Ente, tramite anche il gestore dell'ufficio IAT, vuole puntare ovvero a coordinare la destinazione intesa come SLOT (Sistema Locale di Offerta Turistica) a tutto tondo, comprendendo tutte le attività legate al vitto e alloggio, ma anche dedicandosi all'intrattenimento e a tutte quelle risorse "secondarie" che possono rendere un luogo appetibile e vivo all'interno del contesto della Destinazione Turistica Appennino Bolognese.

2) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione

Accessibilità

- Tutti gli eventi organizzati dal Comune in collaborazione con il gestore dello IAT saranno accessibili alle persone con disabilità cercando di accoglierle al meglio e offrire il supporto necessario affinché riescano a godere degli spettacoli proposti;

Sostenibilità

- 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 qualora necessario e non più di plastica in tutti gli eventi previsti a calendario;

Innovazione

- Promozione degli eventi utilizzando il totem pubblicitario cittadino già operativa e lo schermo multimediale che verrà attivato dal gestore dell'ufficio oltre all'utilizzo dei social media;

3) Valorizzazione e promozione di elementi identitari in grado di innalzare la capacità di attrazione dei territori e innescare processi di qualificazione e rivitalizzazione del territorio

Tutte le iniziative in programma, essendo rassegne consolidate nel tempo, riescono a rispecchiare alcuni degli elementi identitari del territorio risultando facilmente riconoscibili. Gli spettacoli di musica classica e religiosa si terranno all'interno delle Pievi e Chiese del territorio, in scenari unici e solenni. La tradizione della fisarmonica e del ballo liscio tipici dell'Emilia-Romagna trovano spazio negli eventi in programma, sicuramente un marketing turistico legato ad eventi di nicchia, ma che tengono viva la tradizione e che trovano spazio anche tra le nuove generazioni legate al territorio e al folklore. Assieme a tutto il calendario eventi ricco di iniziative anche più popolari e varie, l'Ente punta alla rivitalizzazione del territorio mediante una commistione di eventi, natura e cultura, risorse riconoscibili all'interno della Destinazione sulle quali è importante lavorare al fine di migliorare e ottenere risultati nel tempo.

4) Caratteristiche di integrazione e diversificazione di prodotti e servizi inerenti a settori economici diversi

Il progetto "ART: musica e spettacolo" come già analizzato in precedenza, vuole promuovere alcuni eventi all'interno del grande calendario annuale diversificandoli rispetto agli altri già esistenti, cercando di offrire prodotti per tutti i target di mercato. Il Parco Rufus Thomas, essendo in pieno centro cittadino, offre l'opportunità

a tutto il tessuto economico locale di beneficiare delle presenze che principalmente si recano a Porretta Terme per presenziare agli eventi serali.

Criteri e modalità di riscontro dei risultati

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Realizzazione evento gratuito	Stima dei partecipanti agli eventi
Realizzazione evento gratuito	Report fotografico e video

TOTALE SPESE PREVISTE: € 9.100,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 9.100,00

PUNTEGGIO: 80

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

Spese per eventi o manifestazioni, di carattere enogastronomico, culturale, storico, religioso, naturale, sociale, ludico, sportivo e ricreativo, iniziative complementari all'offerta turistica del Territorio Turistico di Bologna-Modena	
Ideazione e organizzazione eventi o manifestazioni	/
Realizzazione eventi o manifestazioni	€ 8.100,00
Ideazione, realizzazione e promozione di itinerari tematici e esperienze	/
Comunicazione media e social media	€ 500,00
Stampa di materiale informativo (specificare tipologia, quantitativi, lingua: manifesti 70x100, n 400, italiano)	€ 500,00
Altro (specificare)	/
TOTALE	€ 9.100,00

3) Nuovo Circondario Imolese – IAT R

P.G. n. 75151 del 18/11/2024

RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

I Comuni del Nuovo Circondario Imolese propongono ogni anno molte interessanti iniziative, organizzate direttamente o tramite soggetti territoriali preposti, per dare maggiore riconoscibilità al territorio, valorizzare le proprie tipicità e renderlo sempre più attraente per il turista alla ricerca di mete meno usuali. Visto il moltiplicarsi di tali eventi, tutti finalizzati alla promozione del territorio, a partire dal 2025, si intende procedere con un più ampio progetto di collegamento di tutte queste iniziative, realizzando un calendario condiviso, che diventi un filo conduttore che cuce il tessuto di storia, tradizione, esperienza proprio del territorio circoscrizionale. Il calendario sarà, poi, promosso, oltre che con materiale cartaceo, anche tramite un piano editoriale strutturato per la creazione, la pianificazione e la pubblicazione di contenuti, fondamentali per comunicare efficacemente con il pubblico attraverso vari canali quali social media, newsletter, stampa e altro. A volte, infatti, gli eventi non

ottengono il giusto riscontro di pubblico perché si sovrappongono e/o vengono promossi senza una vera e propria strategia di comunicazione.

In occasione degli eventi individuati saranno, poi, realizzate delle experiences e dei pacchetti turistici che saranno promossi e commercializzati tramite lo IAT-R con il supporto degli altri uffici turistici del territorio.

Il calendario di eventi, concentrati principalmente nei mesi primaverili e di inizio estate, mirerà a favorire anche processi di destagionalizzazione, cercando di intercettare i segmenti della domanda che si pongono ai margini del movimento turistico tradizionale, cioè quel target del turismo nelle località minori, che il turista sceglie in particolare per la possibilità di entrare in contatto con la natura e le tradizioni locali, per poter gustare cibi genuini, per poter effettuare esperienze legate ai temi dell'enogastronomia e per trovare offerte economiche più allettanti rispetto alle destinazioni più conosciute.

Promuovendo i principali eventi e sviluppando varie azioni collaterali, con il supporto dei principali soggetti che operano in quest'area (le Pro Loco, IF- Imola Faenza Tourism Company, il Parco della Vena del Gesso romagnola, i produttori agricoli, gli agriturismi, i ristoratori e le altre strutture ricettive), i Comuni intendono dare maggiore riconoscibilità al territorio per renderlo sempre più attraente per il turista.

AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2025

1. Supporto agli eventi locali (sagre, feste, iniziative, altro) tramite realizzazione di attività promozionali: creazione di materiali con immagine coordinata del Nuovo Circondario Imolese (grafica e stampa n. 6.000 copie calendario condiviso - il calendario sarà principalmente veicolato online, così come le locandine dei singoli eventi; acquisto pagine pubblicitarie su stampa locale (si prevedono 10/12 uscite), redazione comunicati stampa e distribuzione materiali; redazione del piano editoriale e web marketing per post su principali social (Facebook e Instagram) e acquisto sponsorizzate poiché questa forma di comunicazione è quella che sta dando i migliori risultati soprattutto per il target che si intende raggiungere.
2. Organizzazione di un programma di passeggiate ed escursioni con servizio di accompagnamento (guide ambientali e/o esperti) - i percorsi, che verranno proposti in occasione delle iniziative previste dal calendario condiviso, si innestano in alcuni itinerari già definiti da istituzioni e soggetti attivi sul territorio (Centro per l'Educazione Ambientale e alla Sostenibilità del Circondario Imolese - CEAS IMOLESE, Ente di gestione per i Parchi e la Biodiversità, Musei Civici di Imola, Imola Faenza Tourism Company, Coop LACME, etc.), saranno inseriti nel calendario e commercializzati presso lo IAT-R.
3. In occasione dei principali eventi, oltre alle experiences sopra descritte, saranno creati e proposti pacchetti turistici che saranno promossi e commercializzati presso lo IAT-R. Le proposte conterranno i tour alla scoperta del territorio e saranno declinabili in due formule: la "formula day", della durata di una giornata, includerà il trekking e il pasto presso agriturismi/aziende con degustazione di prodotti locali oppure presso gli stand gastronomici in occasione di feste e sagre dedicate alle tipicità agroalimentari; la "formula day&night" aggiunge alla formula day un pernottamento e la scoperta di un'eccellenza del territorio.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

- 1) **Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti**

È un progetto che punta a far conoscere i Comuni del Circondario Imolese valorizzandone eventi ed iniziative che vanno ad intersecarsi con le bellezze naturalistiche, storiche e culturali (da scoprire con percorsi guidati a piedi e i pacchetti) e la tradizione enogastronomica (i tour si concludono con il pranzo o la cena in strutture locali o presso gli stand di feste e sagre). Il programma di attività condiviso favorirà l'emersione di nuovi prodotti turistici e dei valori storici e culturali disseminati nel territorio, in un trait d'union di risorse con un forte senso di appartenenza territoriale. Come già detto, le attività che caratterizzano il progetto mirano a favorire processi di destagionalizzazione, cercando di intercettare i segmenti della domanda che si pongono ai margini del

movimento turistico tradizionale, come ad esempio quel target della vacanza denominata “long week end”, nonché del turismo nelle località minori.

In correlazione con l’obiettivo generale di crescita turistica/territoriale, il progetto persegue diverse finalità, tutte condivise da tutti i Comuni coinvolti:

- innalzare l’interesse verso territori complementari, favorendo la crescita dei flussi turistici, ma anche l’innalzamento valoriale del territorio stesso, con un conseguente incremento del benessere sociale;
- operare in maniera sempre più integrata, verticalmente e orizzontalmente, aggregando sia gli operatori che già rappresentano opzioni e servizi utili alla costruzione delle offerte/prodotti turistici, sia quegli ambiti territoriali che, sino ad oggi, hanno scarsamente dialogato tra di loro ma che possono essere l’un l’altro di supporto reciproco;
- innalzare il grado di turisticità, promuovendo la consapevolezza del valore sociale, economico, culturale che il territorio esprime.

2) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione

- **accessibilità** – si prevede la progettazione e organizzazione di visite guidate anche in location accessibili anche a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive;
- **sostenibilità** – si prevede la promozione di un’offerta turistica che valorizzi il binomio “ambiente e turismo”, dove la sostenibilità diventa anch’essa identità del territorio. Inoltre, mirando a prediligere azioni di promozione sui social network, si intende limitare la produzione di materiali cartacei.
- **innovazione** – si intende operare nella continua sperimentazione/creazione di prodotti turistici, rendendo l’innovazione cardine centrale dell’attività di promozione.

3) Valorizzazione e promozione di elementi identitari in grado di innalzare la capacità di attrazione dei territori e innescare processi di qualificazione e rivitalizzazione del territorio

La strategia progettuale pone la valorizzazione del patrimonio culturale e ambientale del territorio dei Comuni del Nuovo Circondario Imolese e, parzialmente dell’area del Parco come momento centrale della programmazione, con l’obiettivo di sviluppare l’economia turistica, con una particolare attenzione all’obiettivo dell’allungamento della stagione turistica e dell’aumento dei flussi turistici nel territorio. Un intervento rilevante è rappresentato dalla creazione di experiences/pacchetti per valorizzare l’immenso complesso ambientale e delle tradizioni del territorio. Gli itinerari sono costruiti intorno agli attrattori dell’area, tenendo anche conto degli eventi inseriti in calendario e legati al patrimonio culturale dei luoghi, alla storia, alle feste e sagre locali. Con questo progetto si intende mettere a sistema e reddito tale patrimonio ad oggi non adeguatamente sviluppato, attivando processi di crescita sostenibile.

4) Caratteristiche di integrazione e diversificazione di prodotti e servizi inerenti a settori economici diversi

Scopo di questo progetto è quello di implementare la proposta turistica del territorio del Nuovo Circondario Imolese, coinvolgendo oltre ai Comuni stessi anche le varie realtà che vi operano al fine di renderla maggiormente strutturata e, quindi, più commercializzabile.

Il coinvolgimento delle realtà associative quali ad esempio le Pro Loco e il CAI consente di continuare il lavoro di conservazione del territorio e soprattutto della sua valorizzazione, permettendo l’organizzazione di importanti eventi (Feste, sagre, concerti, trekking) e la manutenzione della sentieristica. Altresì si continua a lavorare per il coinvolgimento delle aziende agricole e gli agriturismi per la valorizzazione e promozione reciproca del territorio e delle produzioni tipiche locali.

L’utilizzo di guide turistiche ed escursionistiche locali garantisce, poi, un coinvolgimento del territorio ed un servizio di qualità per il turista.

Criteria e modalità di riscontro dei risultati

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
1. realizzazione di attività promozionali (stampa materiale cartaceo, comunicati stampa, gestione azioni social e web marketing) 2. Organizzazione di un programma di passeggiate ed escursioni 3. creazione pacchetti turistici	<ul style="list-style-type: none"> • monitoraggio ISTAT mensile sugli arrivi e presenze e relative elaborazioni; • calcolo degli accessi ai siti turistici delle varie località del territorio • richieste di informazioni presso gli uffici di informazione turistica • numero contatti presso eventi pubblici e riscontri ottenuti (IAT MOBILE); • accessi ai siti Internet; • monitoraggio delle campagne di web marketing e social marketing; • rassegna stampa riscontri dalle indagini di soddisfazione effettuate durante gli eventi e le iniziative

TOTALE SPESE PREVISTE: € 26.000,00**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 26.000,00**PUNTEGGIO:** 80**FASCIA DI VALUTAZIONE:** ALTA

Spese per eventi o manifestazioni, di carattere enogastronomico, culturale, storico, religioso, naturale, sociale, ludico, sportivo e ricreativo, iniziative complementari all'offerta turistica del Territorio Turistico di Bologna-Modena	
Ideazione e organizzazione eventi o manifestazioni	€ 5.000,00
Realizzazione eventi o manifestazioni	€ _____
Ideazione, realizzazione e promozione di itinerari tematici e esperienze	€ 6.000,00
Comunicazione media e social media	€ 3.000,00
Stampa di materiale informativo (specificare tipologia, quantitativi, lingua: n.6.000 copie calendario; locandine)	€ 2.000,00
Acquisto pagine pubblicitarie su stampa locale e redazione comunicati stampa	€ 10.000,00
TOTALE	€ 26.000,00

4) Comune di Dozza – IAT

P.G. n. 75151 del 18/11/2024

RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

Adagiata sul crinale di una collina che domina la valle del Sellustra e digrada dolcemente verso la via Emilia tra Imola e Bologna, Dozza è un piccolo borgo antico dalla storia millenaria e dall'impianto urbanistico medievale ancora ben conservato, fa parte del Club dei "Borghi più Belli d'Italia" e "Bandiere Arancioni del Touring Club

Italiano". Il centro storico di Dozza, dalla caratteristica forma a fuso, è composto da stradine strette e variopinte che salgono verso l'alto fino alla Rocca. L'integrità dell'originale tessuto edilizio è stata salvaguardata e la stretta simbiosi tra la maestosa Rocca al culmine del paese e l'insediamento residenziale sottostante comunicano l'armonia tra la natura e l'intervento dell'uomo.

A Dozza, l'arte si fa paesaggio urbano ed arreda i muri delle case, le strade e le piazze, inondando di luce e stili diversi ogni angolo ed aprendosi a scorci di colori improvvisi. Si tratta di un vero e proprio museo a cielo aperto, in cui si possono ammirare oltre un centinaio di opere realizzate da nomi prestigiosi dell'arte contemporanea. All'interno della Rocca sono conservati gli affreschi e i bozzetti delle opere su muro esposti nel Centro Studi e Documentazione del Muro Dipinto. Il periodo migliore per visitare Dozza è da maggio a settembre, per unire l'occasione della visita al borgo con la partecipazione ad eventi come la "Festa del Vino" e la "Biennale del Muro Dipinto".

Le iniziative di animazione e intrattenimento riguardano la XXX edizione della Biennale del Muro Dipinto in programma dal 15 al 21 settembre 2025. 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 realizzazione di iniziative accessibili, sostenibili e innovative. 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 Comune di Grizzana Morandi (BO).

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, iniziative culturali e mostre, alcune delle quali si protrarranno fino alla fine del 2025. Sono previsti spettacoli promozionali collaterali (di arte, musica e teatro) ed eventi di carattere enogastronomico e naturale al fine di arricchire il programma e allargare la partecipazione anche ad un pubblico meno specialistico. Come già avvenuto nella XXIX 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 pluriennale 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 sono prive di barriere architettoniche: questo rende possibile a qualunque visitatore la fruizione delle opere e la fruizione di un'esperienza artistica e sensoriale completa. Il progetto di animazione e intrattenimento turistico, con avvio ad inizio 2025, sarà eseguito dalla Fondazione "Dozza Città d'Arte", che gestisce lo IAT di Dozza in forza della concessione sottoscritta con il Comune, insieme all'Amministrazione Comunale di Dozza e a quella Grizzana Morandi (partner per il progetto Ambito 2), e si avvarrà di numerose collaborazioni qualificate.

AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2025

La realizzazione dal vivo di opere e restauri rappresenta il punto focale della manifestazione e i numerosi visitatori che hanno raggiunto Dozza nelle passate edizioni della Biennale del Muro Dipinto hanno dimostrato di apprezzare particolarmente questo aspetto: la genesi di un'opera d'arte porta con sé qualcosa di affascinante

a cui si vuole assistere e trarre un'interpretazione anche attraverso il contatto con l'artista; lo stesso fascino viene esercitato dai restauri che ridanno nuova vita a opere danneggiate.

Per far sì che il pubblico continui a vivere le emozioni che solo la Biennale del Muro Dipinto può offrire, si intende realizzare le seguenti azioni:

1. **REALIZZAZIONE DI NUOVE OPERE** (a Dozza e Toscanella), che arricchiranno il patrimonio del Muro Dipinto e gli afflussi turistici nel Borgo famoso proprio per i Muri Dipinti.
(Fase organizzativa: da gennaio a settembre 2025; fase esecutiva: settembre 2025)
2. **INTERVENTI DI RESTAURO** (a Dozza e Toscanella).
Sono già state monitorate opere che necessitano di interventi di riqualificazione e restauro in corso di valutazione tecnica da parte sia dell'Accademia Belle Arti di Bologna, 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 2025; fase esecutiva: agosto-ottobre 2025)
3. **MOSTRE DEDICATE ALLA STORIA DEL MURO DIPINTO** (a Dozza e Toscanella).
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 2025; fase esecutiva: agosto-novembre 2025)
4. **EVENTI** (a Dozza e Toscanella).
Saranno organizzati eventi di carattere enogastronomico, culturale, storico, naturale, formativo durante la settimana della Biennale. Tutti gli eventi avranno come filo conduttore il Muro Dipinto ma apriranno le porte a diversi target e tipologie di pubblico.
5. **COINVOLGIMENTO SCUOLE** L'Istituto Comprensivo di Dozza Toscanella è stato e sarà coinvolto con visite guidate tematiche e la realizzazione di laboratori presso le Scuole legate alla Biennale.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

- 1) **Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti**

La Biennale del Muro Dipinto, manifestazione nata nel 1960 e giunta alla sua XXX edizione, rappresenta un evento cardine per l'attrattività turistica di Dozza, trasformando il borgo in una galleria d'arte a cielo aperto dall'incalcolabile valore storico-artistico, accessibile a tutti e sempre aperta alla visita. Attraverso l'arte murale, ogni angolo del paese racconta storie e suggestioni, creando un fascino unico che attira visitatori appassionati di arte, storia e cultura da tutta Italia e oltre.

La Biennale del Muro Dipinto è un potente richiamo per amanti dell'arte e turisti curiosi, grazie alla presenza di artisti nazionali e internazionali che realizzano opere murali dal vivo, rendendo l'evento dinamico e coinvolgente. Questa caratteristica permette di attirare non solo il pubblico locale ma anche visitatori e curiosi, favorendo un aumento considerevole del numero di presenze e della permanenza nel borgo.

Durante la Biennale, l'offerta turistica si espande con eventi, spettacoli, workshop e incontri culturali che arricchiscono il programma della manifestazione, attirando diverse tipologie di pubblico e creando momenti di intrattenimento e di approfondimento culturale. Questi eventi rafforzano l'immagine di Dozza come centro vivace e dinamico, offrendo attività interessanti anche per famiglie e gruppi.

La creazione di itinerari tematici permette ai visitatori di esplorare Dozza e i suoi dintorni attraverso percorsi personalizzati legati alla storia dei murales, al borgo medievale e al suo paesaggio circostante. Gli itinerari, guidati o autoguidati, non solo facilitano la scoperta delle opere d'arte, ma incoraggiano anche i turisti a soffermarsi più a lungo nel borgo e ad esplorare i luoghi limitrofi, potenziando l'indotto turistico.

Per incentivare il coinvolgimento diretto dei visitatori, la Biennale propone esperienze come laboratori creativi, visite guidate e attività didattiche per grandi e piccoli. Queste esperienze permettono al pubblico di entrare in

contatto con gli artisti e di comprendere le tecniche e il significato delle opere, creando un legame più profondo con il territorio e la sua storia artistica.

La Biennale non solo valorizza il patrimonio artistico locale ma rafforza anche l'identità culturale di Dozza, distinguendola come una delle mete più affascinanti della regione Emilia-Romagna. La manifestazione consolida l'immagine del borgo come un luogo in cui l'arte contemporanea si integra perfettamente con il contesto storico, creando un'identità unica che ne aumenta l'attrattiva e attira appassionati d'arte di ogni età.

Questa combinazione di arte, storia e cultura, unita alla continua proposta di eventi e iniziative, potenzia l'offerta turistica di Dozza e fa della Biennale del Muro Dipinto un'occasione unica per attrarre un pubblico significativo, incrementare le presenze e promuovere la permanenza dei visitatori.

2) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione

- **accessibilità** – La Biennale del Muro Dipinto è una manifestazione che si svolge principalmente all'aperto, in cui artisti e restauratori realizzano rispettivamente nuove opere e restauri di vecchie opere direttamente sui muri delle case. Questo rende la manifestazione accessibile a un pubblico più ampio, permettendo anche a persone con disabilità fisiche, sensoriali e cognitive di fruire dell'arte e vivere un'esperienza inclusiva e immersiva. Durante la settimana della Biennale vengono organizzati tour guidati con percorsi accessibili per gruppi con disabilità e visite che seguono un ritmo adatto alle esigenze di tutti. Questi tour vengono realizzati da personale competente e qualificato che conosce le esigenze specifiche e ha a disposizione strumenti e risorse per rispondere a richieste particolari. Durante la settimana della Biennale viene creato un punto accoglienza presso lo IAT di Dozza specificamente pensato per rispondere alle esigenze dei visitatori con disabilità, in modo che possano avere informazioni dettagliate sugli elementi di accessibilità offerti.

All'ingresso del Borgo è presente un Qr Code su pannello illustrativo che permette la fruizione dell'App "Guido" dedicata ai murales di Dozza: tale applicazione, completamente gratuita, presenta la modalità audio per le persone con disabilità visiva e la modalità scritta per le persone con disabilità uditiva. Inoltre è disponibile in 6 lingue: italiano, inglese, francese, tedesco, spagnolo e portoghese. Un'altra App che permette di approfondire tematiche di Dozza e quindi anche il Muro Dipinto è "AccessibItaly": completamente gratuita, questa App è pensata per persone con disabilità uditiva infatti utilizza il linguaggio dei segni. Inoltre, saranno previsti laboratori inclusivi per coinvolgere i visitatori.

Questi elementi di accessibilità rendono la Biennale del Muro Dipinto un'esperienza artistica aperta e inclusiva, in grado di accogliere una vasta gamma di visitatori e contribuire al benessere culturale e sociale della comunità.

- **sostenibilità** – La Biennale del Muro Dipinto da anni lavora nel segno della sostenibilità realizzando azioni per una sostenibilità integrata, attraverso una serie di iniziative che rispettino l'ambiente, valorizzino la comunità locale e ottimizzino le risorse, e prendendo misure per la tutela del patrimonio artistico, culturale e tradizionale. Per la realizzazione di nuove opere e restauro di quelle vecchie si predilige l'utilizzo di pitture a base d'acqua e materiali naturali che riducono l'impatto ambientale, rispettano la salute degli artisti e della comunità e siano resistenti agli agenti atmosferici. Questa scelta di soluzioni e tecniche per la manutenzione dei murales evitano quindi sostanze chimiche nocive, contribuendo a preservare le opere senza danni per l'ambiente. Durante la settimana della manifestazione, si prevede la differenziazione dei rifiuti prodotti durante gli eventi e riutilizzo dei materiali per altre attività artistiche o sociali (come i resti di vernici e materiali di copertura) e l'installazione di punti di raccolta rifiuti specifici per sensibilizzare turisti e visitatori a una gestione sostenibile dei propri rifiuti. Durante la settimana della Biennale, viene prevista la chiusura al traffico del borgo di Dozza; ciò consente la creazione di percorsi pedonali che riducono l'impatto del traffico veicolare e invitano i visitatori a esplorare il borgo a piedi, incentivando un turismo lento e a basso impatto. Durante la manifestazione, si mira ad attivare collaborazioni con artisti e artigiani anche del territorio per valorizzare le tradizioni locali e ridurre l'impronta di carbonio dovuta a trasporti e

spedizioni, e vengono altresì coinvolti abitanti e Associazioni di Dozza come volontari e collaboratori per promuovere un senso di appartenenza e responsabilità collettiva verso il borgo.

Questi elementi di sostenibilità concorrono a far sì che la Biennale del Muro Dipinto diventi un esempio virtuoso di manifestazione artistica attenta all'ambiente e alla comunità, incentivando un turismo responsabile e sostenibile che rispetti e valorizzi il patrimonio del borgo di Dozza.

- **innovazione** – Si prevede la collaborazione e il coinvolgimento dei cittadini per selezione finale tra le opere individuate che necessitano di un restauro, facendo scegliere loro quelle “da salvare” che preferiscono. In questo modo si lavora per creare un senso di comunità e appartenenza, e per approfondire il legame tra la cittadinanza, la manifestazione e il territorio.

3) Valorizzazione e promozione di elementi identitari in grado di innalzare la capacità di attrazione dei territori e innescare processi di qualificazione e rivitalizzazione del territorio

La Biennale del Muro Dipinto è una manifestazione storica nata nel 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, riconosciuta come uno dei Borghi Più Belli d'Italia e Bandiera Arancione del Touring Club Italiano. Le opere realizzate sui muri delle case storiche di Dozza non solo arricchiscono il borgo con un'arte accessibile e permanente, ma dialogano armoniosamente con l'architettura locale, sottolineando il legame tra tradizione e innovazione e integrando l'arte pubblica in un contesto storico. La creazione delle opere durante la manifestazione è un processo visibile al pubblico. I visitatori e i turisti possono osservare gli artisti al lavoro, promuovendo un'esperienza culturale immersiva e trasformando Dozza in un laboratorio artistico condiviso che consente partecipazione e coinvolgimento dal vivo. I murales, che includono firme di artisti rinomati e nuove promesse dell'arte contemporanea, diventano un patrimonio artistico e storico che va oltre l'estetica, contribuendo alla valorizzazione dell'identità culturale e della storia del borgo, nonché del turismo. Nel corso delle sue edizioni, la Biennale ha saputo unire tecniche classiche della pittura murale a nuovi linguaggi espressivi, mantenendo al contempo una forte continuità con il suo passato. Questo dialogo tra epoche attrae un pubblico variegato e innalza la capacità di attrazione della manifestazione. La presenza dei murales e la notorietà della Biennale hanno accresciuto l'interesse per Dozza, favorendo flussi turistici che rivitalizzano l'economia locale e promuovono nuove attività legate all'accoglienza e alla cultura.

Questi elementi hanno reso la Biennale del Muro Dipinto un modello per la valorizzazione territoriale, arricchendo il borgo con un'identità artistica unica e rafforzando il legame tra comunità locale e patrimonio culturale.

4) Caratteristiche di integrazione e diversificazione di prodotti e servizi inerenti a settori economici diversi

La Biennale del Muro Dipinto di Dozza favorisce integrazione e diversificazione di prodotti e servizi tra vari settori economici, creando sinergie che amplificano l'attrattiva e il valore del territorio. Ecco le principali caratteristiche:

1. Turismo culturale e ospitalità: la Biennale attira turisti amanti dell'arte, integrando visite guidate ai murales con soggiorni nei B&B, agriturismi e ristoranti locali. Questo contribuisce a un'offerta turistica completa, combinando arte, storia e ospitalità.
2. Enogastronomia locale e degustazioni: il legame tra arte e tradizione enogastronomica si esprime attraverso l'offerta di degustazioni e prodotti tipici, soprattutto vini delle cantine locali. La Rocca ospita l'Enoteca Regionale Emilia-Romagna, dove i visitatori possono esplorare i sapori del territorio, potenziando la diversificazione dell'esperienza.
3. Artigianato e design: la Biennale stimola la creazione di prodotti artigianali ispirati ai murales, come oggetti di design, souvenir e stampe che reinterpretano le opere esposte. Questo rafforza il settore dell'artigianato locale e contribuisce alla crescita dell'economia creativa.
4. Promozione educativa e formativa: laboratori artistici, workshop e iniziative educative rivolte a scuole e appassionati d'arte ampliano l'offerta della Biennale, integrando l'evento con programmi formativi

che coinvolgono istituzioni scolastiche e universitarie e sensibilizzano nuove generazioni all'arte e alla cultura.

5. Eventi e spettacoli dal vivo: durante la Biennale si organizzano eventi collaterali come concerti, mostre temporanee, e spettacoli, integrando il settore artistico-culturale con quello dell'intrattenimento e ampliando l'offerta esperienziale per il pubblico.

Questa integrazione tra cultura, turismo, artigianato, formazione e intrattenimento non solo diversifica l'offerta di Dozza ma aumenta anche la resilienza economica del territorio, valorizzando risorse locali attraverso una rete di servizi complementari.

Breve report dell'edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità

La Biennale del Muro Dipinto è una manifestazione nata nel 1960 che ogni due anni regala a Dozza opere d'arte che caratterizzano materialmente le facciate delle case. Ciò ha reso il borgo un museo d'arte a cielo aperto di notevole valore, sempre aperto alla visita, senza orari né biglietti d'ingresso. La scorsa edizione si è tenuta dall'11 al 17 settembre 2023. La settimana della pittura a cielo aperto è stata il fulcro di un più ampio programma che, in termini di tempo, l'hanno preceduta e seguita. Anche quest'anno è stata istituita una Commissione Inviti, che ha selezionato i sei artisti chiamati a dipingere sui muri di Dozza. La commissione era composta da: Simonetta Mingazzini, Francesca Grandi, Fabrizio Grisoni, Lucia Vanghi, Sabina Ghinassi, Claudio Spadoni, Francesca Billiani. Il titolo scelto per la XXIX Biennale del Muro Dipinto è stato "l'arte in progress" che intendeva suggerire e richiamare l'attenzione su questo lavoro continuo che caratterizza le opere del Muro Dipinto, dalla creazione fino alla cura che ne consegue tra strappi, restauri e messa in sicurezza. Gli artisti che per sette giorni hanno avuto il compito di dipingere sulle pareti delle case di Dozza sono stati sei: Paola Babini, Roberta Pancera, Rossella Piergallini, Emeid (Andrea Ranieri), Emilio Fantin e Vanni Spazzoli. Tutti loro hanno agito lungo i cantieri allestiti nell'incantevole borgo medievale per trasformare i bozzetti ideati per l'occasione in opere d'arte che rimarranno impresse sui muri. Il pubblico, come di consueto, ha avuto l'occasione di vederli all'opera da vicino mentre lavoravano nel corso della settimana (11-17 settembre 2023). Inoltre, nel corso della XXIX Biennale si è dato ampio rilievo anche ai restauri, che hanno interessato nello specifico sette opere di stili e periodi diversi tra di loro, ma che necessitavano tutte di un intervento manutentivo perché l'esposizione agli agenti atmosferici e il passare del tempo ne avevano gravato le condizioni. Nello specifico, i restauri sono stati i seguenti:

- GIUSEPPE GAGLIARDI, "Paesaggio con figure", 1960. Restauro affidato a BioRes Restauri.
- SERGIO FRABBONI, "Mungitura in settembre", 1961. Restauro affidato a Marta Mazzocchi.
- BERTO RAVOTTI, "Ombre nella stanza", 1965. Restauro affidato a Marta Mazzocchi.
- TONO ZANCANARO, "Fantasia", 1983. Restauro affidato a BioRes Restauri.
- GUERRINO BARDEGGIA, "Momenti di vita", 1985. Restauro affidato a Elettra Ferrari Mazzanti.
- GIO' DI BATTE, "Come ieri", 2000. Restauro affidato a Elettra Ferrari Mazzanti.
- TONINO GOTTARELLI, "Omaggio a Dozza", 1993. Restauro affidato a BioRes Restauri.

La XXIX Biennale del Muro Dipinto di Dozza si è posta l'obiettivo di arricchire l'offerta culturale e artistica con mostre di diverso genere e taglio artistico: da una parte alcune esposizioni miravano a omaggiare e ricordare edizioni e protagonisti del passato che hanno lasciato la propria traccia a Dozza, dall'altra ci sono state anche esibizioni figlie della contemporaneità. Nella Pinacoteca della Rocca è stata allestita TRACCE DI MURO, raccolta di fotografie dell'archivio di Dino Piani e bozzetti del Centro Studi e Documentazione del Muro Dipinto. La mostra aveva per soggetto, fotografie scattate da Dino Piani durante le edizioni del Muro Dipinto che si sono svolte a Dozza dagli anni '60 agli anni '90. Inoltre, ad alcune foto erano abbinati bozzetti del Centro Studi e Documentazione del Muro Dipinto, che conserva materiale d'archivio della storica manifestazione. Un'altra importante mostra ospitata nella Sala del Cupolone della Rocca è stata OMAGGIO A EMILIO CONTINI, una raccolta di capolavori dell'artista che partecipò alla Biennale del Muro Dipinto del 1969 donata alla Fondazione Dozza. Nelle prigioni del castello, invece, si è dato spazio ad un'artista contemporanea emergente, Elisabetta Cameli che per l'occasione ha realizzato opere ad hoc ispirate direttamente al luogo per cui erano destinate. LA

NASCITA DI MILLE INFERNI è una mostra antologica con opere realizzate interamente con la tecnica del merletto e dell'intreccio a corda. A coronare l'offerta artistico-culturale sono state inoltre riproposte due esposizioni che hanno suscitato grande successo nel corso delle passate edizioni: UN ARCHIVIO DA ESPLORE, apertura straordinaria del Centro Studi e Documentazione del Muro Dipinto che è rimasto visitabile al pubblico da venerdì 15 a domenica 17 settembre 2023. Infine, IL MURO A SCATTI, altra importante mostra fotografica a cura dell'Associazione foto-culturale G. Magnani che ha concluso la settimana della Biennale esponendo gli scatti più belli della manifestazione realizzata dal suddetto gruppo di fotografi. Non sono mancati i laboratori, che hanno animato le vie del borgo nel corso della settimana, coinvolgendo bambini e adulti: presso lo spazio espositivo di Piazza Zotti n.1 è stato ospitato MODI D'ARTE con Nicoletta Chiarini che ha proposto ogni giorno un laboratorio a tema diverso dedicato ai bambini di ogni fascia d'età. Cavalletti da pittore, lavagne e gessetti, rotoli di carta, pennelli, acquerelli, pennarelli, matite colorate erano a disposizione di bambini e ragazzi per realizzare le proprie personali opere. Un altro interessante laboratorio che si è articolato anche lungo le vie del borgo, è stato PROVE D'ARTISTA con Mara Guerrini e gli allievi della sua scuola che hanno "invaso" il borgo con cavalletti, colori e pennelli per realizzare e far realizzare a chiunque volesse uno scorcio di Dozza. Infine, il Centro Occupazionale La Tartaruga ha collaborato alla manifestazione realizzando il contest fotografico SCATTI RUBATI: chiunque volesse aveva la possibilità di far stampare la propria fotografia presso il loro stand, ubicato sotto il portico del Comune, e realizzare su di essa un'opera d'arte. Tutte le fotografie poi hanno concorso a realizzare una mostra visibile presso la sede del Centro la settimana successiva. Oltre ai sei artisti ufficiali, sono state realizzate opere collaterali, sia a Dozza sia a Toscanella, da artisti invitati: alcuni erano vecchi protagonisti delle passate edizioni della Biennale (Luigi Allegrì Nottari, Bicio Fabbri, Ferrante Giovannini), altri erano new entry (Martina Urzi). Oltre a ciò, il programma della settimana della Biennale è stato arricchito da numerose iniziative collaterali che avevano lo scopo di richiamare a Dozza i turisti e promuovere le eccellenze del territorio: spettacoli di musica, visite guidate, degustazioni di vino e molti altri eventi hanno costellato i sette giorni della rassegna artistica per offrire al pubblico un'ampia offerta. Si può senz'altro affermare che la XXIX Biennale del Muro Dipinto di Dozza abbia raggiunto gli obiettivi prefissati, portando un numero assai elevato di pubblico a partecipare alle attività realizzate nel corso della Biennale d'arte tra Dozza e Toscanella. Numerosi sono stati i turisti che hanno raggiunto Dozza per vedere gli artisti e i restauratori lavorare dal vivo lungo le stradine del borgo, che hanno partecipato alle numerose iniziative artistico-culturali e che hanno visitato le mostre. Naturalmente, un evento di così forte richiamo diventa un importante veicolo per tutti i prodotti turistici che caratterizzano Dozza. Risulta infatti impossibile non percepire la storia del borgo castellano e della Rocca Sforzesca. Grazie alle mostre ed alle attività allestite e sviluppate in molteplici stanze della Rocca e lungo il Borgo di Dozza, i partecipanti hanno potuto godere dell'arte con i muri affrescati del Borgo, le collezioni conservate dentro il museo della Rocca, del paesaggio collinare in cui è immerso il borgo che è possibile raggiungere non solo con i tradizionali mezzi, ma anche con percorsi ciclo-pedonali. Inoltre, il numeroso pubblico che ha partecipato alle performance artistiche e alle mostre ha potuto godere altresì dell'enogastronomia con la celebre Enoteca Regionale Emilia Romagna e degli ottimi ristoranti che affollano il borgo. Con questa ricchezza di proposte, Dozza si è confermata in grado di rispondere alla domanda, oggi assai diffusa, di turismo esperienziale alla ricerca di elementi caratteristici, coinvolgenti ed emozionali. Queste sono anche le prerogative del turismo itinerante che predilige le città d'arte, anche di piccole dimensioni come Dozza, la quale si alimenta di esperienze artistiche e suggestioni generando un contesto ricco, emozionale, che lascia un segno della memoria del visitatore. La Biennale del Muro Dipinto, nata negli anni '60 del secolo scorso, è elemento identitario che qualifica l'offerta artistica di Dozza e che continua ancora oggi ad arricchire il borgo con opere d'arte dal notevole valore. È inoltre una rassegna che attira vari target di pubblico, dai bambini agli adulti, dal turista locale a quello straniero, curioso di scoprire le tradizioni dozzesi.

Criteri e modalità di riscontro dei risultati

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
REALIZZAZIONE DI NUOVE OPERE	Numero di nuove opere realizzate

INTERVENTI DI RESTAURI	Numero di restauri effettuati
MOSTRE E ITINERARI TEMATICI	Numero di mostre/itinerari e numero di partecipanti
COINVOLGIMENTO SCUOLE	Numero di studenti partecipanti e di iniziative
EVENTI DI RICHIAMO TURISTICO	Numero di eventi e numero di partecipanti

TOTALE SPESE PREVISTE: € 19.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 19.000,00

PUNTEGGIO: 80

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

Spese per eventi o manifestazioni, di carattere enogastronomico, culturale, storico, religioso, naturale, sociale, ludico, sportivo e ricreativo, iniziative complementari all'offerta turistica del Territorio Turistico di Bologna-Modena	
Ideazione e organizzazione eventi o manifestazioni	€ 3.500,00
Realizzazione eventi o manifestazioni	€ 13.000,00
Ideazione, realizzazione e promozione di itinerari tematici e esperienze	€ 2.500,00
Comunicazione media e social media	€ /
Stampa di materiale informativo (specificare tipologia, quantitativi, lingua: _____)	€ /
Altro (specificare)	€ /
TOTALE	€ 19.000,00

5) Comune di San Giovanni in Persiceto – IAT R

P.G. n. 75183 del 18/11/2024, 75754 del 20/11/2024

RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

Ciclovia del Sole tra sapori e storia: oltre 50 Km alla scoperta della Pianura

Questo progetto enogastronomico in bicicletta vuole offrire una combinazione di scoperta culturale, educazione ambientale e piaceri gastronomici, attirando un pubblico alla ricerca di esperienze autentiche e immersive utilizzando l'importante infrastruttura della Ciclovia del Sole.

I percorsi sono studiati per essere accessibili anche ai ciclisti meno esperti e sono percorribili con ogni tipo di bici, immersi nella cultura e nei paesaggi della pianura bolognese/modenese (attraversati dalla Ciclovia del Sole) ricca di storia e tradizioni.

Sono pedalate facili che si possono svolgere in giornata, che si snodano tra borghi e paesi che sono il simbolo della cucina emiliana, del buon vivere e dell'ospitalità.

Lungo il percorso si propongono tappe di degustazione presso produttori locali, aziende agricole, birrifici e ristoranti, dove i partecipanti possono degustare prodotti tipici del territorio. Alcune tappe includono la visita a siti di interesse storico/culturale dove sarà presente una guida abilitata per illustrare la storia e le caratteristiche dei luoghi. Partendo dall'esperienza positiva dei percorsi museali narrati attraverso la CAA si promuove il

racconto dei beni artistici rendendoli maggiormente accessibili anche per bambini molto piccoli e persone con bisogni comunicativi complessi.

Tra le degustazioni proposte viene dato risalto ai due prodotti De.Co presenti sul territorio (Brazadela e Africanetto)

Data la peculiarità della nostra pianura e delle conseguenze causate dalle pratiche agricole intensive e dall'attuale cambiamento climatico, il percorso è anche l'occasione per sensibilizzare i partecipanti sull'importanza di rispettare l'ambiente, evitando sprechi e sostenendo pratiche agricole sostenibili.

Il progetto di tour in bicicletta di degustazioni è pensato per offrire ai partecipanti un'esperienza che unisce sport, natura e gastronomia, ideale per chi desidera esplorare nuovi territori in modo sostenibile e a ritmo lento.

AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2025

Gennaio – Marzo

Definizione dei percorsi da max 20-30 km ideali per bilanciare attività, scoperta e relax.

Identificazione delle tappe e relativi punti di interesse inserendo nel tragitto soste in luoghi di interesse culturale, come musei, ville e castelli storici.

Contatti con i produttori locali, aziende agricole, birrifici e ristoranti per organizzare le degustazioni per offrire menu con prodotti a km 0 e specialità regionali.

Contatti con le associazioni del Terzo settore (es. Fiab e Proloco) per definizione del loro supporto al progetto.

Determinazione della logistica e offerta del servizio di noleggio bici.

Accordi con una guida esperta che accompagni il gruppo e redazione di una mappa che fornisca percorsi e informazioni sui luoghi visitati.

Prenotazione e vendita in presenza presso lo IAT-R e online attraverso il sito Turismo in pianura.

Aprile – Novembre

Realizzazione di almeno 5 percorsi tra svolgersi nei fine settimana e/o in concomitanza con Fiere e Sagre tipiche.

I tour saranno garantiti senza numero minimo di iscritti e le partenze saranno dallo IAT-R per la traiettoria Persiceto-Osteria / Persiceto-Crevalcore e da uno IAT diffuso di Crevalcore per la traiettoria Crevalcore – Mirandola

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

- 1) Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti**

Nel progetto Ciclovía del Sole tra sapori e storia sono presenti elementi che potenziano l'attrattività turistica del nostro territorio rendendolo unico e in grado di offrire esperienze gradevoli e significative. I target di riferimento sono molteplici:

- La sosta presso castelli, chiese, musei, siti archeologici e borghi medievali sono una grande attrazione per chi cerca cultura e storia.
- La realizzazione dei percorsi in concomitanza con Fiere e Sagre tipiche che permettono ai turisti di vivere il territorio come fanno i locali, immergendosi nella cultura.
- La visita alle nostre tipiche aree di riequilibrio ecologico sono elementi che attirano gli amanti della natura, offrendo percorsi per attività all'aria aperta tipico target per il turismo paesaggistico, sportivo e di relax.
- Il progetto intende attirare turisti responsabili e attenti alla sostenibilità ambientale attraverso le escursioni in bicicletta l'osservazione della fauna e della flora locale e la narrazione delle azioni intraprese a favore della protezione ambientale.
- La degustazione dei prodotti tipici e della cucina locale sono elementi di grande richiamo che permettono di scoprire i sapori locali.

2) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione

- **accessibilità** – I percorsi sono studiati per essere accessibili anche ai ciclisti meno allenati e sono percorribili con ogni tipo di bici, sono accessibili ai portatori di disabilità: motorie attraverso la possibilità di noleggiare bici dedicate, cognitive attraverso la narrazione con le CAA dei siti culturali e sensoriali attraverso la possibilità dell'affiancamento di guide specializzate nel linguaggio LIS.
- **sostenibilità** – I percorsi in bicicletta offrono ai partecipanti la possibilità di muoversi senza emissioni di CO₂ nell'ambiente. Naturalmente non è previsto l'utilizzo di materiale a perdere. La degustazione di prodotti locali e a Km 0 permette di offrire ai turisti cibi più ricchi di nutrienti, di limitare i trasporti e la catena di distribuzione riducendo così le emissioni di CO₂ e l'inquinamento legato ai trasporti, all'imballaggio e alla refrigerazione.
- **innovazione** – L'elemento di innovazione progettuale è la sfida di mettere insieme, nel nostro territorio, elementi di cultura enogastronomica con elementi di carattere storico artistico con narrazione da parte di guide specializzate in diversi ambiti (arte, tradizione, storia, natura).

3) Valorizzazione e promozione di elementi identitari in grado di innalzare la capacità di attrazione dei territori e innescare processi di qualificazione e rivitalizzazione del territorio

Siti di interesse storico artistico

De.Co

Aree naturalistiche

Prodotti enogastronomici.

4) Caratteristiche di integrazione e diversificazione di prodotti e servizi inerenti a settori economici diversi

Il progetto coinvolge diversi settori economici: noleggio bici; panificatori e fornaio (De.Co); produttori agricoli; attività di ristorazione; gestori di siti di interesse storico artistico, guide turistiche abilitate.

Criteria e modalità di riscontro dei risultati

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Gennaio – Marzo Coordinamento, programmazione e ideazione percorsi	5 percorsi
Aprile – Novembre Vendita percorsi	n. partecipanti

TOTALE SPESE PREVISTE: € 4.800,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 4.800,00

PUNTEGGIO: 80

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

Spese per eventi o manifestazioni, di carattere enogastronomico, culturale, storico, religioso, naturale, sociale, ludico, sportivo e ricreativo, iniziative complementari all'offerta turistica del Territorio Turistico di Bologna-Modena	
Ideazione e organizzazione eventi o manifestazioni	€ 0,00
Realizzazione eventi o manifestazioni	€ 1.500,00
Ideazione, realizzazione e promozione di itinerari tematici e esperienze	€ 1.500,00
Comunicazione media e social media	€ 800,00

Stampa di materiale informativo (specificare tipologia, quantitativi, lingua: flyer 500 copie; ITA-ENG)	€ 1.000,00
Altro (specificare)	€ 0,00
TOTALE	€ 4.800,00

6) Comune di Bologna – IAT R

P.G. n. 75152 del 18/11/2024, 77217 del 26/11/2024

RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

Il piano strategico per il 2025 è stato studiato per rispondere meglio al cambiamento della domanda turistica, rivalutando i servizi offerti e le relative modalità di erogazione, in vista di una gestione più efficiente dei flussi turistici garantendo un invariato standard di qualità dell'accoglienza generale.

- Risorse online ed offline: L'offerta di intrattenimento e animazione si declinerà sempre avvalendosi delle risorse online e offline dello IAT, in primis a partire dalla grande capacità del sito web di promuovere eventi e manifestazioni permettendo al contempo l'acquisto in diretta di una grande varietà di prodotti. In virtù di strumenti come chatbot, mail, newsletter, centralino e postazioni di vendita, il turista avrà accesso non solo a informazioni, ma anche alla possibilità di ricevere offerte su misura in città e nel territorio.
- Vetrine e materiali: Il materiale promozionale, tra cui pieghevoli e innovativi weekly-planner costantemente aggiornati, unitamente a vetrofanie tematiche e vetrine targettizzate, contribuiranno a incrementare l'attenzione del turista e del cittadino sull'offerta culturale, sportiva e musicale di Bologna, coadiuvati da brochure e programmi forniti da reti partner come Trenitalia, location storiche, musei, teatri e organizzatori di eventi. Manifestazioni ed iniziative territoriali saranno veicolate anche attraverso la rete di schermi presente negli spazi dell'ufficio, tra cui innovativi punti interattivi dove l'utente potrà prenotare attività in autonomia o sfogliare i contenuti di proprio interesse direttamente su touch screen.
- Attività ed eventi: Particolare attenzione sarà dedicata alla gestione quotidiana delle esperienze e dei tour in partenza dallo IAT, garantendo un'assistenza completa che copra ogni fase, dalla promozione alla vendita, fino alla gestione operativa del prodotto. Il tutto si inserirà all'interno di rassegne tematiche più ampie, pensate per coinvolgere sia i cittadini che i turisti. In occasione di eventi urbani di particolare rilievo, verrà garantita un'assistenza dedicata enfatizzata dalla presenza di un desk specifico per la distribuzione di informazioni e materiale relativi all'iniziativa, a cura di Bologna Welcome. Lo IAT, proporrà inoltre agli organizzatori di eventi un desk informativo mobile da posizionare nel luogo dell'evento come presidio utile a fornire informazioni turistiche agli utenti. Il desk mobile sarà riconoscibile dal logo di Bologna Welcome e dalla dicitura Infopoint Turistico. Gli eventi prescelti verranno valutati in base alle presenze turistiche e alle necessità di promuovere il territorio in quello specifico evento. Un innovativo sistema di audioguide, i cui contenuti verranno realizzati da Bologna Welcome in collaborazione con critici d'arte museali e guide turistiche abilitate, garantirà infine una più completa ed immersiva esperienza di visita in città.
- Programmazione di itinerari culturali: per il 2025 lo IAT intende collaborare con i musei del territorio e con gli organizzatori di mostre d'arte al fine di proporre degli itinerari tematici che prevedano l'ingresso al museo o alla mostra per un maggior approfondimento del tema trattato.
- E-commerce e promozione delle esperienze turistiche: L'immediatezza della piattaforma in dotazione consentirà una veloce selezione dell'offerta più indicata per il cliente in modo semplice e sicuro, mentre

informazioni e inviti per tali novità verranno assicurati da una comunicazione capillare ed efficace, affidata e Newsletter tematiche, blog, articoli, sondaggi e iniziative interattive.

AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2025

A livello comunicativo, si intende confermare stabilmente la presenza di brochure sinottiche che racconteranno le più salienti attività settimanali fornite dallo IAT, come tour, esperienze e visite speciali. Tali pieghevoli, disponibili in italiano e inglese, garantiranno un migliore orientamento del turista attraverso la variegata offerta culturale della città permettendogli di scegliere più puntualmente il prodotto di proprio interesse, tra l'altro accrescendo la sua consapevolezza sulla poliedricità delle attività proposte.

In determinati momenti dell'anno, in occasione di eventi importanti, verrà allestito all'interno dello IAT, o in altre sedi ritenute opportune dall'organizzatore, un desk mobile presidiato ed interamente dedicato all'evento. Tale postazione sarà utile per la promozione e la commercializzazione dell'iniziativa.

Nel corso dell'anno, verranno organizzati periodicamente degli incontri partecipativi rivolti a residenti e turisti, utili per presentare il calendario delle nuove attività organizzate o promo commercializzate dallo IAT, in collaborazione con gli operatori turistici della città. Tra le attività verranno presentate anche rassegne musicali/teatrali e mostre del periodo per le quali sarà possibile acquistare abbonamenti e biglietti all'info point. È intenzione dello IAT attivare una collaborazione costante con alcuni influencer che operano in campo turistico per consentire una maggiore visibilità sia in area territoriale che internazionale. Queste attività permetteranno una maggiore divulgazione di tutte le proposte turistiche organizzate e commercializzate dallo IAT.

Nel corso dell'anno verranno organizzati dei percorsi tematici abbinati a ingressi museali, ad esempio: Tour della Bologna Romana con ingresso al Museo della storia di Bologna, Bologna Archeologica con ingresso al Museo Archeologico, la Bologna di Guido Reni con ingresso alla Pinacoteca Nazionale in occasione della nuova mostra dedicata all'artista. Un percorso musicale verrà organizzato e proposto in abbinamento all'acquisto di biglietti per concerti previsti in città. Verranno inoltre programmate visite interne a Palazzi storici solitamente non accessibili ai turisti ma che contengono importanti contenuti storici ed artistici della storia cittadina.

I percorsi saranno organizzati in varie lingue per una maggiore diffusione e adesione.

Il progetto di realizzazione e commercializzazione di audioguide in varie lingue servirà per arricchire le visite in alcuni palazzi della città (ad esempio Archiginnasio e Palazzo Pepoli, Museo della storia di Bologna).

Un percorso cittadino dedicato al Giubileo sarà arricchito da contenuti esclusivi relativi alle chiese giubilari, che nel 2025 accoglieranno un gran numero di pellegrini e turisti. Le audioguide offriranno informazioni storico-artistiche dettagliate, consentendo ai visitatori di scoprire i luoghi di interesse nei tempi e con le modalità più adatte alle loro esigenze. La tecnologia adottata permetterà di scaricare tutti i contenuti dell'audioguida direttamente sul proprio dispositivo (PC o smartphone), garantendo così la possibilità di ascoltarli o leggerli in qualsiasi momento, anche dopo il termine del soggiorno in città.

L'ulteriore sviluppo di vetrine tematiche e vetrofanie dedicate offrirà agli utenti un riscontro immediato e visibile su merchandise, eventi e iniziative turistiche, migliorando l'impatto comunicativo e l'accessibilità delle informazioni.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

- 1) Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti**

Attraverso la piattaforma e-commerce a disposizione degli operatori e l'ampia offerta su questa caricata, verranno raggiunti tutti i possibili target di utenza, comprendendo stranieri e locali, per i quali sono state studiate attività mirate secondo il cluster di interesse.

La ricca tradizione musicale e teatrale di Bologna trova una forte valorizzazione nel potenziamento del corner biglietteria. Grazie a una collaborazione stretta e duratura con teatri e organizzatori musicali, sarà possibile acquistare biglietti e abbonamenti per eventi della scena bolognese e del territorio circostante.

Inoltre, le attività promozionali svolte dagli influencer contribuiranno a incrementare la visibilità della città e a promuovere l'ampia gamma di offerte turistiche ad essa collegate.

La progettazione di incontri periodici in presenza, presso lo IAT o in altre sedi cittadine, avrà un ruolo strategico nella promozione degli eventi organizzati sul territorio. Durante questi incontri, sarà inoltre possibile acquistare i biglietti direttamente presso lo IAT, facilitando l'accesso alle iniziative. Questi momenti favoriranno una maggiore sinergia tra lo IAT, i turisti, i residenti e tutti coloro interessati a partecipare alle attività turistico-culturali in programma, trasformando lo IAT in un punto informativo sempre più dinamico e strettamente connesso agli utenti.

Parallelamente, la progettazione di itinerari tematici abbinati a esperienze museali e mostre contribuirà a rafforzare la collaborazione con i luoghi culturali della città, incentivando l'aumento degli accessi e valorizzando l'offerta turistica complessiva.

2) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione

- **accessibilità** – Lo IAT offre informazioni puntuali e aggiornate intorno alle condizioni di accessibilità della destinazione e dei luoghi, delle esperienze e delle manifestazioni al suo interno, mettendo a disposizione dei visitatori ambienti informativi effettivamente accessibili, sia a livello di architetture informative che di singole pagine e impiego delle immagini. La sezione Turismo Accessibile del portale di destinazione www.bolognawelcome.com è stata posizionata in un ingombro di maggior rilievo nella homepage del sito e ulteriormente migliorata. L'interesse dell'offerta turistica, sul sito e sull'e-commerce, è fortemente orientata all'accessibilità da parte dei suoi fruitori, dal punto di vista dell'eshaustività delle informazioni pratiche e di concessioni economiche dedicate.
- **sostenibilità** – tutti i materiali informativi sono stati completamente digitalizzati e resi disponibili sul portale di destinazione in varie lingue, in modo tale da poter offrire lo stesso servizio al turista senza l'utilizzo di materiale cartaceo. Al turista che ritira la nuova mappa del centro storico viene suggerirà a possibilità di restituirla presso l'info point e poterla riutilizzare, rendendo l'esperienza turistica anche un'occasione per generare economia circolare e favorire il riutilizzo e il rispetto dei materiali gratuiti. Si è proceduto verso una significativa dematerializzazione di prodotti turistici prima fisici, come la Card Cultura e la Bologna Welcome Card, con una completa digitalizzazione di tutti i processi, che hanno coinvolto anche un'evoluzione di operazioni prima esclusivamente cartacee, come i sondaggi e i titoli di accesso ai siti gestiti dalla fondazione.
- **innovazione** – Dal punto di vista dell'esperienza di acquisto, è stato creato uno shop online che permette al turista di acquistare alcuni articoli da remoto, riducendo i tempi di attesa o di servizio all'interno dell'info point. Riguardo alla fruizione di itinerari ed esperienze tematiche, al fine di gestire al meglio e con professionalità i riscontri da parte dell'utenza, è stato implementato un sistema digitale di gradimento sotto forma di sondaggi relativi alle principali visite offerte. Motivati dall'urgenza di fornire un'esperienza di visita migliorativa e completa dei nuovi attrattori di nostra gestione, è stato studiato e commissionato un innovativo sistema di audioguide multilingue e monouso completamente digitalizzate. In parallelo, lo IAT si è dotato di un proprio stock di radiotrasmittitori ed auricolari di nuova generazione da consegnare ai clienti che partecipino a tour o visite guidate.

3) Valorizzazione e promozione di elementi identitari in grado di innalzare la capacità di attrazione dei territori e innescare processi di qualificazione e rivitalizzazione del territorio

Le eccellenze del territorio e gli elementi identitari saranno valorizzati attraverso vetrine tematiche, arricchite da oltre nove vetrofanie progettate ad hoc nel corso dell'anno. Questi spazi non si limiteranno a promuovere esperienze turistico-culturali, ma daranno visibilità anche a iniziative locali, come spettacoli di burattini ed eventi sportivi, tra cui la partecipazione del Bologna FC alla Champions League.

Inoltre, il merchandise brandizzato con i loghi di prestigio internazionale, come Ducati, Lamborghini e Alma Mater, contribuirà a rafforzare il legame tra il territorio e il pubblico, celebrando l'unicità e la fama delle eccellenze bolognesi.

Le vetrine ospiteranno grafiche coordinate che esibiscono anche oggetti e gadget locali, fungendo da vero e proprio store universale della cultura a Bologna, grazie anche alla linea “è Bologna” nata per mano di Bologna Welcome e che si avvale della collaborazione con artigiani locali. Un altro elemento fondamentale dell’identità culturale è rappresentato dal mondo musicale e teatrale, valorizzato sia attraverso concerti organizzati in occasione di visite guidate, sempre molto apprezzati, sia mediante il perfezionamento di un’area biglietteria che si è evoluta in una struttura complessa e articolata. Questa area integra le funzioni di almeno cinque biglietterie locali, legate a partner di prestigio acquisiti negli ultimi anni, tra cui Musica Insieme, Bologna Festival, Accademia Filarmonica, Orchestra Filarmonica e Inedita.

4) Caratteristiche di integrazione e diversificazione di prodotti e servizi inerenti a settori economici diversi

Le innumerevoli sfaccettature delle attività portate avanti dall’area accoglienza trovano un immediato riscontro nella diversa provenienza professionale dei partner di cui si avvale:

- Artigianato per la rivendita di gadget tematici, spesso commissionati da Bologna Welcome e prodotti in esclusiva;
- Editoria per la rivendita di una vasta gamma di materiale narrativo e saggistico multilingue, tra cui guide turistiche, romanzi storici, manuali di storia dell’arte, biografie ecc;
- Musica grazie alla partnership con numerosi teatri ed organizzatori locali che utilizzano il punto IAT come biglietteria locale per la promozione e rivendita dei propri abbonamenti e spettacoli;
- Sport grazie alla partnership col Bologna Calcio e la Virtus per la promozione e la rivendita di biglietti e gadget brandizzati;
- Turismo per la rivendita e stretta collaborazione con tour operator locali, fornitori di esperienze diversificate destinate al cittadino e al turista nei più diversi ambiti di applicazione.

Criteria e modalità di riscontro dei risultati

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Vetrine, vetrofanie e materiali promozionali	Qualità della grafica e della stampa, riscontro visivo da parte dell’utenza, mantenimento di un’immagine coordinata, attrattività ed invito a visitare lo IAT con relativo tasso di visita. Numero di pieghevoli distribuiti, riduzione del tempo di illustrazione dei vari servizi, riduzione del tempo di acquisto e scelta, tasso di conversione tra prodotto promosso e acquisto dello stesso.
Attività ed eventi	Le attività sui social sia dirette che in collaborazione con influencer potranno essere valutate in base ai tassi di conversione degli utenti oltre al numero di visualizzazioni effettuate. Gli incontri in presenza verranno valutati in base alle adesioni e ai sondaggi di interesse che verranno messi a disposizione degli utenti.
Desk mobili	I risultati relativi alle attività proposte dai desk mobili sia all’interno dello IAT che presso le location di eventi importanti, verranno valutati in base al numero di materiali tematici distribuiti, alle presenze e alle richieste pervenute al desk. Anche le conversioni da informazioni generiche alla prenotazione di servizi saranno utili per la valutazione finale dell’iniziativa.
Audioguide	Il numero di audioguide vendute, il riscontro

	dell'utenza tramite recensioni e sondaggi, organizzazione logistica del visitatore negli spazi coinvolti saranno utili per delineare i risultati del progetto. Attraverso operazioni di back office sarà inoltre possibile scaricare un report con i dati relativi al tempo di ascolto delle audioguide, e le sezioni di maggiore interesse per il cliente.
Itinerari turistici	La promozione attraverso gli strumenti social, le adesioni ed i sondaggi post esperienza forniranno i dati necessari per la valutazione delle iniziative.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 30.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 30.000,00

PUNTEGGIO: 84

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

Spese per eventi o manifestazioni, di carattere enogastronomico, culturale, storico, religioso, naturale, sociale, ludico, sportivo e ricreativo, iniziative complementari all'offerta turistica del Territorio Turistico di Bologna-Modena	
Ideazione e organizzazione eventi o manifestazioni	€ 4.000,00
Realizzazione eventi o manifestazioni	€ 6.000,00
Ideazione, realizzazione e promozione di itinerari tematici e esperienze	€ 6.000,00
Comunicazione media e social media	€ 6.000,00
Stampa di materiale informativo (specificare tipologia, quantitativi, lingua: 10.000 copie weekly planner in ITA ed ENG; 10.000 brochure istituzionali di destinazione per corner Trenitalia ITA ed ENG; 12 vetrofanie per vetrine tematiche presso IAT-R)	€ 8.000,00
Altro (specificare)	€ _____
TOTALE	€ 30.000,00

MODENA

AMBITO 1.a - Informazione e accoglienza al turista - IAT RESERVATION E IAT

1) Comune di Sestola - IAT

P.G. n. 39973 del 18/11/2024

Estremi riconoscimento ufficio:

Determinazione numero 609 del 22/04/2024

Determinazione numero 2153 del 29/11/2024

SEDE

Corso Umberto I 28, 41029 Sestola

RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

L'Ufficio Informazioni e Accoglienza Turistica di Sestola sarà chiamato nel 2025 a completare l'iter amministrativo finalizzato all'acquisizione della qualifica di IAT-R, che consentirà di effettuare un rilevante salto di qualità nell'ottica della promo-commercializzazione turistica dell'Appennino modenese.

Al fine di continuare a promuovere lo sviluppo di una forte immagine identitaria e unitaria della montagna, ancora più coordinata con la Provincia di Modena e con il Territorio Turistico Bologna-Modena, risulta necessario potenziare i canali comunicativi e promozionali dell'Ufficio, attivando nuove forme di collaborazione in particolare con le Destination Management Organization: realizzare progetti che contribuiscano a destagionalizzare e a diversificare i flussi e a "esportare" efficacemente le peculiarità dell'Appennino oltre i confini provinciali rappresenta senza dubbio una sfida cruciale da affrontare in tempi brevi.

I tradizionali servizi di informazione e accoglienza, basati sul front-office, sullo scambio interpersonale e sul reperimento fisico di materiale informativo, rivestono ancora un ruolo di fondamentale importanza, ma devono essere opportunamente affiancati da puntuali investimenti mirati alla digitalizzazione dei contenuti e al potenziamento di una lungimirante social media strategy, allo scopo di alimentare l'interesse e la curiosità per il territorio al di fuori dei consueti periodi di alta stagione turistica.

Nel rispetto delle Linee Guida Triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale, si fissano in vista del 2025 i seguenti obiettivi:

- capitalizzare i valori turistici-identitari, sfruttando al massimo l'essenza comunicativa del patrimonio storico-culturale-naturale e delle tipicità che rendono unico l'Appennino Modenese;
- sviluppare inedite sinergie con gli attori territoriali e implementare azioni sistemiche di promozione coerenti con le attività messe in campo dal Territorio Turistico e da APT Servizi;
- sostenere iniziative per ridurre l'impatto ambientale, incoraggiare il turismo responsabile e garantire l'inclusione sociale e l'accessibilità per tutti i visitatori;
- accrescere la visibilità e la presenza dell'Appennino sui media.

Azioni/iniziative che si intendono svolgere nel corso del 2025:

1. *(In collaborazione con la DMO della Provincia di Modena)* Lancio del Passaporto Turistico dell'Appennino Modenese 3.0, nato nel 2022 come "gioco territoriale" adatto a tutte le fasce d'età: il turista viene incentivato a visitare il maggior numero di località di notevole interesse naturalistico e a raccogliere i relativi timbri presso strutture convenzionate (esercizi commerciali, alberghi, rifugi, musei...).

Nella seconda metà del 2024, grazie al prezioso contributo della DMO di Modena, è stata completata la terza edizione rinnovata del Passaporto, che costituirà uno dei principali strumenti di promozione turistica in vista della primavera/estate 2025. Per ovviare all'apertura stagionale e alla ridotta accessibilità di alcuni "punti timbro", si

installeranno dei contenitori di legno agevolmente raggiungibili tutto l'anno dove custodire gli stampi corrispondenti.

2. Realizzazione in formato elettronico (*anche in lingua inglese*) dell'opuscolo "DiscoverInAppennino - storia, arte & cultura" (*titolo da definire*): la nuova brochure, da progettare con l'indispensabile supporto dei Comuni aderenti al progetto, offrirà un'esaustiva panoramica sulle attrazioni storico-culturali dell'Appennino: si è rilevata, infatti, la completa mancanza di un supporto informativo unitario che presenti adeguatamente i castelli, i musei, le pievi romaniche, le suggestive borgate "fantasma" e i più noti oratori del territorio.

Insieme a "TrekInAppennino" (*opuscolo inerente ai sentieri realizzato con i contributi del PTPL 2024*), il materiale sarà pubblicato sul portale ufficiale della Redazione Locale e reso liberamente accessibile a tutti i dispositivi mediante la creazione di un QR Code da scansionare presso gli uffici turistici. Solo ed esclusivamente in occasione di fiere e manifestazioni di rilievo, si provvederà a stampare un numero appropriato di copie nell'intento di facilitare il reperimento di materiale informativo da parte degli utenti.

3. Realizzazione in formato cartaceo (*anche in lingua inglese*) della brochure "Modena in Cammino" (*titolo da definire*): lo svolgimento del Giubileo 2025 invita a concentrarsi particolarmente sulle numerose vie di pellegrinaggio che attraversano la Provincia di Modena e il Frignano: Via Romea Nonantolana, Via Romea Germanica Imperiale, Via Vandelli.

Il dépliant si configura come uno strumento divulgativo estremamente utile per fornire una sintetica visione d'insieme dei cammini che interessano l'area modenese: il pieghevole ovviamente rimanderà per maggiori approfondimenti alle pagine e ai canali promozionali cartacei (*guide*) e digitali (*siti web e social*) esistenti relativi ai vari percorsi.

4. Realizzazione in formato cartaceo della brochure "1945-2025: l'Appennino Modenese tra Linea Gotica e Resistenza" (*titolo da definire*): la ricorrenza dell'80° Anniversario della Liberazione rappresenta un'occasione unica per riattivare una serie di iniziative con l'obiettivo di valorizzare il patrimonio culturale contemporaneo dell'Appennino Modenese, un'area aspramente colpita e coinvolta dalla Seconda Guerra Mondiale. Nonostante la presenza di innumerevoli tracce, la Storia del Novecento non è ancora riuscita pienamente ad affermarsi come volano per richiamare importanti flussi di turismo, specialmente scolastico.

Nel 2025 si realizzerà un opuscolo dedicato ai musei di storia militare, ai sentieri didattici, ai tour tematici e ai luoghi della Memoria dell'Alto Frignano e, parallelamente, si aprirà una nuova sezione *ad hoc* su www.inappenninomodenese.com, attingendo dai progetti già avviati negli scorsi anni: nello specifico, si cercherà di conferire maggiore visibilità al sito <https://la-linea-gotica.com>, un innovativo portale interattivo, patrocinato da dieci comuni (*tra cui Fanano, Sestola, Montese e Montecreto aderenti della Redazione Locale*), dove si possono scoprire e consultare testimonianze, aneddoti e racconti riguardanti la resistenza locale e i combattimenti sulla Linea Gotica.

5. Realizzazione in formato elettronico della versione aggiornata della brochure "Cimone in E-Bike": nel 2025, inoltre, si inizieranno a gettare le basi per un rinnovamento radicale delle strategie promozionali degli itinerari da percorrere in bicicletta. Allo scopo di consolidare l'immagine del Cimone quale punto di riferimento per lo svolgimento di attività sportive outdoor, si interverrà per riordinare e ottimizzare le risorse a disposizione degli uffici. Partendo dai percorsi "Pedalare Camminare", si provvederà a registrare in formato gpx gli altri tracciati per E-Bike che si sviluppano su tutto il territorio (*la prima versione di "Cimone in E-Bike" si riferiva solamente ai sentieri tra Sestola, Fanano e Montecreto*), per poi creare una sorta di mappa digitale (facilmente aggiornabile) da pubblicare su www.inappenninomodenese.com.

6. Produzione e montaggio di spot promozionali: in conformità alle Linee Guida Triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale, si manterrà un elevato livello di penetrazione sui social media, attraverso il coinvolgimento di testimonial e la sperimentazione di inedite campagne dedicate soprattutto allo sport all'aria aperta e alla sostenibilità.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Progetto che contempla la funzione di redazione locale svolta dall'ufficio nell'ambito di ERT/SITUR

SÌ

2) Attività finalizzate al funzionamento di reti di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale

Lo scambio reciproco di materiali e la proficua condivisione di conoscenze, ai fini della realizzazione delle attività progettuali, assicureranno il funzionamento e l'implementazione della rete sovracomunale di informazione e accoglienza, che dovrà diventare sempre più articolata, reattiva, puntuale e capace di soddisfare efficacemente le diverse esigenze dei turisti.

Tutti gli opuscoli cartacei prodotti saranno distribuiti tra gli otto Comuni aderenti al progetto e consegnati ai presidi turistici del Territorio Bologna-Modena (in particolare, allo IAT-R di Modena), mentre le brochure in formato elettronico saranno rapidamente e immediatamente raggiungibili dal sito della Redazione Locale di riferimento.

In aggiunta, nel 2025, specialmente durante i mesi autunnali, il personale dello IAT presenzierà con un proprio stand informativo alle manifestazioni di rilevante interesse in programma in Appennino (es. sagre tradizionali ed eventi gastronomici): lo IAT MOBILE, infatti, si configura come uno strumento adeguato a potenziare ulteriormente la coesione della rete territoriale.

In continuità con il 2024, infine, verranno rinnovati gli abbonamenti digitali ai quotidiani locali, nell'ottica di garantire ai Comuni una fonte di aggiornamento costante sulle ultime novità a livello turistico-culturale.

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile

- **accessibilità:** l'installazione di box di legno agevolmente raggiungibili tutto l'anno dove custodire i timbri (azione n.1) risponde all'esigenza di garantire la piena fruibilità del Passaporto Turistico 3.0, concepito fin dall'inizio per diventare un "gioco di promozione territoriale" senza barriere. Relativamente all'opuscolo previsto dall'azione n. 2 ("DiscoverInAppennino"), inoltre, si porranno in evidenza (mediante l'utilizzo di un "bollino" distintivo) le attrazioni storico-culturali che risultano totalmente accessibili per agevolare la pianificazione delle visite da parte di persone con disabilità o difficoltà motorie/sensoriali.

- **sostenibilità:** l'educazione ambientale e la valorizzazione delle "buone pratiche" per vivere la montagna all'insegna della sostenibilità e del rispetto della natura rappresenteranno l'argomento chiave di una campagna di comunicazione da attivare sui canali social della Redazione Locale (azione n. 6). Nonostante i materiali cartacei siano estremamente apprezzati dall'utenza dello IAT, si continuerà poi a perseguire l'obiettivo di digitalizzare alcuni contenuti: "DiscoverInAppennino" (azione n. 2) e "Cimone in E-Bike" (azione n. 5) verranno prodotti di conseguenza in formato elettronico.

- **innovazione:** l'idea dello IAT MOBILE nasce dalla necessità di innovare l'organizzazione dei servizi di informazione e accoglienza in Appennino, nell'ottica di rafforzare la presenza dello IAT sul territorio e di garantire lo svolgimento di attività promozionali coerenti e omogenee.

Nel 2025 si investirà profondamente sul sito della Redazione Locale (anche in previsione dell'acquisizione della qualifica di IAT-R e dell'implementazione dei servizi di reservation): a tal proposito, si ritiene che la creazione della mappa digitale illustrativa delle tracce gpx dei percorsi per E-Bike (azione n. 5) e l'interconnessione tra www.inappenninomodense.com e <https://la-linea-gotica.com> (azione n. 4) siano due interventi in linea con l'evoluzione del mercato turistico in atto.

4) Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO

Come anticipato nella relazione generale, la transizione verso la qualifica di IAT-R implicherà necessariamente un coordinamento continuativo e strutturato con le DMO del Territorio Turistico.

In particolare, si desidera corroborare la collaborazione con la DMO di Modena mediante lo scambio di materiali informativi e la condivisione di post programmati sui canali social di riferimento (InAppenninoModense e VisitModena), al fine di consolidare il legame tra montagna e città.

Proseguirà, inoltre, il sostegno alla rassegna “Modena Slow” (curata sempre dalla DMO di Modena) incentrata sulla promozione di esperienze da vivere in Appennino: il calendario di escursioni didattiche e passeggiate tematiche sarà opportunamente pubblicizzato sul territorio sfruttando i mezzi di comunicazione della Redazione Locale.

Inoltre, lo IAT di Sestola contribuirà a mettere in contatto gli attori privati operanti in montagna (Guide Ambientali Escursionistiche, maneggi, caseifici, aziende agricole...) e la DMO nel tentativo di incrementare le “esperienze a data aperta” disponibili e prenotabili sul portale VisitModena.

IAT e DMO coopereranno altresì al lancio e alla valorizzazione del “Passaporto Turistico 3.0” e alla realizzazione degli opuscoli in formato cartaceo inerenti ai Cammini e all’80° della Liberazione (azioni n. 3 e n. 4): si necessiterà, infatti, del supporto organizzativo della DMO di Modena per raggiungere capillarmente anche gli altri ambiti territoriali provinciali interessati dai due progetti.

5) Descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti

Nell’intento di professionalizzare le figure all’interno dell’Ufficio di Informazione e Accoglienza Turistica, alcuni operatori parteciperanno al corso per Guida Ambientale Escursionistica, individuato quale iter formativo ideale per approfondire la conoscenza delle risorse artistiche, architettoniche, culturali e naturalistiche e dei valori turistico-identitari del territorio.

In conformità ai “Criteri e modalità organizzative per la gestione dei servizi di informazione e accoglienza turistica”, inoltre, verranno svolte almeno 30 ore di momenti di aggiornamento: ai fini della realizzazione di alcune attività progettuali (azioni n. 2 e n. 4), gli addetti saranno affiancati da associazioni culturali e/o di promozione sociale competenti in grado di fornire gli strumenti necessari a preparare “con cognizione di causa” i materiali promozionali. In continuità con il 2024, infine, si proseguirà un percorso di formazione diretto ad accrescere le competenze digitali degli operatori (soprattutto relativamente alla creazione di contenuti).

PIANO FINANZIARIO

personale addetto al front-office e al back-office <i>nel caso di uffici gestiti in appalto potranno essere rendicontate spese di personale in pianta organica dei Comuni o delle Unioni dei Comuni beneficiari in misura non superiore al 15% dell’importo totale ammissibile di tutte le ulteriori altre spese di progetto (al netto del personale il cui costo viene rimborsato dalla Regione Emilia-Romagna, ad esempio addetti Redazione Locale)</i>	€ 42.400,00
partecipazione a percorsi di aggiornamento	€ 2.500,00
attività finalizzate al funzionamento di reti di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale	€ 10.000,00
spese di locazione (costo effettivo e non figurativo)	€ /
riscaldamento e pulizia locali	€ 2.250,00
spese postali	€ 300,00
utenze telefoniche ed elettriche	€ 6.000,00
assistenza tecnica	€ /
abbonamenti a piattaforme multimediali per la promozione turistica e a uno o più quotidiani contenenti le edizioni locali	€ 3.250,00

rafforzamento e miglioria del sistema di informazione e accoglienza turistica in ottica 4.0: noleggio attrezzature e acquisto abbonamenti, ad esempio abbonamenti ad applicazioni multimediali, noleggio attrezzature per realtà aumentata e videoproiezione	€ 2.800,00
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali cartacei	€ 21.000,00
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali in formato elettronico	€ 9.000,00
TOTALE	€ 99.500,00

TOTALE SPESE PREVISTE: € 99.500,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 99.500,00

PUNTEGGIO: 71

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

2) Comune di Maranello per STTI - IAT R

P.G. n. 40007 del 18/11/2024

Estremi riconoscimento ufficio:

Determinazione numero 1850 del 23/10/2023

SEDE

Corso Umberto I 28, 41029 Sestola

RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

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

Il territorio dei comuni partecipanti al Progetto copre una superficie complessiva di 386,35 km quadrati e una popolazione di 78.450 abitanti al 31.12.2023 (Fonte Regione Emilia Romagna).

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

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

L'Ufficio IAT-R del Sistema Turistico Territoriale Intercomunale presso il Museo Ferrari di Maranello

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

L'Ufficio IAT-R presso il Museo Ferrari di Maranello è strategico per un territorio che ha molto da offrire e che si rafforza con la presenza di elementi diversi. I visitatori che si presentano all'Ufficio IAT-R di Maranello rappresentano un target estremamente eterogeneo, accomunato dall'uso del digitale e del mobile per informarsi, decidere e acquistare le proprie vacanze: sono turisti indipendenti (DIY), frequent traveller ed anche repeater. Il 2025 sarà l'anno del Giubileo: il Sistema Turistico è orientato a sviluppare il potenziale di accoglienza dei pellegrini che arriveranno sui territori.

A tal fine si svilupperanno le conoscenze del personale relativamente alle vie e ai cammini (Santa Giulia, Romea Germanica Imperiale, Bibulca, Vandelli), alle ciclabili come la Ciclabile del Mito, le chiese, Pievi e Abbazie presenti sul territorio.

Il sito maranelloplus.com (e i social a questo collegati) sono gli strumenti per un importante lavoro di digital marketing. Gestito da una redazione diffusa nei territori convenzionati, offre ai turisti gli strumenti necessari per stimolare la voglia di scoprire attraverso una continua interazione con la piattaforma web. L'aggiornamento e il continuo rinnovo dei contenuti del sito, oltre ad una agenda condivisa degli eventi di interesse turistico, sono la base per un lavoro di promozione svolto attraverso i social da una agenzia affidataria del servizio di marketing digitale.

Dal gennaio 2024 è operativa la chatbot, un sistema guidato da intelligenza artificiale che risponde alle richieste di informazione anche in orari in cui l'Ufficio IAT è chiuso. Nel 2025 si proseguirà con l'attività di mantenimento e manutenzione dell'IA.

Nel prossimo anno verrà inoltre verificata l'accessibilità del sito maranelloplus e poste in atto azioni di adeguamento. Tra queste il sito verrà dotato della funzione di lettura automatica dei testi per aumentarne la fruibilità per le persone ipovedenti. Verrà inoltre aggiunta la funzione google API per consentire la pubblicazione di mappe dinamiche.

Nel 2024 è proseguita per il secondo anno l'attività di apertura delle aziende ai visitatori in occasione della Italian Motor Week con discreto interesse da parte dei visitatori ed una buona accoglienza da parte delle aziende che si sono rese disponibili ad aprirsi ai visitatori. Il turismo industriale rappresenta un canale di promozione di siti ed eventi relativi alla cultura industriale.

Agli imprenditori interessati è stata proposta la collaborazione dello IAT-R per supportare le aziende nella gestione del tempo libero di propri ospiti/clienti/collaboratori proponendo attività ed eventi di interesse disponibili nel periodo di permanenza sul territorio. Dopo il coinvolgimento di alcune importanti industrie del territorio interessate ad offrire ai propri ospiti (fornitori, clienti, ecc.) occasioni per conoscere e vivere il territorio nei momenti non occupati direttamente dall'attività lavorativa.

Nel 2025 si sosterrà ulteriormente questa attività di supporto all'organizzazione di prodotti collegati al segmento MICE - turismo (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions). Il mercato MICE si riferisce ad una nicchia specializzata in turismo di gruppo, dedicata alla pianificazione, prenotazione e semplificazione nell'organizzare conferenze, seminari ed altri eventi in campo business. In questo contesto il Sistema Turistico e lo IAT-R collaboreranno per l'individuazione sul territorio delle strutture da utilizzare per promuovere e sviluppare un'offerta personalizzata di turismo congressuale ed incentive del territorio di riferimento. Si tratta di una clientela che può avere anche un'elevata possibilità di spesa e le aziende interessate godrebbero di un servizio "su misura" e in continuo aggiornamento.

Se i motori sono la caratteristica dominante dei comuni della pianura, la presenza di vie storiche, come ad esempio la Via Vandelli, la via Romea Germanica Imperiale e il Cammino di Santa Giulia, oltre al percorso di completamento

della Ciclovía del Mito Modena-Maranello sono stimoli a proseguire nell'attività di promozione del turismo Outdoor Active&Slow.

A tal fine, oltre alla collaborazione con la Provincia per la partecipazione con proprie risorse alle attività delle associazioni che si occupano dei percorsi, nel 2025 come obiettivo di miglioramento si agevolerà la possibile collaborazione fra aziende e il Sistema Turistico per la promozione dei tracciati percorribili in bicicletta (bike experience).

Per il turismo sportivo, il 2025 si aprirà con la mezza maratona Maranello-Modena, un evento che sta avendo un'enorme risonanza mediatica e sta raccogliendo un numero elevato di iscrizioni (già 6000 iscritti per la 21 km), e che avrà Maranello al centro dell'iniziativa.

Azioni/iniziative che si intendono svolgere nel corso del 2025:

Il 2025 sarà l'anno del Giubileo: il Sistema Turistico è orientato a sviluppare il potenziale di accoglienza dei pellegrini che arriveranno sui territori:

- formazione del personale relativamente alla conoscenza delle vie e cammini (Santa Giulia, Romea Germanica Imperiale, Bibulca, Vandelli), alle ciclabili come la Ciclabile del Mito, le chiese, Pievi e Abbazie presenti sul territorio.
- formazione del personale con specifico riferimento all'accoglienza di persone diversamente abili;
- Aggiornamento e rinnovo dei contenuti del sito maranelloplus con specifica attenzione ad interventi per l'accessibilità;
- Promozione e marketing digitale del territorio;
- Attività di mantenimento e manutenzione dell'IA Chatbot del sito maranelloplus;

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Progetto che contempla la funzione di redazione locale svolta dall'ufficio nell'ambito di ERT/SITUR

NO

2) Attività finalizzate al funzionamento di reti di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale

Il sito maranelloplus, le pagine e i profili collegati continueranno ad essere i principali strumenti per il funzionamento delle reti territoriali di informazione e Accoglienza Turistica.

Uno degli obiettivi di miglioramento del 2025 sarà il consolidamento della rete di IAT diffuso e il riconoscimento di nuovi aderenti riaprendo i termini per presentare una dichiarazione di interesse per nuovi aderenti e proponendo ulteriori attività di formazione alle attuali 19 attività che fanno parte della rete proponendo alla Provincia la conferma dell'esistente e il riconoscimento delle nuove attività.

Il Sistema Turistico organizzerà attività di formazione sulle materie di informazione, accoglienza turistica, conoscenza del territorio e delle sue risorse, inglese turistico. Il coordinamento della rete promuoverà e organizzerà la raccolta di informazioni sugli eventi organizzati in ciascun territorio utilizzando l'agenda eventi del sito maranelloplus e l'agenzia di marketing digitale per la promozione social. Si selezioneranno le attività che vorranno partecipare alle offerte di esperienze da offrire ai turisti tramite il portale maranelloplus. Con le aziende che faranno richiesta saranno attivate collaborazioni per proporre esperienze che favoriscano il City Break (Soggiorni di 1 o 2 notti in abbinamento alle esperienze top del territorio).

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile

- accessibilità:

Nel 2025 verranno poste in atto alcune importanti innovazioni che interesseranno il portale maranelloplus. In particolare si affiderà un servizio per l'analisi dell'accessibilità del sito, uno studio degli interventi per modifiche di

accessibilità, un successivo intervento per l'accessibilità e la redazione di un manuale per la scrittura e gestione sito accessibile con formazione alla redazione;

- **sostenibilità:**

si verificherà l'effettiva esigenza di produzione di materiale cartaceo, privilegiando prodotti digitali per informare il pubblico dei visitatori e promuovere il territorio;

Si pubblicizzerà la presenza di BIKE STATION con servizio gratuito per i turisti che vorranno arrivare sul territorio utilizzando la bicicletta;

Nel programma di formazione dedicato al personale IAT-R si presterà particolare attenzione alla sostenibilità per potenziare questo tema nell'accoglienza turistica;

innovazione:

Il sito maranelloplus verrà rinnovato. Con l'inserimento di un plugin di lettura automatica dei testi si potrà favorire l'accessibilità di soggetti diversamente abili. Verrà inoltre attivato Google API per mappe dinamiche.

4) Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO

Si verificheranno le modalità per rafforzare le modalità di collaborazione con Modena Tour;

5) Descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti

Nella formazione degli addetti, che riprenderà i temi tipici dell'informazione turistica, si integrerà la cura dell'informazione e accoglienza dei turisti diversamente abili, raccogliendo e organizzando le informazioni sui servizi per turisti offerti dal territorio da strutture attente ai loro bisogni.

PIANO FINANZIARIO

personale addetto al front-office e al back-office nel caso di uffici gestiti in appalto potranno essere rendicontate spese di personale in pianta organica dei Comuni o delle Unioni dei Comuni beneficiari in misura non superiore al 15% dell'importo totale ammissibile di tutte le ulteriori altre spese di progetto (al netto del personale il cui costo viene rimborsato dalla Regione Emilia-Romagna, ad esempio addetti Redazione Locale)	€ 97.600,00
- spese personale front office IAT-R	€ 7.814,40
- spese personale dei comuni	
partecipazione a percorsi di aggiornamento	€ 6.000,00
attività finalizzate al funzionamento di reti di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale	€ 18.300,00
spese di locazione (costo effettivo e non figurativo)	€ ____0____
riscaldamento e pulizia locali	€ ____0____
spese postali	€ ____300,00____
utenze telefoniche ed elettriche	€ ____0____

<p>assistenza tecnica</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hosting, assistenza e manutenzione sito maranelloplus; 2. gestione domini, cookie policy e privacy policy ITA/ENG 3. Plugin già presenti e nuovo plugin per lettura automatica(canone annuale) 4. Canone Matomo per analytics; 5. Attivazione google API per mappe dinamiche 	<p>€ 4.000,00</p>
<p>abbonamenti a piattaforme multimediali per la promozione turistica e a uno o più quotidiani contenenti le edizioni locali</p>	<p>€ 200,00</p>
<p>rafforzamento e miglioria del sistema di informazione e accoglienza turistica in ottica 4.0: noleggio attrezzature e acquisto abbonamenti, ad esempio abbonamenti ad applicazioni multimediali, noleggio attrezzature per realtà aumentata e videoproiezione</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. chatbot sito maranelloplus; 2. Analisi, studio degli interventi per modifiche di accessibilità, interventi per accessibilità, manuale gestione sito accessibile con formazione 	<p>€ 10.610,00</p> <p>€ 7.686,00</p>

realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali cartacei	€ 5.000,00
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali in formato elettronico	€ 0
TOTALE max 300.000	€ 157.510,40

TOTALE SPESE PREVISTE: € 157.510,40

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 157.510,40

PUNTEGGIO: 72

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

3) Unione Terre di Castelli - IAT

P.G. n. 40013 del 18/11/2024

Estremi riconoscimento ufficio:

Determinazione numero 539 del 09/04/2024

SEDE

Piazza Roma 5, 41014 Castelvetro di Modena

RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

Per rispondere in modo efficace alle sfide di un turismo sempre più competitivo e orientato alle esperienze, gli sforzi verranno diretti a rafforzare la rete tra IAT e IAT DIFFUSI, con il fine di migliorare l'offerta turistica e l'accoglienza dei visitatori e allo stesso tempo essere un 'hub' locale per la promozione tramite la Redazione Locale e la commercializzazione della DMO di riferimento. Vi è inoltre il desiderio di rendere l'esperienza turistica un momento memorabile, accessibile e arricchente, e consolidare l'immagine del territorio turistico, offrendo anche itinerari esperienziali enogastronomici ed in occasione anche degli eventi rilevanti e ricorrenti organizzati dai rispettivi comuni aderenti ad Unione.

In linea con le Linee Programmatiche della Regione:

1. Un obiettivo prioritario del progetto sarà di rafforzare e ampliare la rete di IAT esistenti, nonché di istituire nuovi punti di informazione diffusa in aree strategiche o meno servite. Questa azione mira a garantire una copertura più capillare e diffusa, in grado di intercettare sia i flussi turistici tradizionali che quelli emergenti. La presenza di nuovi IAT INNOVATIVA, i DIFFUSI, in collaborazione con attività commerciali locali, consentirà una maggiore accessibilità alle informazioni turistiche.
2. Il miglioramento del servizio di informazione e accoglienza turistica passa attraverso una maggiore qualità dell'offerta, la personalizzazione dell'esperienza dei visitatori e un'efficace collaborazione tra uffici di accoglienza e operatori locali. Investire nella formazione del personale, nell'uso di tecnologie digitali per l'accesso alle informazioni e nella creazione di una rete informativa integrata consente di fornire servizi più completi, aggiornati e coinvolgenti. In questo modo, si garantisce un'accoglienza che valorizza le peculiarità del territorio e risponde alle esigenze dei turisti, contribuendo alla crescita e al posizionamento competitivo della Territorio Turistico.
3. Incentivare la collaborazione e il rafforzamento della rete informativa diffusa e tra gli uffici di informazione e accoglienza turistica (IAT) è un aspetto cruciale per valorizzare e promuovere efficacemente il territorio. Questo processo di cooperazione sinergica permette una condivisione puntuale e strategica di dati, risorse e iniziative promozionali, garantendo una comunicazione coordinata e coerente verso i visitatori. Si occupa della distribuzione anche del materiale promozionale cartaceo prodotto a favore degli Iat Diffusi.
4. L'accessibilità diventa un elemento fondamentale per l'accoglienza turistica. Il progetto si propone di garantire la fruibilità dei servizi sia nei punti fisici che nelle piattaforme digitali e garantendo un'esperienza inclusiva anche per persone con esigenze speciali: revisione del sito web secondo gli standard WCAG 2.1 in corso di completamento; la formazione dedicata alla scrittura dei contenuti oltre che delle grafiche digitali; l'offerta di contenuti in lingua inglese; assicurano l'accessibilità digitale, raggiungendo un pubblico internazionale e diversificato.
5. Promuovere un turismo sostenibile, responsabile e inclusivo
Il progetto pone un forte accento sulla promozione di pratiche turistiche sostenibili, rispettose dell'ambiente, delle comunità locali e delle tradizioni culturali del territorio. Saranno sviluppati e integrati gli itinerari slow, percorsi enogastronomici, cammini naturalistici e cicloturistici per incentivare un turismo che valorizza le risorse locali, riduce l'impatto ambientale e genera benefici per le comunità. La formazione degli operatori su tematiche di sostenibilità rafforzerà questa visione, favorendo l'adozione di buone pratiche ambientali e il coinvolgimento attivo di tutti gli attori del territorio.

6. Migliorare l'offerta turistica attraverso la formazione e il coinvolgimento degli operatori locali.

Il successo dell'accoglienza turistica si basa sulla qualità dei servizi offerti dagli operatori locali, che rappresentano il primo punto di contatto con i visitatori. L'obiettivo è creare una rete di professionisti qualificati, capaci di offrire servizi turistici di eccellenza e di valorizzare al meglio il patrimonio culturale e naturale del territorio e contribuendo a rafforzare l'identità culturale del territorio, offrendo ai visitatori un'esperienza autentica e immersiva.

Previsti infine incontri periodici per favorire lo scambio di buone pratiche, garantendo un costante aggiornamento delle competenze tra istituzioni, privati e operatori Iat.

7. Favorire la condivisione di informazioni e la promozione congiunta.

La promozione turistica viene immaginata coordinata e integrata, per garantire un'immagine coerente e attrattiva della regione. Il progetto intende favorire la condivisione di informazioni tra gli IAT, Redazione Locale, DMO di riferimento, le istituzioni locali e gli operatori turistici, cercando sinergie che potenzino l'efficacia delle azioni promozionali. Sarebbe ideale anche la creazione di campagne promozionali congiunte e l'adozione di una comunicazione uniforme, sia online che offline, contribuendo a valorizzare le diverse attrazioni regionali, evidenziando i punti di forza di ogni area e promuovendo la regione come un'unica grande destinazione turistica.

8. Il progetto prevede un costante monitoraggio e valutazione delle attività, attraverso la raccolta di dati e feedback per misurare l'efficacia dei servizi e l'impatto sugli utenti. Il miglioramento continuo dei servizi e la misurazione delle performance garantiranno la qualità e il valore aggiunto della rete IAT.

Azioni/iniziative che si intendono svolgere nel corso del 2025:

1. Espandere la rete di IAT DIFFUSI: Identificare e aprire nuovi punti di informazione turistica in aree strategiche o carenti di servizi, promuovendo una collaborazione con le attività commerciali locali per garantire l'accessibilità delle informazioni e intercettare sia flussi turistici tradizionali che emergenti. Inoltre dare corso al progetto IAT MOBILE, la presenza di IAT TERRE DI CASTELLI all'interno delle manifestazioni ricorrenti e rilevanti di Unione TDC, nel periodo indicativo da maggio a ottobre e nel mese di dicembre, in occasione delle manifestazione in tema più rilevante offerta.

2. Elevare la qualità dell'informazione e accoglienza dello IAT: Investire nella formazione continua del personale IAT e degli operatori locali, fornendo tecnologie digitali e virtuali per migliorare la qualità e la diffusione delle informazioni. Incentivazione negli operatori di comportamenti inclusivi e offerte esperienziali a supporto dei servizi turistici tradizionali, personalizzando l'offerta con le unicità del territorio. o.

3. Potenziare la collaborazione tra IAT e stakeholder locali: Creare una rete informativa virtuale, ma anche fisica periodica, tra gli uffici di accoglienza turistica locali e gli operatori per favorire la condivisione di dati e risorse. Questo approccio sinergico garantirà un'informazione coordinata e una comunicazione coerente con i visitatori.

4. Garantire l'accessibilità fisica e digitale: aggiornamento sito web e le piattaforme online secondo gli standard WCAG 2.1, offrendo contenuti accessibili anche alle persone con esigenze speciali. Realizzare formazione specifica per la creazione di contenuti digitali inclusivi, assicurando la presenza di materiale in lingua inglese per raggiungere un pubblico internazionale.

5. Promuovere un turismo sostenibile e inclusivo: Sviluppare itinerari Lenti, percorsi enogastronomici, naturalistici e cicloturistici per valorizzare le risorse locali e ridurre l'impatto ambientale. Formare gli operatori su pratiche di sostenibilità per sensibilizzare e coinvolgere la comunità verso un turismo rispettoso e responsabile.

6. Formare e coinvolgere gli operatori locali: Organizzare corsi e incontri periodici per migliorare le competenze e la professionalità degli operatori locali, assicurando un'accoglienza di qualità e un'esperienza autentica per i visitatori. Favorire la condivisione di buone pratiche tra istituzioni, privati e operatori IAT.

7. Coordinare la promozione turistica: incontri periodici per coordinare informazioni e relativa attività promozionale; scambio di dati/immagini per creazione di una piattaforma condivisa; ai fini della creazione di Hub locale per garantire la disponibilità e il coordinamento delle informazioni in tempo reale, ai fini della promozione e commercializzazione della Redazione Locale e DMO.

8. Monitoraggio e valutazione efficacia dei servizi: valutazione monitoraggio giornaliero ed eventuali reclami e criticità emerse per misurare l'impatto delle attività sugli utenti. Un costante monitoraggio permetterà il

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Progetto che contempla la funzione di redazione locale svolta dall'ufficio nell'ambito di ERT/SITUR
SÌ

2) Attività finalizzate al funzionamento di reti di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale
IAT TERRE DI CASTELLI è un Hub locale che centralizza le informazioni turistiche e/o servizi turistici ed eventi. E' il punto di riferimento di: Iat diffusi, operatori economici/turistici che svolgono un servizio al turista attivo sia per l'accoglienza che per l'offerta esperienziale enogastronomica nel particolare; si aggiungono gli enti aderenti ad Unione, uffici turismo e cultura ai fini delle informazioni relative anche agli eventi, luoghi culturali e musei da poter visitare.

Il portale turistico di riferimento per tutti è www.terredicastelli.eu, oltre ai rispettivi canali social: Facebook e Instagram: - <https://www.facebook.com/terredicastelli>, https://www.instagram.com/terredicastelli_mo/ il nuovo canale youtube: https://www.youtube.com/@TerrediCastelli_mo, attualmente in corso di aggiornamento e che sarà, mano a mano, integrato con materiale audiovisivo già prodotto da unione stessa, quello che verrà fornito dai vari comuni principalmente sugli eventi ricorrenti e rilevanti, oltre da nuovo materiale di Unione in corso di progettazione.

Le attività sono finalizzate a:

- un accesso semplice e rapido alle informazioni turistiche e sono pensate per adattarsi a un pubblico globale, offrendo servizi multilingua, mappe, guide e contenuti interattivi che possono raggiungere i turisti ovunque si trovino.
- Accesso digitale alle informazioni: Implementare piattaforme online e social network che permettano ai turisti di ottenere informazioni aggiornate in tempo reale, e rendere fruibili anche contenuti multilingue e formati inclusivi, per raggiungere un pubblico ampio e diversificato;
- un approccio che mira a garantire che i turisti ricevano un'assistenza di qualità e trovino sempre un punto di riferimento per le loro esigenze, sia che stiano viaggiando fisicamente nel territorio sia che stiano pianificando la loro visita online.
- Considerata l'area sovracomunale che rappresenta Unione Tdc, permette una visione integrata e sistemica del territorio, con l'obiettivo di promuovere un'area turistica ampia nella sua totalità, valorizzando attrazioni, tradizioni e servizi distribuiti e unici in diverse località;
- Favorire la collaborazione tra IAT (uffici di informazione e accoglienza turistica), enti locali, associazioni, pro loco e altri soggetti pubblici e privati, per una gestione centralizzata e coordinata delle informazioni e dei servizi.
- Monitoraggio e aggiornamento delle informazioni: Assicurare che tutte le informazioni fornite attraverso la rete siano costantemente aggiornate, accurate e coerenti, con particolare attenzione a eventi, attrazioni e servizi disponibili, garantendo l'affidabilità delle informazioni per i visitatori.
- Promozione sinergica del territorio: Organizzare campagne promozionali condivise e materiali informativi che promuovano l'intero territorio sovracomunale, evidenziando le singole peculiarità di ogni comune, ma anche i punti di forza comuni, per attrarre un pubblico variegato.
- Inclusività e accessibilità delle informazioni: Assicurare che tutte le informazioni siano accessibili a tutti i turisti, compresi quelli con disabilità, attraverso la realizzazione di contenuti digitali fruibili (ad esempio, siti web accessibili, testi per screen reader, traduzioni) e servizi adeguati.
- Gestione e distribuzione di materiale promozionale: Distribuire brochure, mappe, guide e altri materiali informativi in modo uniforme attraverso tutta la rete di IAT e punti informativi, per garantire che ogni turista abbia accesso alle informazioni necessarie durante il soggiorno.

Questi elementi contribuiscono a creare una rete turistica efficiente, coesa e accessibile, capace di offrire un servizio di qualità, promuovendo in modo efficace l'intero territorio sovracomunale di Unione Terre di Castelli.

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile

- **Accessibilità**

Preso atto che gli attuali uffici It rispettano le norme circa l'accessibilità dal punto fisico, nel particolare le nostre azioni di potenziamento e innovazione riguardano l'accessibilità e inclusività virtuale.

Nel corso del 2024 è stata completata la revisione complessiva del sito web agli standard 2.1 WCAG, ed è già progettato per i primi mesi del 2025 un corso di formazione che affronta due tematiche principalmente:

1. Formazione su scrittura accessibile ed inclusiva;
2. Formazione sull'accessibilità degli strumenti digitali;

Con il fine di diffondere agli operatori la scrittura contenuti web e/o grafiche digitali accessibili, oltre ad un percorso di formazione sull'accoglienza inclusiva, oltre che in lingua inglese.

- **Sostenibilità**

L'Unione Terre di Castelli, tramite la collaborazione di IAL Emilia Romagna, ente di formazione che vanta una notevole esperienza nelle tematiche riguardanti la sostenibilità e l'enogastronomia del settore turistico/ristorativo, ha proposto un corso di formazione gratuito, dal titolo "La sostenibilità quale fattore di successo dell'impresa turistico-ristorativa: come differenziare l'offerta ed innovare puntando sulla sostenibilità": https://www.unione.terredicastelli.mo.it/unione/informazione_e_accoglienza_iat_diffuso/la_sostenibilita_quale_fattore_dellimpresa_turisticoristorativa.htm

ma che purtroppo non ha avuto un buon esito, con l'iscrizione di soli n. 2 partecipanti.

Nel prossimo anno si avrà l'opportunità di sviluppare ulteriori collaborazioni per promuovere buone pratiche ambientali tra gli operatori turistici e offrire, oltre che promuovere, servizi turistici sostenibili per i visitatori.

La formazione continuerà a focalizzarsi sulla fruizione slow del nostro territorio, attraverso iniziative come il Cammino dell'Unione, e la carta dei percorsi cicloturistici e grandi cammini, disponibile anche in itinerari Gpx online.

Prosegue inoltre il nostro impegno nel valorizzare le esperienze enogastronomiche, per sostenere l'economia locale in modo, sia tramite la promozione che attraverso la formazione agli operatori e l'informazione ai turisti. Unione inoltre partecipa al progetto CETTS di Ente Parchi Emilia Centrale, con due progetti/azioni mirate alla sostenibilità ambientale per la promozione slow del territorio (cammini e cicloturismo).

- **Innovazione**

Il sito di terre di castelli rappresenta la prima fonte di condivisione delle informazioni, tra tutti gli operatori turistici coinvolti privati e pubblici; è la piattaforma di riferimento che ognuno per il proprio ruolo nella rete, dalla gestione al coordinamento, dall'informazione e accoglienza turistica alla promozione, dalla verifica all'analisi dei feedback. Parallelamente la strategia promozionale si focalizzerà sui social network come mezzo principale per raggiungere il pubblico, in quanto consentono di comunicare in modo rapido, diretto e mirato, favorendo l'interazione con i propri follower e amplificando la portata dei messaggi promozionali.

Il nostro impegno verso l'accessibilità e inclusività, ai fini dell'aggiornamento dei contenuti web e digitali, garantiranno il potenziamento della promozione dell'offerta turistica.

Questo approccio integrato e innovativo mira a rendere il sistema turistico locale più moderno, accessibile e competitivo, favorendo esperienze significative e di qualità per i visitatori.

4) Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO

Per promuovere la crescita qualitativa e l'internazionalizzazione del Territorio Turistico Bologna-Modena, è fondamentale rafforzare le forme di condivisione e sensibilizzazione all'interno del territorio stesso. Ciò consentirà di presentare un programma promozionale integrato che valorizzi le specificità uniche dalla città alle aree locali. Questo approccio non solo diversificherà l'offerta turistica, ma contribuirà anche ad ampliarla e a renderla disponibile in ogni stagione, migliorando l'attrattività complessiva e il posizionamento competitivo del territorio sul mercato internazionale. Terre di Castelli, ha già adottato misure e azioni in tal senso da tempo e continua in questo percorso targettizzando la propria offerta nei seguenti 'prodotti':

- già disponibili per operatori e turisti nel sito di riferimento, relativamente al turismo sostenibile e responsabile (slow tourism esperienziale, cicloturismo, il trekking, cammini, rocche castelli e borghi storici);
- in previsione per il 2025: studio di fattibilità di itinerario specifico del Cammino dell'Unione accessibile a diverse forme di disabilità;
- Inizio di un percorso sulla promozione del turismo scolastico in tema di: borghi e castelli, cammini, e musei;

Unione si presenta come un piccolo 'hub' locale strategicamente posizionato tra Bologna, Modena e Maranello, alle porte dell'Appennino. La condivisione di servizi e informazioni tra gli attori locali e la DMO di riferimento è ritenuto un approccio indispensabile per una gestione turistica efficace e integrata. La collaborazione e lo scambio di informazioni facilitano la comprensione delle esigenze del mercato turistico, promuovendo sinergie tra operatori locali e istituzioni. Questo scambio di conoscenze favorisce la creazione di iniziative congiunte e innovative, mirate a potenziare l'attrattività della destinazione, sia a livello locale che su scala più ampia.

Si propone l'adozione di un'organizzazione specifica che supporti e faciliti la collaborazione tra gli attori coinvolti, consentendo una gestione delle risorse più integrata ed efficiente. L'obiettivo ultimo è migliorare la competitività e la sostenibilità della destinazione attraverso un approccio sinergico e reattivo.

Il nostro impegno si concentra principalmente sulla sensibilizzazione degli uffici di informazione e accoglienza turistica, così come degli operatori economici del territorio.

Tale impegno si concretizza attraverso: Scambio di informazioni: raccolta e condivisione di dati, tendenze e preferenze dei turisti; Collaborazione nella promozione: attività di promozione di eventi, attrazioni e iniziative turistiche di rilievo; Itinerari esperienziali: sviluppo di percorsi enogastronomici di alta qualità; Coinvolgimento negli eventi: partecipazione attiva nella pianificazione e realizzazione di eventi per migliorarne qualità, accessibilità e inclusività.

Queste azioni sono essenziali per creare sinergie tra tutti gli attori del settore turistico, promuovendo una gestione più efficace e sostenibile delle destinazioni e migliorando l'esperienza complessiva del visitatore. Tali iniziative rappresentano un contributo significativo al ruolo strategico della DMO nel Territorio Turistico Bologna-Modena.

MACRO TEMI	Specifiche	Modalità	IAT DIFFUSI 2025	IAT DIFFUSI 2024	IAT
Strumenti digitali e virtuali a disposizione degli IAT diffusi	Come trovare e condividere informazioni (teoria e pratica)	in presenza	3		
	turismo enogastronomico ed esperienziale	on line	3		
	Rocche e Palazzi + Lo stupore non ha età (percorsi famiglie)	on line	3		

Offerta turistica d'area e le sue potenzialità	Andar per Borghi e Pievi; Musei di storia e del gusto	on line	3		
	OUTDOOR: Sentieristica e cicloturismo	on line	3	3	3
Accessibilità web	editing e grafiche; strumenti informatici e applicazioni utili a supporto	on line		3	3
Offerta turistica d'area specifica ed integrativa	Il Silver Tourism: itinerari e servizi turistici rivolti a persone over 55 o 60 anni	on line			3
	Un anno nelle Terre di Castelli: itinerari culturali/naturalistici da svolgere durante gli eventi ricorrenti e rilevanti di Terre di Castelli	on line			3
Comunicazione e Relazioni Interpersonali	Tecniche di comunicazione verbale e non verbale; Come costruire un rapporto positivo con i turisti; Linguaggio inclusivo.	in presenza	3	3	3
Conversazione in inglese	A seguire il corso base: contenuti da definire	in presenza	3	3	3
Conversazione in inglese	A seguire il corso base: contenuti da definire	in presenza			3
obbligo minimo di frequenza			21	12	21

Formazione complessivamente offerta è di h. 33 ed inoltre alla suddetta formazione, è proposto un corso base di inglese, rivolto sia agli operatori IAT che IAT DIFFUSI, e a tutti gli operatori economici/turistici del territorio di Unione Terre di Castelli sul miglioramento dell'accoglienza del turista (n. 6 lezioni di h. 1.30 in presenza).

PIANO FINANZIARIO

personale addetto al front-office e al back-office nel caso di uffici gestiti in appalto potranno essere rendicontate spese di personale in pianta organica dei Comuni o delle Unioni dei Comuni beneficiari in misura non superiore al 15% dell'importo totale ammissibile di tutte le ulteriori altre spese di progetto (al netto del personale il cui costo viene rimborsato dalla Regione Emilia-Romagna, ad esempio addetti Redazione Locale)	€ 20.000,00
partecipazione a percorsi di aggiornamento	€ 1.200,00

attività finalizzate al funzionamento di reti di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale	€ 8.000,00
spese di locazione (costo effettivo e non figurativo)	€ _____
riscaldamento e pulizia locali	€ 500,00
spese postali	€ 500,00
utenze telefoniche ed elettriche	€ 500,00
assistenza tecnica	€ 600,00
abbonamenti a piattaforme multimediali per la promozione turistica e a uno o più quotidiani contenenti le edizioni locali	€ _____
rafforzamento e miglioria del sistema di informazione e accoglienza turistica in ottica 4.0: noleggio attrezzature e acquisto abbonamenti, ad esempio abbonamenti ad applicazioni multimediali, noleggio attrezzature per realtà aumentata e videoproiezione	€ _____
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali cartacei	€ _____
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali in formato elettronico	€ _____
TOTALE	€ 31.300,00

TOTALE SPESE PREVISTE: € 31.300,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI:

PUNTEGGIO: 71

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

4) Comune di Carpi per Unione Terre d'Argine - IAT

P.G. n. 40033 del 18/11/2024

Estremi riconoscimento ufficio:

Determinazione numero 1778 del 13/10/2023

SEDE

Palazzo dei Pio, Piazza Dei Martiri 64, 41012 Carpi

RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

Relazione generale dell'attività

Il servizio IAT-Incarpi nel corso del 2024 ha consolidato la propria attività di accoglienza compiendo il recupero di tutte le proprie azioni dopo la pandemia. Nel corso dell'anno sono stati messi a punto i nuovi sistemi di segnaletica dello IAT e di aggiornamento del personale, che ha svolto un corso di n. 30 ore di carattere teorico e pratico, incluse visite guidate e approfondimenti sul territorio. Inoltre, alla luce di due interventi finanziati dall'Unione europea relativamente all'accessibilità e al superamento delle barriere cognitive e sensoriali sono stati proposti pacchetti turistici rivolti a target specifici di pubblico nonché a un pubblico familiare. Il progetto "Carpi Smart Cultural City" ha definito lo sviluppo di digitalizzazione integrato basato sulla piattaforma Artplace che oggi promuove e migliora la fruizione del patrimonio turistico della Città di Carpi, implementando l'accessibilità culturale e intellettuale dei contenuti, ampliando il bacino dei pubblici e migliorando la user experience dei visitatori. Sono state inoltre attivate azioni di analisi del flusso turistico, con l'obiettivo di individuare delle azioni mirate di promozione per il territorio, in particolare sul turismo sostenibile e accessibile, in relazione al Giubileo 2025. Il turismo accessibile è senza dubbio un tema che merita di essere discusso con una certa delicatezza, ma che nasconde allo stesso tempo un'opportunità economica che, se ben compresa, potrebbe accelerare di molto l'appeal di un territorio, attirando l'attenzione di un flusso turistico importante. Il turismo accessibile è oggetto di interesse per molte categorie di persone, tanto che i suoi numeri sono in costante crescita. È un turismo di qualità, attento ai servizi offerti dal territorio e spesso concentrato nei periodi di bassa stagione, quando la confusione e il caos sono minori. In questo senso, le azioni approntate sulla Via Romea Germanica e sul Cammino di Santa Giulia risultano fondamentali.

Azioni/iniziative che si intendono svolgere nel corso del 2025:

1. Aggiornamento dei materiali a stampa di informazione e accoglienza turistica: mappe, depliant, guide brevi illustrativi e informativi
2. Corso di formazione e aggiornamento del personale, legato alle opportunità del Giubileo 2025
3. Attivazione della biglietteria elettronica per il mantenimento della rete della "Carpicard"

L'Amministrazione comunale ha definito l'interruzione del servizio IAT in data 30.06.2025.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Progetto che contempla la funzione di redazione locale svolta dall'ufficio nell'ambito di ERT/SITUR
NO

2) Attività finalizzate al funzionamento di reti di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale
Le attività che costituiscono le reti territoriali di informazione e accoglienza turistica dell'ambito dell'Unione Terre d'Argine si sviluppano attraverso le seguenti azioni:

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

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile

- accessibilità le attività relative alla formazione del personale ai servizi turistici sono funzionali a migliorare l'accessibilità e l'accoglienza per tutti i target di turisti
- sostenibilità lo sviluppo e il mantenimento di servizi elettronici di biglietteria e di informazione turistica come i beacon migliorano la sostenibilità delle azioni sul territorio
- innovazione il mantenimento e potenziamento delle reti ai fini della circolazione dei turisti è finalizzato a un turismo che agisce in modalità non tradizionale

4) Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO

L'Amministrazione Comunale di Carpi si impegna a fornire una collaborazione attiva mettendo a disposizione

le informazioni turistiche finalizzate all'aggiornamento del sistema turistico regionale.

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

5) Descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti

Il percorso di formazione proposto è relativo ai seguenti temi:

- il Turismo slow e sostenibile
- Itinerari turistici sul territorio
- Itinerari turistici del Giubileo
- Visite di approfondimento dei siti legati al tema

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

personale addetto al front-office e al back-office nel caso di uffici gestiti in appalto potranno essere rendicontate spese di personale in pianta organica dei Comuni o delle Unioni dei Comuni beneficiari in misura non superiore al 15% dell'importo totale ammissibile di tutte le ulteriori altre spese di progetto (al netto del personale il cui costo viene rimborsato dalla Regione Emilia-Romagna, ad esempio addetti Redazione Locale)	€ 22.000,00
partecipazione a percorsi di aggiornamento	€ 1.500,00
attività finalizzate al funzionamento di reti di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale	€ 3.000,00
spese di locazione (costo effettivo e non figurativo)	€ _____
riscaldamento e pulizia locali	€ _____
spese postali	€ _____
utenze telefoniche ed elettriche	€ _____
assistenza tecnica	€ _____
abbonamenti a piattaforme multimediali per la promozione turistica e a uno o più quotidiani contenenti le edizioni locali	€ _____

rafforzamento e miglioria del sistema di informazione e accoglienza turistica in ottica 4.0: noleggio attrezzature e acquisto abbonamenti, ad esempio abbonamenti ad applicazioni multimediali, noleggio attrezzature per realtà aumentata e videoproiezione	€ _____
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali cartacei	€ 5.000,00
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali in formato elettronico	€ _____
TOTALE	€ 31.500,00

TOTALE SPESE PREVISTE: € 31.500,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 31.500,00

PUNTEGGIO: 53

FASCIA DI VALUTAZIONE: BASSA

5) Comune di Modena - IAT R

P.G. n. 40057 del 19/11/2024

Estremi riconoscimento ufficio:

Determinazione numero 1314 del 02/08/2024

SEDE

Piazza Grande 14, 41121 Modena

RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

Attività di sportello e back-office

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

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

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

Obiettivi di miglioramento del servizio:

- rafforzare il ruolo di Modena come hub turistico a servizio di tutto il territorio provinciale;
- rafforzare il posizionamento di Modena e del territorio provinciale all'interno del sistema dell'Accoglienza turistica regionale;
- sviluppare attività innovative di carattere promozionale per rafforzare l'identità turistica del Territorio Turistico Bologna-Modena;
- accrescere l'attrattività territoriale qualificando e innovando i servizi di informazione turistica coinvolgendo la rete degli IAT territoriali in progettualità condivise;

- promuovere un turismo sostenibile, cioè in equilibrio con il tessuto socioeconomico della città e i territori, e inclusivo, cioè accessibile a tutti;
- incrementare l'utilizzo di sistemi digitali innovativi per proporre prodotti ed esperienze da acquistare anche in autonomia;
- offrire al turista prodotti ed esperienze di qualità, in grado di intercettare bisogni specifici;
- mantenere un approccio flessibile nell'adozione di strategie e azioni di intervento;
- valorizzare il patrimonio culturale e naturale del territorio provinciale e le aree meno interessate dal turismo consolidato.

Azioni/iniziative che si intendono svolgere nel corso del 2025:

OSSERVATORIO TURISTICO

Appurata la parzialità dei dati forniti dal sistema statistico ufficiale (ISTAT) utilizzato da Comuni, Province e Regioni in merito al movimento effettivo dei turisti in vacanza, presenti e alloggiati nelle destinazioni sottoposte a rilevazione, ci si propone di dotarsi di un sistema di rivalutazione, di integrazione e affinamento delle cifre statistiche “ufficiali” relative al movimento alberghiero ed extralberghiero attraverso l’utilizzo di alcuni “indicatori indiretti”. Questo sistema di rivalutazione dei dati, definibile come Osservatorio Turistico, si basa sull’attività di analisi quali-quantitativa che periodicamente viene aggiornata ed integrata anche con altri indicatori indiretti del movimento turistico.

DATA ANALYTICS WINDTRE

A seguito della sperimentazione avviata nel 2023 con WINDTRE SPA per un servizio di fornitura di una piattaforma dati basata sui dati statistici della telefonia mobile mediante il monitoraggio dei visitatori presso determinati punti di interesse all’interno del Comune di Modena, nel corso del 2025 si prevede di continuare tale servizio con l’obiettivo di fornire insights sulla mobilità e sulle caratteristiche dei visitatori. Il cruscotto virtuale proposto consentirà di esportare informazioni come: Punto di interesse, Numero di visite e visitatori giornalieri, Tipologia di visitatore (comunale, provinciale, regionale, nazionale, straniero), Affluenza per fascia oraria, Affluenza per giorno della settimana, Distribuzione del tempo di permanenza, Distribuzione della frequenza di visita, Provincia di domicilio per visitatori nazionali, Paese di provenienza per visitatori stranieri, Caratteristiche socio-demografiche dei visitatori italiani (genere, nazionalità, range di età), Capacità di spending dei visitatori italiani, Tipologia di SIM (consumer/business).

VISITMODENA ACCESSIBILE: In continuità con le attività avviate e in corso sul portale Visitmodena si prevede di completare le azioni di innovazione e miglioramento, in particolare quelle finalizzate a garantirne l’accessibilità a tutti, cioè l’utilizzo senza difficoltà e in ogni suo aspetto da un utente con disabilità.

CETS PARCHI EMILIA CENTRALE (CARTA EUROPEA TURISMO SOSTENIBILE): il Comune di Modena, attraverso lo IATR e il portale Visitmodena, nell’ottica di inserirsi nella strategia di Promozione della CETS con l’obiettivo di comunicare gli elementi identitari che rendono attrattivo il territorio verso il mercato turistico domestico ed estero, svolgerà queste attività:

1. Erogazione delle informazioni di base sull’offerta dei luoghi/eventi/itinerari/servizi del territorio di Modena Pianura facenti parte del Progetto CETS e distribuzione materiale informativo su fornitura, presso le sedi della Rete IAT.
2. Inserimento, su indicazione e richiesta e fornitura di materiale informativo, dei luoghi/eventi/itinerari del territorio di Modena Pianura facenti parte del Forum CETS nel Portale Visitmodena <https://www.visitmodena.it/it> (attualmente nella sezione di "Ambiente e Natura - Itinerari e Visite - Eventi ,

in omologa sezione o pagine in evidenza in caso di rivisitazione e/o Restyling del Sito); Arricchimento della sezione dedicata a pellegrinaggi e cammini;

3. Promozione di alcuni itinerari e/o luoghi e/o eventi, individuati in collaborazione con CET, del territorio di Modena Pianura facenti parte del Progetto CETS negli itinerari delle prossime campagne social sponsorizzate attivate dal Comune
4. Arricchimento delle sezioni di visitmodena.it in riferimento ai temi della natura e dei cammini.

BABY PIT STOP: negli spazi dello IAT R di piazza Grande verrà realizzato uno spazio dedicato alle mamme che hanno necessità di allattare o anche solo di riposarsi, verrà pertanto messa a disposizione una poltroncina per allattare protetta da un separé, per garantire tranquillità e discrezione

1) Progetto che contempla la funzione di redazione locale svolta dall'ufficio nell'ambito di ERT/SITUR SÌ

2) Attività finalizzate al funzionamento di reti di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale.

Lo IAT-R di Modena, che attraverso il gestore aderisce alla rete ERW Emilia - Romagna Welcome, Rete che raggruppa e coordina tutta l'offerta di attività e tour del territorio e la mette a sistema a livello regionale, mette a disposizione la piattaforma Trekksoft in uso anche a Bologna e nei principali IAT-R Regionali. 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 del territorio, nel corso del 2025, verranno avviate o potenziate alcune azioni che vedranno il coinvolgimento di tutta la rete degli IAT provinciali a vari livelli, azioni finalizzate a qualificare l'informazione e l'accoglienza turistica provinciale. In particolare, lo IAT R di Modena potenzierà la ricerca presso le realtà territoriali di tutta la provincia di Modena, coinvolgendo in questa attività la rete degli IAT, di "esperienze prenotabili" che permetteranno, attraverso l'inserimento di bottoni "Call to action" e l'utilizzo della Piattaforma Trekksoft", a tutti i soggetti di tutto il territorio provinciale proporre e mettere a disposizione dei turisti le offerte di visite guidate, corsi, vendite biglietti, pacchetti turistici ecc. Tale attività viene sviluppata per la condivisione di informazioni con altri IAT del territorio provinciale.

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile.

- **Accessibilità**

VISITMODENA ACCESSIBILE garantisce l'accessibilità del portale anche da un utente con disabilità.

Tutto il personale dello IAT R verrà inoltre coinvolto in un corso di formazione ad hoc per fornire un servizio informativo accessibile a tutti i turisti, comprese le persone con disabilità o bisogni speciali.

BABY PIT STOP servizio per mamme all'interno dello Iat di piazza Grande.

- **Sostenibilità**

Tutte le azioni e le iniziative realizzate sono progettate in modo da non alterare l'equilibrio del tessuto socioeconomico della città e dei territori.

CETS (CARTA EUROPEA TURISMO SOSTENIBILE): adesione alla Strategia Cets Parchi Emilia Centrale 2025-2029.

BUONE PRASSI DI SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE: gli uffici Iat R di Modena adottano buone pratiche di risparmio energetico, riciclo dei rifiuti e risparmio della carta, e viene invitato il team a non utilizzare materiale usa e getta. Verrà inoltre svolta una costante attività di sensibilizzazione dell'utenza a non sprecare brochure e materiali informativi e verrà sempre specificato che per le prenotazioni dei luoghi di visita tramite visitmodena non è necessario stampare il biglietto ma è sufficiente salvarlo sul cellulare o conoscere il codice di prenotazione.

- **Innovazione**

APPROCCIO MULTICANALE: il progetto gestionale dedica una particolare attenzione alla valorizzazione di strumenti e modalità innovative per la promozione dei servizi di informazione e accoglienza turistica in ogni fase del cosiddetto "customer journey" in linea con l'evoluzione del mercato turistico e la sensibilità di viaggiatori ed operatori del settore.

L'organizzazione del Servizio IAT si distingue per un approccio 'multi-touchpoint' pensato per incontrare le esigenze degli utenti in maniera moderna e innovativa, senza mai perdere il valore del contatto umano, dell'ascolto attento e dell'erogazione di informazioni corrette e autorevoli.

Per raggiungere questo obiettivo, verranno adottate strategie dinamiche e flessibili, abbracciando una varietà di canali comunicativi e personalizzando l'interazione in base alle preferenze dei visitatori.

L'ufficio turistico è concepito non solo come punto informativo ma come una vera e propria piattaforma esperienziale, dove i visitatori sono accolti da personale qualificato, in grado di adattarsi alle diverse esigenze comunicative, rispettando le varie culture e fornendo al tempo stesso un'esperienza informativa multimediale attraverso tecnologie avanzate come i vari monitor presenti nell'ufficio che permettono agli utenti di immergersi nella ricchezza culturale e storica di Modena e del suo territorio attraverso contenuti digitali dinamici e coinvolgenti. Durante l'orario di ufficio, ci si avvale dei canali tradizionali come front desk, telefono, posta, e di piattaforme digitali per chat istantanee, Messenger su Facebook e interazioni sui social media tramite X, rispondendo tempestivamente a messaggi e post taggati @visitmodena. Viene inviata una newsletter settimanale su eventi e notizie di rilievo. Inoltre, visitmodena.it sarà integrato con un sistema di live-chat scelto per la sua efficacia nell'offrire assistenza diretta e rapida, semplificando la navigazione.

Realizzazione di un OSSERVATORIO TURISTICO (per la parte descrittiva si veda Azioni/iniziative che si intendono svolgere nel corso del 2025).

DATA ANALYTICS WINDTRE realizzazione di un cruscotto di monitoraggio dei visitatori presso determinati punti di interesse all'interno del Comune di Modena (per la parte descrittiva si veda Azioni/iniziative che si intendono svolgere nel corso del 2025).

4) Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO

L'attività di condivisione di servizi e informazioni con la DMO del territorio modenese e con il sistema promocommerciale regionale è uno degli aspetti strategici che si considera 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.

5) Descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti

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

Le ore vengono suddivise come segue

- 14/16 ore: formazione sull'offerta turistica del territorio tramite visite onsite gestite in collaborazione con guide turistiche o esperti di settore. Il programma di visite viene personalizzato in base al grado di formazione e anzianità degli addetti e vengono tenute in forma individuale o di gruppo in base alle esigenze di approfondimento. I luoghi che tutti gli addetti devono aver visitato di persona e che ogni anno vengono rivalutati per aggiornamenti e visite ulteriori sono: Sito Unesco, Palazzo Ducale di Modena, Palazzo dei Musei e istituzioni presenti, luoghi FMAV, Teatro Comunale Pavarotti, Mercato Albinelli, Museo Enzo Ferrari, Maserati, Stanguellini, Collezione Panini, Museo Pagani, Museo Ferrari e i principali borghi, castelli e Palazzi della provincia di Modena;
- 6/10 ore: partecipazione a seminari di formazione e approfondimento organizzati da APT/ENIT o altri enti per aggiornamenti su trend del mercato turistico;
- 4/6 ore incontri di confronto e formazione congiunti organizzati con la rete di imprese Emilia-Romagna Welcome per il miglioramento nell'utilizzo del sistema di prenotazione e per la creazione di prodotti turistici;
- nel 2025, in continuità con il progetto Modena per tutti avviato nel 2022 verrà replicata una sessione di formazione per accoglienza turisti con bisogni speciali, persone con disabilità in particolare, ma anche altre categorie.

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

PIANFO FINANZIARIO

personale addetto al front-office e al back-office <i>nel caso di uffici gestiti in appalto potranno essere rendicontate spese di personale pianta organica dei Comuni o delle Unioni dei Comuni beneficiari in misura non superiore al 15% dell'importo totale ammissibile di tutte le ulteriori altre spese progetto (al netto del personale il cui costo viene rimborsato dalla Regione Emilia Romagna, ad esempio addetti Redazione Locale)</i> di cui € 45.000,00 (personale comunale in pianta organica)	€ 200.000,00
partecipazione a percorsi di aggiornamento	€ 20.000,00
attività finalizzate al funzionamento di reti di informazione e accoglienza turistica ambito sovracomunale	€ 25.000,00
spese di locazione (costo effettivo e non figurativo)	€ _____
riscaldamento e pulizia locali	€ _____
spese postali	€ _____

utenze telefoniche ed elettriche	€ _____
assistenza tecnica	€ _____
abbonamenti a piattaforme multimediali per la promozione turistica e a uno o più quotidiani contenenti le edizioni locali	€ _____
rafforzamento e miglioria del sistema di informazione e accoglienza turistica in otti 4.0: piattaforma Data Analytics WindTre”	€ 20.000,00
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali cartacei	€ 10.000,00
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali in forma elettronica	€ _____
altro (specificare) Osservatorio Turistico 20.000,00 Spese di fibra ottica a SETA per Iat in Stazione 2.000,00 Sistema assistenza servizio monitoraggio accessi Duomo 3.000,00	€ 25.000,00
TOTALE	€ 300.000,00

TOTALE SPESE PREVISTE: € 300.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 300.000,00

PUNTEGGIO: 98

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

AMBITO 1.a - Informazione e accoglienza al turista - IAT INNOVATIVI

1) Comune di Maranello per STTI - IAT DIFFUSO

PG n. 40003 del 18/11/2024

Estremi riconoscimento ufficio:

Determinazione n. 1280 del 30/07/2024

Determinazione n. 2141 del 27/11/2024

SEDE

- Fotodigital, Via Statale 31, Fiorano Modenese
- Hotel Alexander, via Resistenza 46, Fiorano Modenese
- Casa Rossa Di Ferrari Walter, Via Cava 16, Formigine
- B&B Cà Dal Frol, Via Stradella 12, Formigine
- Modena Golf & Country Club A.s.d., via Castelnuovo Rangone 4, Formigine
- R&B IL MELOGRANO, Via Ghiarola 59, Formigine
- Il profumo dei Tigli B&B, Via Vaccari 26, Formigine
- Hotel La Fenice, Via Caduti sul Lavoro 12, Formigine

- Villa Magnolia Via Adolfo Venturi, 9, 41043 Formigine MO
- Ride Appennino, Via Prov. Lama 84, Montefiorino
- Polisportiva Monchio ASD APS, Via Panoramica 151\|E, Palagano
- Locanda Cialamina Sas Di Forti Enrica, Palazzo Pierotti 38, Palagano
- Nuova Proloco Prignano S/S APS, Via Allegretti 166, Prignano
- Al Ciocco s.n.c., via Palloncino 2, Montefiorino

RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

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

Il territorio dei comuni partecipanti al Progetto copre una superficie complessiva di 386,35 km quadrati e una popolazione di 78.450 abitanti al 31.12.2023 (Fonte Regione Emilia Romagna).

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

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

IAT DIFFUSO MARANELLO TERRA DI MOTORI

Nel 2024 è stato pubblicato un avviso pubblico per la raccolta di manifestazioni di interesse da parte degli operatori interessati a svolgere la funzione di IAT Diffuso. Si sono candidate 18 attività di cui 17, al termine dell'istruttoria, sono state ammesse alle attività di formazione previste. Hanno sottoscritto un accordo con il Sistema Turistico Territoriale e la Provincia ha riconosciuto la rete degli IAT Diffusi del territorio.

Nel 2024 si sono svolti i corsi di formazione in modalità FAD che prevedono, nelle 20 ore obbligatorie, le materie di marketing e inglese turistico oltre che una visita guidata al Museo Ferrari.

Azioni/iniziative che si intendono svolgere nel corso del 2025:

Obiettivi di miglioramento per il 2025 saranno:

1. La riapertura dei termini per la presentazione di domanda di adesione per gli operatori che avranno interesse a far parte della rete;
2. corso di formazione di nr. 20 ore in modalità mista FAD/presenza per i nuovi aderenti alla rete;
3. corso di formazione della durata di nr. 10 ore per le attività già riconosciute in modalità mista FAD/presenza;
4. costruzione di una pagina sul sito maranelloplus dove verranno ospitate le attività della rete;
5. progetto di digitalizzazione integrata. Ciascun IAT Diffuso avrà la tecnologia beacon che consentirà a turisti ed utenti di poter ricevere informazioni e contenuti multimediali aggiuntivi

Descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti:

CONTENUTI CORSO FORMAZIONE NUOVI ADERENTI LINGUA INGLESE (TURISTICO)

- Costruzione di frasi fatte in ambito turistico

- Simulazione di mini-conversazioni (con esercitazioni) per sviluppare/migliorare le competenze linguistico-comunicative in lingua inglese nel settore del turismo.
- Fornire: indicazioni generali sul sito e sul paese, indicazioni stradali, modalità di acquisto di biglietti, tipicità culinarie (prodotti enogastronomici locali, dove trovarli, etc.), mezzi di trasporto locali (dare informazioni sui servizi pubblici locali, raccogliere dati per chiamare un taxi, etc.) feste di paese e altri eventi folkloristici locali. "Non..." linguistici, e cioè sulle cose che non bisogna dire in inglese (italianismi, traduzioni maccheroniche, false friends, errori comuni, etc.)

MARKETING

Tecniche, approcci e specificità dell'accoglienza per turisti nazionali e internazionali;

Comunicazione interpersonale verbale e quella paraverbale; esprimere correttamente concetti, linguaggio del corpo. Presentare efficacemente il territorio in funzione delle specifiche motivazioni dei turisti. Gestione dei reclami. Navigazione sito Maranello+, Uso dei social, Google My Business Spiegazione linee di prodotto previste dal PPCT 2025: * city break* cultura* outdoor active&slow* natura e benessere* food&wine* special interest - motori*sport incontro conclusivo in presenza e visita al Museo Ferrari.

CONTENUTI CORSO DI AGGIORNAMENTO PER ATTIVITA' GIA' RICONOSCIUTE: Visite guidate alle emergenze del territorio.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Elementi di integrazione nel sistema ERT/SITUR tramite lo IAT-IAT R di riferimento

La pagina del sito Maranelloplus che sarà dedicata alla rete IAT Diffuso rappresenta il luogo e il mezzo con cui lo IAT R Terra di Motori potrà trasferire al sistema ERT/Situr le informazioni turistiche. Il collegamento a Situr viene effettuato in virtù della convenzione stipulata con il Comune di Modena che è redazione locale.

2) Attività finalizzate al funzionamento di reti territoriali/virtuali di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale

L'attuale configurazione del sito Maranelloplus, le pagine e i profili collegati sono i principali strumenti per il funzionamento della rete territoriale di informazione e Accoglienza Turistica in ambito sovracomunale, poiché vengono ospitati e promossi eventi, notizie ed esperienze provenienti da tutti i Comuni del STTI.

L'operatività della rete di IAT Diffuso contribuirà ad ampliare e a rendere più capillare l'informazione e accoglienza turistica in tutto il territorio del STTI, nonché si apriranno migliori possibilità di attivare collaborazioni con acetarie, caseifici e altre aziende per calendarizzare e rendere fruibili esperienze con prenotazione on-line favorendo il City Break (Soggiorni di 1 o 2 notti in abbinamento alle esperienze top del territorio).

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile

I beacon costituiscono senza dubbio una tecnologia che consente di aumentare il livello di accessibilità, sulla base delle seguenti principali caratteristiche:

Fornitura di informazioni in tempo reale e geolocalizzate. I beacon possono essere utilizzati per fornire indicazioni in tempo reale alle persone con disabilità visiva o uditiva. Ad esempio, un beacon può essere utilizzato per infrastrutturare un itinerario di visita e fornire informazioni sulla modalità di fruizione dello stesso a una persona ipoudente o ipovedente.

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

Indicazioni sul percorso: i beacon possono essere utilizzati per fornire informazioni sui percorsi di visita, per indicare a una persona con disabilità motoria che un percorso è accessibile.

· Informazioni sui punti di interesse: i beacon possono essere utilizzati per favorire la fruizione di informazioni accessibili sui punti d'interesse (POI) individuati lungo i percorsi di visita outdoor e indoor. In conclusione, la tecnologia beacon possiede un potenziale significativo per migliorare l'accessibilità dei luoghi di attrazione turistica per persone con fragilità.

- **Risparmio energetico:** nel contesto di un sistema di localizzazione, i beacon fungono da trasmettitori di segnali. Grazie all'uso di una versione a basso consumo del Bluetooth (BLE), possono funzionare per anni con una singola batteria.
- **Precisione:** i beacon operano alla frequenza di 2,4 GHz, la stessa utilizzata comunemente nelle reti Wi-Fi. Grazie alla loro notevole flessibilità, i problemi legati alle interferenze possono essere compensati in modo semplice.
- **Sicurezza e privacy:** siccome i beacon emettono segnali in uscita, non presentano rischi di sicurezza intrinseci nella trasmissione stessa. Uno dei punti di forza dei beacon è legato alla privacy, poiché consentono agli utenti di controllare e gestire le proprie impostazioni attivando o disattivando il Bluetooth e i servizi di posizione.
- **Economicità:** i costi principali associati ad un'infrastruttura beacon includono l'hardware (che comprende anche i costi di installazione), il servizio dati e i ricevitori. Il numero dei dispositivi necessari dipende dalle dimensioni dell'area da digitalizzare e dalla copertura richiesta

Le strutture ricettive che sono entrate a far parte della rete di IAT Diffuso saranno inoltre coinvolte in un progetto denominato "Strutture ZERO", volto a definire un percorso di green reputation per la sostenibilità ambientale.

4) Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO

L'Accordo con Modena avente ad oggetto i servizi della Redazione locale consentono di instaurare relazioni utili e proficue con la DMO. In particolare, nel promuovere il territorio vasto, la DMO può essere il tramite per fare conoscere gli elementi caratterizzanti l'identità territoriale e per promuovere in sinergia i prodotti turistici identificati con il PPCT 2025.

PIANO FINANZIARIO

spese di organizzazione percorso formativo iniziale e di aggiornamento degli aderenti	€ 6.000,00
- visite guidate per le attività già in rete	
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali cartacei	€ 5.000,00
- stampa cartina delle principali emergenze turistiche del STTI	
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali in formato elettronico	€ 0,00
abbonamenti a piattaforme multimediali per la promozione turistica e a uno o più quotidiani contenenti le edizioni locali	€ 0,00
spese per il rafforzamento e miglioria del sistema di informazione e accoglienza turistica in ottica 4.0	
- installazione beacon in 20 attività della rete IAT Diffuso	€ 1.950,00
TOTALE	€ 12.950,00

TOTALE SPESE PREVISTE: € 12.950,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 12.950,00

PUNTEGGIO: 69

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

2) Unione Terre di Castelli - IAT Diffuso

PG n. 40012 del 18/11/2024

Estremi riconoscimento ufficio:

Determinazione numero n. 116 del 23/01/2024

SEDE

- Museo dell'aceto balsamico tradizionale di Modena aps, via Francesco Turati, 28, 41057 Spilamberto
- Centro Visite Borgo dei sassi - R&B - Old castle srl, via sassi, 2000, 41052 Guiglia
- Museo del castagno e del borlengo- aps La Slucadora, via San Giacomo, 724, 41059 Zocca
- Circolo Polivalente olimpia Vignola - Piscina Vignola aps, via portello, 2, 41058 Vignola
- Pro loco Vignola Terra di ciliegie aps, via Bellucci, 1, 41058 Vignola
- Fattoria Germoglio azienda agricola, via Rio d'orzo, 535, 41056 Savignano sul Panaro
- La Fontana azienda agricola, via Ghiarole 54/a, 41057 Spilamberto
- Pro loco Savignano sul Panaro, via Crespellani, 12, 41056 Savignano sul Panaro

RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

L'Unione Terre di Castelli si propone di rafforzare e potenziare la rete di Informazione e Accoglienza Turistica attraverso un piano integrato che unisce l'innovazione digitale, il coinvolgimento territoriale e il miglioramento dei servizi. L'obiettivo è quello di garantire che ogni comune dell'Unione, anche le aree meno servite, disponga di un punto di riferimento per turisti e visitatori, valorizzando ogni angolo del territorio e favorendo una distribuzione omogenea dei flussi turistici.

Attraverso il collegamento tra gli IAT diffusi e l'IAT Terre di Castelli, si intende creare un sistema coordinato e coerente, capace di offrire informazioni aggiornate e condividere buone pratiche. La presenza digitale sarà potenziata, assicurando accessibilità e inclusività, per rendere il territorio una destinazione accogliente per tutti. A ciò si aggiunge un sistema organizzativo interno volto a garantire l'efficacia delle comunicazioni e una gestione coordinata degli eventi, supportato da incontri periodici di valutazione e strategie di miglioramento. Materiali promozionali distribuiti gratuitamente contribuiranno a diffondere la conoscenza e l'attrattiva del territorio, rendendo il soggiorno di ogni visitatore un'esperienza ricca e indimenticabile.

Pertanto primo obiettivo è incentivare i punti informativi diffusi, coinvolgendo attivamente le attività commerciali/operatori turistici, quali promotori della valorizzazione delle emergenze turistiche del territorio. L'intento è quello di costruire una vasta rete informativa a supporto di IAT TERRE DI CASTELLI, in un percorso strategico volto a veicolare le informazioni alla Redazione Locale di riferimento ed ampliare pertanto le opportunità del Territorio Turistico tramite la DMO.

Per perseguire questo obiettivo, è stata avviata una nuova manifestazione di interesse volta all'ampliamento del numero di IAT DIFFUSI. Il bando, scaduto l'11 novembre scorso, è attualmente in fase di verifica, ma in via preliminare, per l'anno 2025 si prevede il seguente incremento:

- Castelnuovo Rangone: 2 nuove attività commerciali;
- Castelvetro di Modena: 2 attività ricettive;
- Marano sul Panaro: 1 nuova attività commerciale;

- Spilamberto: 3 attività commerciali che si aggiungono ai 2 IAT DIFFUSI già presenti;
- Savignano: 2 attività ristorative che si aggiungono ai 2 IAT DIFFUSI già esistenti;
- Guiglia e Zocca: n. 1 attività commerciale per ciascun comune che si aggiunge al rispettivo IAT DIFFUSO già presente in entrambi i comuni.

Questo approccio mira a promuovere anche una maggiore partecipazione dei cittadini, potenziando la capacità di promozione e valorizzazione del territorio attraverso il rafforzamento della rete degli IAT DIFFUSI. Nel complesso pertanto si potrà contare su ulteriori 12 IAT DIFFUSI, che si aggiungono agli attuali n. 8, per un totale di n. 20 distribuiti in tutti i comuni dalla pianura all'appennino, dalla frazione di Monale Rangone del Comune di Castelnuovo R. fino a Zocca.

Gli obiettivi generali sono principalmente i seguenti:

- 1- Razionalizzazione e qualificazione del servizio di informazione e accoglienza turistica;
- 2- Potenziamento organizzativo della rete informativa, finalizzata non solo al cittadino e turista, ma anche alla condivisione di servizi turistici e informazioni con la Redazione locale e DMO di riferimento;
- 3- Potenziamento aspetti relativi al turismo inclusivo e sostenibile;
- 4- interventi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti, integrando la formazione con corsi specifici sull'accoglienza del turista straniero in lingua inglese e attività formativa sui temi di inclusività e accessibilità;

L'Unione Terre di Castelli, da sempre impegnata nella valorizzazione e promozione del proprio territorio, intende intensificare le relazioni con il tessuto economico e sociale locale, offrendo agli operatori nuove competenze specifiche. L'obiettivo è fornire ai turisti un'esperienza di accoglienza autentica, di qualità e profondamente coinvolgente.

Questi operatori non sono semplici informatori: sono cittadini appassionati, profondi conoscitori della cultura e delle tradizioni del territorio, capaci di trasmettere emozioni, accogliere con calore e raccontare i luoghi con un pizzico di creatività e umanità. Non solo informazioni, dunque, ma sorrisi, storie, dettagli che lasciano il segno e fanno sentire ogni visitatore parte di una comunità viva e vibrante. Con questo approccio, l'Unione mira a far battere il cuore del turismo, avvicinando persone e territorio in un intreccio di emozioni e scoperte. In sostanza, trasformare ogni momento di contatto dell'ospite in una occasione di autentico incontro con la realtà locale, di scoperta dei valori e delle risorse del nostro territorio e dall'altra, avere maggiori feed back al fine dell'eventuale miglioramento e/o implementazione dei servizi offerti.

Sono dotati di materiale turistico informativo/promozionale aggiornato, della segnaletica con immagine coordinata ufficiale ed altro eventuale che si rendesse necessario in base alla definizione specifica degli operatori, da consegnare e/o fornire gratuitamente al turista e/o visitatore. Le strutture, inoltre, sono inserite in percorsi e iniziative di promozione e nella comunicazione integrata di TERRE DI CASTELLI e non mancherà periodica verifica al fine di apportare modifiche e migliorie eventuali.

Oltre che rispondere ai criteri licenziati dalla Destinazione Turistica Bologna-Modena, la selezione degli operatori avverrà anche considerando ulteriori specifiche, al fine di assicurare di concerto:

- distribuzione capillare in luoghi di particolare affluenza turistica (anche tematiche);
- apertura al pubblico in giornate prefestive e festive, anche se stagionali;
- servizi turistici e/o esperienze offerte in chiave slow e sostenibile in ambito enogastronomico, ambientale, culturale;
- conoscenza lingua inglese di base;

Azioni/iniziative che si intendono svolgere nel corso del 2025:

1. Estendere la copertura della rete di Informazione e Accoglienza Turistica diffusa, in ciascuno degli otto comuni dell'Unione, assicurando che anche le aree meno servite abbiano un punto di riferimento per i visitatori: maggiore accessibilità per turisti e visitatori, crescita della visibilità di ogni comune e una distribuzione più omogenea dei flussi turistici.
2. Creare un sistema di collegamento coordinato e integrato tra gli IAT diffusi presenti sul territorio e l'IAT Terre di Castelli, sia virtuale che fisico, per una maggiore coerenza nelle informazioni fornite ai visitatori, condivisione di best practice e iniziative comuni, maggiore efficienza nella promozione turistica e miglioramento del servizio complessivo.
3. Rafforzare la presenza online del territorio utilizzando i social media e il sito ufficiale dell'Unione come strumenti di informazione, promozione e interazione con i turisti. Ciò include l'organizzazione di percorsi di formazione per gli operatori, per garantire competenze aggiornate nella gestione dei contenuti digitali.
4. Assicurare che le comunicazioni digitali siano accessibili a tutti i visitatori, compresi quelli con disabilità, e che siano disponibili contenuti inclusivi. Questo significa investire in siti web conformi agli standard di accessibilità, traduzioni multilingue, formati adatti per persone con esigenze specifiche (come testi leggibili da screen reader) e specifica formazione; inclusione di un pubblico più ampio, miglioramento dell'accessibilità dei contenuti turistici, promozione del territorio come destinazione accogliente per tutti.
6. Creare un sistema organizzativo interno efficace per la condivisione tempestiva di informazioni tra gli IAT diffusi e l'IAT. Questo comporta l'adozione di procedure condivise e sistemi di comunicazione rapida: comunicazione coerente, informazioni aggiornate per i visitatori, gestione coordinata di eventi e iniziative turistiche.
7. Organizzare incontri regolari per valutare i progressi, identificare punti di forza e criticità, e sviluppare strategie di miglioramento continuo. Questo processo di feedback continuo consentirà di affinare il funzionamento della rete virtuale e fisica degli uffici di informazione diffusa.
8. Realizzare e distribuire materiali promozionali (brochure, mappe, guide turistiche) che mettano in luce le attrazioni e le esperienze del territorio, garantendone la diffusione gratuita a turisti e visitatori: aumento della conoscenza del territorio, incentivo a prolungare il soggiorno, promozione delle diverse offerte turistiche dell'area.

In sintesi, l'Unione Terre di Castelli si impegna a rafforzare la propria rete di Informazione e Accoglienza Turistica attraverso una strategia integrata che garantisca accessibilità, inclusività e un servizio di qualità per tutti i visitatori. Dal potenziamento degli IAT diffusi, al miglioramento della presenza digitale, alla creazione di collegamenti coordinati tra uffici, ogni azione mira a valorizzare il territorio in tutte le sue sfaccettature. Il progetto si propone di rendere ogni comune un punto di riferimento turistico, con informazioni coerenti e accessibili, coinvolgendo operatori locali e creando un'esperienza di visita unica, accogliente e memorabile.

Descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti:

La formazione degli operatori IAT rappresenta un elemento cruciale per garantire un servizio di informazione e accoglienza turistica di qualità, capace di rispondere alle esigenze di un turismo sempre più variegato e internazionale. Gli operatori, in quanto primi ambasciatori del territorio, devono essere dotati delle competenze necessarie per informare, emozionare e accogliere i visitatori. Attraverso percorsi di aggiornamento e specifica formazione, si punta a potenziare le capacità di ogni addetto, valorizzando il patrimonio culturale, enogastronomico e paesaggistico del nostro territorio in modo efficace e innovativo.

Sono previsti pertanto corsi di aggiornamento per gli operatori degli attuali IAT DIFFUSI che di formazione per i prossimi n. 11 che si andranno a definire:

MACRO TEMI	Specifiche	Modalità	IAT DIF FUS	IAT DIFFUSI 2024	IAT

Strumenti digitali e virtuali a disposizione degli IAT diffusi	Come trovare e condividere informazioni (teoria e pratica)	in presenza	3		
Offerta turistica d'area e le sue potenzialità	turismo enogastronomico ed esperienziale	on line	3		
	Rocche e Palazzi + Lo stupore non ha età (percorsi famiglie)	on line	3		
	Andar per Borghi e Pievi; Musei di storia e del gusto	on line	3		
	OUTDOOR: Sentieristica e cicloturismo	on line	3	3	3
Accessibilità web	editing e grafiche; strumenti informatici e applicazioni utili a supporto	on line		3	3
Offerta turistica d'area specifica ed integrativa	Il Silver Tourism: itinerari e servizi turistici rivolti a persone over 55 o 60 anni	on line			3
	Un anno nelle Terre di Castelli: itinerari culturali/naturalistici da svolgere durante gli eventi ricorrenti e rilevanti di Terre di Castelli	on line			3
Comunicazione e Relazioni Interpersonali	Tecniche di comunicazione verbale e non verbale; Come costruire un rapporto positivo con i turisti; Linguaggio inclusivo.	in presenza	3	3	3
Conversazione in inglese	A seguire il corso base: contenuti da definire	in presenza	3	3	3
Conversazione in inglese	A seguire il corso base: contenuti da definire	in presenza			3
Obbligo minimo di frequenza			21	12	21

Formazione complessivamente offerta è di h. 33 ed inoltre alla suddetta formazione, è proposto un corso base di inglese, rivolto sia agli operatori IAT che IAT DIFFUSI, e a tutti gli operatori economici/turistici del territorio di Unione Terre di Castelli sul miglioramento dell'accoglienza del turista (n. 6 lezioni di h. 1.30 in presenza).

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Elementi di integrazione nel sistema ERT/SITUR tramite lo IAT-IAT R di riferimento

Unione anche tramite IAT Terre di Castelli si pone l'obiettivo per una efficace informazione e promozione turistica integrata nel sistema regionale, tramite la Redazione Locale di riferimento. Ruolo che determina la

condivisione delle linee guide regionali di riferimento, sia con gli Iat Diffusi che con i comuni dell'Unione stessa ed altri soggetti di promozione turistica e/o sociale che hanno un ruolo al servizio del turista.

In questo contesto, risulta fondamentale:

- Garantire la coerenza e l'aggiornamento continuo delle informazioni relative a attrazioni, servizi ed eventi.
- Promuovere l'accessibilità e la sostenibilità, nel rispetto delle normative di inclusività e sostenibilità previste a livello regionale.
- Collaborare attivamente con gli Enti Locali, nonché con enti come Pro Loco, Associazioni e Consorzi che organizzano eventi o offrono servizi turistici, al fine di favorire una promozione turistica condivisa e sinergica.
- Distribuire materiale promozionale coerente con il sistema regionale per assicurare una comunicazione uniforme e una promozione efficace del territorio.

2) Attività finalizzate al funzionamento di reti territoriali/virtuali di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale

Gli Iat Diffusi in supporto a Iat Terre di Castelli sono i punti di riferimento per offrire informazioni turistiche, accoglienza, assistenza e servizi ai visitatori, supportando l'esperienza turistica in modo coordinato e coerente. In aggiunta ai punti fisici, la rete virtuale a supporto degli iat diffusi, operatori turistici ed economici, è garantita dal portale turistico www.terredicastelli.eu e rispettivi canali social <https://www.facebook.com/terredicastelli>, https://www.instagram.com/terredicastelli_mo/ e, dal nuovo canale youtube: https://www.youtube.com/@TerrediCastelli_mo, ora in corso di aggiornamento. Sarà integrato, mano a mano, con materiale audiovisivo già prodotto da unione stessa, e quello che verrà fornito dai vari comuni relativo principalmente sugli eventi ricorrenti, ed materiale audiovisivo di Unione in corso di progettazione.

Le attività sono finalizzate a:

- un accesso semplice e rapido alle informazioni turistiche e sono pensate per adattarsi a un pubblico globale, offrendo servizi multilingua, mappe, guide e contenuti interattivi che possono raggiungere i turisti ovunque si trovino.
- Accesso digitale alle informazioni: Implementare piattaforme online e social network che permettano ai turisti di ottenere informazioni aggiornate in tempo reale, e rendere fruibili anche contenuti multilingue e formati inclusivi, per raggiungere un pubblico ampio e diversificato;
- un approccio che mira a garantire che i turisti ricevano un'assistenza di qualità e trovino sempre un punto di riferimento per le loro esigenze, sia che stiano viaggiando fisicamente nel territorio sia che stiano pianificando la loro visita online.
- Considerata l'area sovracomunale che rappresenta Unione Tdc, permette una visione integrata e sistemica del territorio, con l'obiettivo di promuovere un'area turistica ampia nella sua totalità, valorizzando attrazioni, tradizioni e servizi distribuiti e unici in diverse località;
- Favorire la collaborazione tra IAT (uffici di informazione e accoglienza turistica), enti locali, associazioni, pro loco e altri soggetti pubblici e privati, per una gestione centralizzata e coordinata delle informazioni e dei servizi.
- Monitoraggio e aggiornamento delle informazioni: Assicurare che tutte le informazioni fornite attraverso la rete siano costantemente aggiornate, accurate e coerenti, con particolare attenzione a eventi, attrazioni e servizi disponibili, garantendo l'affidabilità delle informazioni per i visitatori.

- Promozione sinergica del territorio: Organizzare campagne promozionali condivise e materiali informativi che promuovano l'intero territorio sovracomunale, evidenziando le singole peculiarità di ogni comune, ma anche i punti di forza comuni, per attrarre un pubblico variegato.
- Inclusività e accessibilità delle informazioni: Assicurare che tutte le informazioni siano accessibili a tutti i turisti, compresi quelli con disabilità, attraverso la realizzazione di contenuti digitali fruibili (ad esempio, siti web accessibili, testi per screen reader, traduzioni) e servizi adeguati.
- Gestione e distribuzione di materiale promozionale: Distribuire brochure, mappe, guide e altri materiali informativi in modo uniforme attraverso tutta la rete di IAT e punti informativi, per garantire che ogni turista abbia accesso alle informazioni necessarie durante il soggiorno.

Questi elementi contribuiscono a creare una rete turistica efficiente, coesa e accessibile, capace di offrire un servizio di alta qualità, promuovendo in modo efficace l'intero territorio sovracomunale.

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile (max 1 pag.)

- **Accessibilità**

Preso atto che gli uffici Iat rispettano le norme circa l'accessibilità dal punto fisico, nel particolare le azioni di potenziamento e innovazione riguardano l'accessibilità e inclusività virtuale. Nel corso del 2024 è stata completata la revisione complessiva del sito web agli standard 2.1 WCAG, ed è già progettato per i primi mesi del 2025 un corso di formazione dedicato che affronta due tematiche principalmente:

1. Formazione su scrittura accessibile ed inclusiva;
2. Formazione sull'accessibilità degli strumenti digitali;

Con il fine di diffondere agli operatori la scrittura contenuti web e/o grafiche digitali accessibili, oltre ad un percorso di formazione sull'accoglienza inclusiva, oltre che in lingua inglese.

- **Sostenibilità**

L'Unione Terre di Castelli, tramite la collaborazione di IAL Emilia Romagna, ente di formazione che vanta una notevole esperienza nelle tematiche riguardanti la sostenibilità e l'enogastronomia del settore turistico/ristorativo, ha proposto un corso di formazione gratuito, dal titolo "La sostenibilità quale fattore di successo dell'impresa turistico-ristorativa: come differenziare l'offerta ed innovare puntando sulla sostenibilità":

https://www.unione.terredicastelli.mo.it/unione/informazione_e_accoglienza_iat_diffuso/la_sostenibilita_quale_fattore_dellimpresa_turisticoristorativa.htm

ma che purtroppo non ha avuto un buon esito, con l'iscrizione di soli n. 2 partecipanti.

Nel prossimo anno si avrà l'opportunità di sviluppare ulteriori collaborazioni per promuovere buone pratiche ambientali tra gli operatori turistici e offrire, oltre che promuovere, servizi turistici sostenibili per i visitatori.

La formazione continuerà a focalizzarsi sulla fruizione slow del territorio, attraverso iniziative come il Cammino dell'Unione, e la carta dei percorsi cicloturistici e grandi cammini, disponibile anche in itinerari Gpx online.

Prosegue inoltre l'impegno nel valorizzare le esperienze enogastronomiche, per sostenere l'economia locale in modo, sia tramite la promozione che attraverso la formazione agli operatori e l'informazione ai turisti. Unione inoltre partecipa al progetto CETS di Ente Parchi Emilia Centrale, con due progetti/azioni mirate alla sostenibilità ambientale per la promozione slow del territorio (cammini e cicloturismo).

- **Innovazione**

Il sito di terre di castelli rappresenta la prima fonte di condivisione delle informazioni, tra tutti gli operatori turistici coinvolti privati e pubblici; è la piattaforma di riferimento che ognuno per il proprio ruolo nella rete, dalla gestione al coordinamento, dall'informazione e accoglienza turistica alla promozione, dalla verifica all'analisi dei feedback.

Parallelamente la strategia promozionale si focalizzerà sui social network come mezzo principale per raggiungere il pubblico, in quanto consentono di comunicare in modo rapido, diretto e mirato, favorendo l'interazione con i propri follower e amplificando la portata dei messaggi promozionali.

L'impegno verso l'accessibilità e inclusività, ai fini dell'aggiornamento dei contenuti web e digitali, garantiranno il potenziamento della promozione dell'offerta turistica.

Questo approccio integrato e innovativo mira a rendere il sistema turistico locale più moderno, accessibile e competitivo, favorendo esperienze significative e di qualità per i visitatori.

4) Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO

Per promuovere la crescita qualitativa e l'internazionalizzazione del Territorio Turistico Bologna-Modena, è fondamentale rafforzare le forme di condivisione e sensibilizzazione all'interno del territorio stesso. Ciò consentirà di presentare un programma promozionale integrato che valorizzi le specificità uniche dalla città alle aree locali. Questo approccio non solo diversificherà l'offerta turistica, ma contribuirà anche ad ampliarla e a renderla disponibile in ogni stagione, migliorando l'attrattività complessiva e il posizionamento competitivo del territorio sul mercato internazionale. Terre di Castelli, ha già adottato misure e azioni in tal senso da tempo e continua in questo percorso targettizzando la propria offerta nei seguenti 'prodotti':

- già disponibili per operatori e turisti nel sito di riferimento, relativamente al turismo sostenibile e responsabile (slow tourism esperienziale, cicloturismo, il trekking, cammini, rocche castelli e borghi storici);
- in previsione per il 2025: studio di fattibilità di itinerario specifico del Cammino dell'Unione accessibile a diverse forme di disabilità;
- Inizio di un percorso sulla promozione del turismo scolastico in tema di: borghi e castelli, cammini, e musei;

Unione si presenta come un piccolo 'hub' locale strategicamente posizionato tra Bologna, Modena e Maranello, alle porte dell'Appennino. Si ritiene che la condivisione di servizi e informazioni tra gli attori locali e la DMO di riferimento sia un approccio indispensabile per una gestione turistica efficace e integrata. La collaborazione e lo scambio di informazioni facilitano la comprensione delle esigenze del mercato turistico, promuovendo sinergie tra operatori locali e istituzioni. Questo scambio di conoscenze favorisce la creazione di iniziative congiunte e innovative, mirate a potenziare l'attrattività della destinazione, sia a livello locale che su scala più ampia.

Si propone l'adozione di un'organizzazione specifica che supporti e faciliti la collaborazione tra gli attori coinvolti, consentendo una gestione delle risorse più integrata ed efficiente. L'obiettivo ultimo è migliorare la competitività e la sostenibilità della destinazione attraverso un approccio sinergico e reattivo.

L'impegno si concentra principalmente sulla sensibilizzazione degli uffici di informazione e accoglienza turistica, così come degli operatori economici del territorio.

Tale impegno si concretizza attraverso: Scambio di informazioni: raccolta e condivisione di dati, tendenze e preferenze dei turisti; Collaborazione nella promozione: attività di promozione di eventi, attrazioni e iniziative turistiche di rilievo; Itinerari esperienziali: sviluppo di percorsi enogastronomici di alta qualità; Coinvolgimento negli eventi: partecipazione attiva nella pianificazione e realizzazione di eventi per migliorarne qualità, accessibilità e inclusività.

Queste azioni sono essenziali per creare sinergie tra tutti gli attori del settore turistico, promuovendo una gestione più efficace e sostenibile delle destinazioni e migliorando l'esperienza complessiva del visitatore. Tali iniziative rappresentano un contributo significativo al ruolo strategico della DMO nel Territorio Turistico Bologna-Modena.

PIANO FINANZIARIO

spese di organizzazione percorso formativo iniziale e di aggiornamento degli aderenti	€ 2.200,00
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali cartacei	€ 5.000,00
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali in formato elettronico	€ 7.270,00
abbonamenti a piattaforme multimediali per la promozione turistica e a uno o più quotidiani contenenti le edizioni locali	€ 2.000,00
spese per il rafforzamento e miglioria del sistema di informazione e accoglienza turistica in ottica 4.0	€ 1.500,00
ALTRO: coordinamento IAT TDC	€ 2.000,00
TOTALE	€ 19.970,00

TOTALE SPESE PREVISTE: € 19.970,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 19.970,00

PUNTEGGIO: 69

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

3) Comune di Modena - WELCOME ROOM

PG n. 40057 del 19/11/2024

Estremi riconoscimento ufficio:

Determinazione numero n. 1847 del 23/10/2023

SEDE

Piazza Mazzini 45/A, 41121 Modena

RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

La Welcome Room situata sotto piazza Mazzini (ex Albergo Diurno) di libero accesso permette la consultazione di informazioni turistiche sia tramite 3 Monitor che trasmettono video promozionali di Modena e del territorio, che tramite materiale cartaceo promozionale ad uso dei turisti.

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

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

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

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

Azioni/iniziative che si intendono svolgere nel corso del 2025:

Nel corso del 2025 verranno organizzate mostre e iniziative culturali finalizzate ad arricchire il percorso di visita della welcome room. L'esperienza acquisita nell'ultimo anno ha infatti dimostrato che la programmazione di allestimenti espositivi e iniziative culturali non solo permettono di aumentare l'attrattività del luogo ma creano interesse esperienziale nei turisti ed escursionisti in visita alla città.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Elementi di integrazione nel sistema ERT/SITUR tramite lo IAT-IAT R di riferimento.

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

2) Attività finalizzate al funzionamento di reti di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale.

La welcome room essendo collegata alla redazione locale di Modena e a visitmodena di fatto già possiede le caratteristiche funzionali a valorizzare reti territoriali/virtuali di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale. Lo spazio, inoltre, è già stato utilizzato, e lo sarà anche per il 2025, per attività formative della rete del IAT provinciali e per iniziative promozionali dell'offerta turistica del territorio modenese.

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile

Il principali fattori sono i seguenti:

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

4) Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO

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

PIANO FINANZIARIO

spese di locazione (costo effettivo e non figurativo)	€ _____
riscaldamento e pulizia locali	€ _____
spese di guardiania	€ 30.000,00
spese per il noleggio sussidi audio-visivi, informatici e immersivi	€ _____
utenze elettriche	€ _____
assistenza e manutenzione strumenti informatici	€ _____
stampa di materiale informativo e/o di accoglienza	€ _____
acquisto abbonamenti a piattaforme multimediali per la promozione turistica e a uno o più quotidiani contenenti le edizioni locali	€ _____
spese per il rafforzamento e miglioria del sistema d'informazione ed accoglienza turistica in ottica 4.0	€ _____

realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali cartacei	€ _____
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali in formato elettronico	€ _____
TOTALE	€ 30.000.00

TOTALE SPESE PREVISTE: € 30.000.00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 30.000.00

PUNTEGGIO: 93

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

4) Comune di Modena - IAT digitale

PG n. 40057 del 19/11/2024

Estremi riconoscimento ufficio:

Determinazione dirigenziale n. 1846 del 23/10/2023

SEDE

Piazza Mazzini 45/A, 41121 Modena

RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

Relazione generale dell'attività e obiettivi del servizio (esplicitare in dettaglio gli elementi rilevanti ed utili alla valutazione tecnica del progetto, max 2 pagine):

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

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

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

Le informazioni turistiche sul patrimonio, le attività e i servizi turistici sono fornite in lingua italiana e inglese.

Il servizio IAT digitale proposto risponde ai nuovi e mutati bisogni del turista, sempre più propenso all'utilizzo del digitale e permette di aumentare gli standard di innovazione tecnologica dei servizi di informazione e accoglienza turistica, migliorando l'esperienza del turista: Permette infatti di fornire informazioni in tempo reale.

Azioni/iniziative che si intendono svolgere nel corso del 2025.

Sarà reso interoperabile il portale visitmodena con emiliaromagnaturismo.it per la sezione eventi in modo da ottenere in caricamento simultaneo anche sul portale regionale.

Sarà realizzato un servizio di chatbot su visitmodena basato sull'intelligenza artificiale in grado di interagire in 99 lingue. Infine il sito visitmodena sarà arricchito di nuovi contenuti redazionali.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Elementi di integrazione nel sistema ERT/SITUR tramite lo IAT-IAT R di riferimento

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

2) Attività finalizzate al funzionamento di reti territoriali/virtuali di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale.

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

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile.

- **Accessibilità** - Lo spazio è accessibile anche a personale con difficoltà motoria in quanto dotato di ascensore e privo di barriere architettoniche.
- **Sostenibilità** - Sono presenti tre monitor per la divulgazione di spot promozionali audio e video e prenotazione on line.
- **Innovazione** - È possibile vivere una esperienza immersiva di visita alla città grazie ad un apposito video realizzato fruibile grazie alla strumentazione digitale altamente innovativa.

4) Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO

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

PIANO FINANZIARIO

canoni di locazione totem multimediali	€ 1.000,00
canoni e/o acquisto software, spese di progettazione, sviluppo e canoni per piattaforme multimediali (anche applicazioni) di promozione e informazione turistica (RED TURTLE 2025)	€ 15.000,00
spese software house	€ _____
spese di installazione e manutenzione degli strumenti informatici e multimediali COREPIX	€ 4.000,00_
spese per alimentazione elettrica e per la connettività internet	€ _____
spese per l'acquisto di contenuti redazionali e/o per personale dedicato alla sua realizzazione MODENATUR CIRCA 9 MILA)	€ 10.000,00
spese per traduzioni	€ _____
spese di grafica	€ _____
altro (specificare)	€ _____
TOTALE	€ 30.000,00

TOTALE SPESE PREVISTE: € 30.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 30.000,00

PUNTEGGIO: 79

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

MODENA

AMBITO 1.b - Animazione e intrattenimento turistico – IAT RESERVATION E IAT

1) Comune di Sestola - IAT

P.G. n. 39974 del 18/11/2024

Estremi riconoscimento ufficio:

Determinazione numero 609 del 22/04/2024

Determinazione numero 2153 del 29/11/2024

SEDE

Corso Umberto I 28, 41029 Sestola

RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

In Appennino Modenese, le temperature miti, il vasto patrimonio storico-culturale e le infinite possibilità di immergersi nella natura e di vivere avventure slow all'aria aperta rappresentano senza dubbio efficaci fattori di attrazione durante i mesi estivi. Tuttavia, al fine di arricchire l'esperienza di vacanza e/o villeggiatura dei turisti, specialmente in alta stagione risulta necessario strutturare un'adeguata offerta di intrattenimento, inclusiva, variegata e adatta a soddisfare i bisogni di svago e di relax di target diversi.

In linea con gli anni passati, dunque, si continuerà a garantire la diffusione capillare di attività finalizzate all'animazione, in particolare tra giugno e settembre, valorizzando uniformemente ed organicamente gli eventi e le manifestazioni in programma sul territorio, allo scopo di consolidare l'identità turistico-ricreativa del Frignano. Nel 2025, inoltre, si incrementeranno le occasioni per coinvolgere più attivamente e dinamicamente una fascia di pubblico in costante e continua crescita: le famiglie e i giovanissimi.

A tal proposito, nell'intento di incontrare le esigenze dei bambini e di stimolare la loro curiosità e creatività, verrà inaugurato un inedito calendario coordinato di iniziative all'insegna del divertimento e della condivisione.

La realizzazione di uno strumento promozionale rivolto principalmente ai più piccoli si configura come uno step necessario per sostenere la nascita e il successivo rafforzamento di una campagna di "branding territoriale" incentrata sul concetto di "Appennino family friendly".

Tramite il presente progetto, quindi, si desidera sostanzialmente avviare canali comunicativi più diretti con le famiglie, sfruttando l'offerta di intrattenimento come leva per incentivarle a esplorare, scoprire e conoscere le eccellenze e le peculiarità della montagna modenese.

Azioni/iniziative che si intendono svolgere nel corso del 2025 (esplicitare in dettaglio gli interventi in cui si articola il progetto, inserendo per gli eventi anche le date previste, max. 1 pagina)

1. Ideazione, progettazione e realizzazione di:

“Cimone4Kids 2025 - Una montagna a misura di bambino”

Pensato come un grande contenitore di opportunità di svago dedicate alle famiglie, “Cimone4Kids” diventerà la prima edizione di una rassegna volta a raggruppare le tante e diverse attività ludiche, formative ed esperienziali che saranno organizzate dai Comuni e dagli operatori del territorio durante i mesi estivi e in occasione delle manifestazioni autunnali.

L'idea di “Cimone4Kids” nasce dalla volontà di permettere anche ai più piccoli di conoscere la storia, la cultura e la natura del Frignano, scoprendo nuovi talenti, coltivando passioni e creando legami di amicizia.

A titolo esemplificativo e non esaustivo, il programma condiviso ricomprenderà le seguenti iniziative:

- spettacoli di burattini, saltimbanchi, circensi, marionette e cantastorie;

- laboratori creativi e teatrali;
- “baby dance” e “baby yoga”;
- orienteering ed escursioni guidate nel bosco;
- passeggiate sensoriali;
- esperienze didattiche (illustrazione degli antichi mestieri, visite ai metati, pratica dei giochi di una volta, preparazione delle ricette tradizionali e delle tipicità montanare, educazione al rispetto della flora e della fauna);
- letture animate;
- proiezioni cinematografiche (film d’animazione);
- incontri e laboratori con artisti e artigiani dell’Appennino per imparare a realizzare i prodotti locali;
- lezioni di danza, canto e propedeutica musicale.

2. Stampa di materiale inerente a “Cimone4Kids”

Rilevato, nel corso del 2024, un forte interesse da parte delle famiglie per i supporti informativi cartacei in dotazione agli uffici, si ritiene tanto più opportuno stampare n. 2000 opuscoli in A5 in lingua italiana, che riepilogano schematicamente gli appuntamenti previsti nell’ambito della rassegna: si produrrà, dunque, una sorta di brochure-calendario, caratterizzata da uno stile grafico distintivo, che verrà distribuita tra gli otto Comuni.

Una sezione dell’opuscolo, inoltre, illustrerà i servizi turistici a disposizione delle famiglie: saranno menzionati gli indirizzi, gli orari di apertura e i contatti di riferimento delle piscine, delle aree giochi e dei parchi avventura presenti sul territorio.

Ovviamente si provvederà a caricare il materiale anche sul sito ufficiale della Redazione Locale.

3. Comunicazione sui social media della Redazione Locale

Come anticipato nella relazione, grazie al progetto si intende sviluppare una nuova campagna social di “branding & marketing” territoriale basata sul concetto di “Appennino family friendly”.

Tutti i contenuti richiederanno la grafica dell’opuscolo informativo per consolidare l’immagine coordinata di “Cimone4Kids”.

Una stilizzazione del Monte Cimone, vero e proprio simbolo dell’Appennino Modenese dal grande potere evocativo, sarà l’elemento chiave che connoterà ogni azione promozionale relativa alla rassegna.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l’attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l’offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti

Il progetto “Cimone4Kids”, una potenziale fonte di valore aggiunto per lo sviluppo turistico del Frignano, vuole prima di tutto soddisfare i bisogni di socialità e di svago dei giovanissimi, accrescendo notevolmente l’attrattività dell’offerta ricreativa della montagna modenese. La necessità di creare un unico calendario coordinato di iniziative finalizzate al coinvolgimento dei più piccoli è emersa con forza nel corso del 2024: un numero rilevante di famiglie, infatti, ha manifestato l’interesse di esplorare il territorio (spostandosi tra i vari Comuni) alla ricerca di esperienze di intrattenimento che possano contribuire a rendere le vacanze sempre più dinamiche, formative e divertenti.

Tramite la realizzazione di “Cimone4Kids” e il consolidamento del brand “Appennino family friendly”, dunque, si intende perseguire un obiettivo chiaro: potenziare gli investimenti a livello quantitativo e qualitativo sull’offerta di intrattenimento locale rivolta alle famiglie e ai bambini, per attirare specialmente la Generazione X e i Millennials, ovvero due target group in costante crescita, ma non ancora pienamente “fidelizzati”.

L’inserimento all’interno della rassegna di attività previste nei mesi autunnali rappresenta altresì un tentativo per attrarre nuovi flussi di pubblico al di fuori dell’alta stagione estiva.

2) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione

- **accessibilità:** L'ideazione e la realizzazione di "Cimone4Kids" deve necessariamente tenere in considerazione l'inclusività e l'accessibilità come imprescindibili "principi guida". Inoltre, il progetto si prefigge di valorizzare l'interazione e l'aggregazione sociale e di promuovere la "cultura del rispetto reciproco".

Tra le innumerevoli proposte di intrattenimento contemplate dalla rassegna, saranno poste in evidenza le iniziative che si svolgeranno in spazi agevolmente raggiungibili e le esperienze totalmente fruibili da bambini con disabilità motorie.

In aggiunta, tutti i laboratori didattici garantiranno il completo abbattimento delle barriere cognitive attraverso attività manuali e giochi sensoriali.

- **sostenibilità:** Un filone di iniziative inserite in "Cimone4Kids" (contrassegnato da un marchio identificativo) sarà dedicato all'educazione ambientale. Attraverso la pianificazione di laboratori di riciclo creativo, di esperienze all'aria aperta e di attività legate alla conoscenza delle risorse del territorio (ciclo di vita delle piante, ciclo dell'acqua...) si cercherà di trasmettere ai bambini la consapevolezza della fragilità degli ecosistemi, incoraggiandoli a coltivare una forte empatia con l'ambiente naturale.

- **innovazione:** Creare un calendario unitario e coordinato (per gli otto comuni aderenti al progetto) di iniziative destinate a un unico target group ben definito implica che si innovino le modalità di progettazione adottate negli ultimi anni: i Comuni e gli attori privati collaboreranno proficuamente per strutturare un programma condiviso di iniziative nell'ottica di fortificare la coesione della rete territoriale mediante l'offerta di intrattenimento turistico.

3) Valorizzazione e promozione di elementi identitari in grado di innalzare la capacità di attrazione dei territori e innescare processi di qualificazione e rivitalizzazione del territorio

Come si evince dal sintetico elenco delle iniziative in programma (punto n.1 della sezione "Azioni"), "Cimone4Kids" si concentrerà primariamente proprio sulla valorizzazione degli elementi identitari dell'Appennino Modenese: le esperienze didattiche, le attività all'aria aperta e i laboratori creativi saranno diretti a stimolare l'interesse e la curiosità dei più piccoli nei confronti del patrimonio storico-culturale, delle tradizioni locali (gastronomia e artigianato) e delle bellezze naturali del territorio.

Rendere la conoscenza del Frignano "a misura di bambino" costituisce il presupposto basilare intorno a cui verterà l'intera rassegna, finalizzata a soddisfare efficacemente le aspettative e le esigenze delle famiglie, nell'ottica di indurre conseguentemente il prolungamento dei periodi di permanenza e l'incremento degli investimenti in montagna.

Garantire un'offerta turistico-ricreativa varia, attiva ed emozionante, che ben si concili con le attrazioni naturali e culturali, significa aumentare esponenzialmente le possibilità che un turista decida di ritornare in Appennino.

4) Caratteristiche di integrazione e diversificazione di prodotti e servizi inerenti a settori economici diversi **Il progetto "Cimone4Kids" interessa complessivamente diversi ambiti che, combinati tra loro, concorrono a forgiare l'identità turistico-culturale dell'Appennino Modenese.**

Attraverso il coinvolgimento di professionalità locali e di educatori esperti, la rassegna consentirà alle famiglie e ai giovanissimi di vivere esperienze memorabili a stretto contatto con il territorio: non mancheranno coinvolgenti laboratori didattici dedicati all'artigianato locale (lavorazione della pietra e del legno) e ai prodotti tipici (in particolare, Parmigiano Reggiano, crescentine, frutti di bosco e castagne) e attività ludiche da praticare all'aria aperta o presso i numerosi impianti sportivi presenti in montagna.

Occorre specificare, inoltre, che "Cimone4Kids" non si limiterà a promuovere solamente le iniziative organizzate direttamente dai Comuni, ma permetterà anche ai tanti soggetti privati attivi sul territorio (Guide Ambientali Escursionistiche, associazioni di promozione sociale, organizzazioni di volontariato, animatori, esercizi commerciali, gestori di strutture sportive, maneggi, caseifici, aziende agricole...) di pubblicizzare le proprie attività nel caso in cui risultino coerenti con i contenuti e le finalità del progetto.

In questo modo, nell'intento di rafforzare la rete territoriale, si desidera consolidare i legami con i vari attori operanti in Appennino, che senza dubbio rappresentano una risorsa preziosa per assicurare adeguati servizi di animazione e accoglienza turistica.

Breve report dell'edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità (solo per progetti ricorrenti già presentati nelle scorse edizioni del PTPL):

Criteri e modalità di riscontro dei risultati:

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
“Cimone4Kids 2025 - Una montagna a misura di bambino”	- Numero di accessi alla scheda caricata sul sito della Redazione Locale; - Registrazione del numero di partecipanti alle varie iniziative.
Stampa di materiale informativo	Quantità di copie distribuite
Comunicazione sui canali social del marchio “Appennino family friendly”	Numero di visualizzazioni e interazioni

PIANO FINANZIARIO

Spese per eventi o manifestazioni, di carattere enogastronomico, culturale, storico, religioso, naturale, sociale, ludico, sportivo e ricreativo, iniziative complementari all'offerta turistica del Territorio Turistico di Bologna-Modena	
Ideazione e organizzazione eventi o manifestazioni	€ 2.000,00
Realizzazione eventi o manifestazioni	€ 21.400,00
Ideazione, realizzazione e promozione di itinerari tematici e esperienze	€ 4.500,00
Comunicazione media e social media	€ 1.000,00
Stampa di materiale informativo (n. 2000 opuscoli promozionali in A5 in lingua italiana)	€ 1.100,00
Altro (specificare)	€ /
TOTALE	€ 30.000,00

TOTALE SPESE PREVISTE: € 30.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 30.000,00

PUNTEGGIO: 80

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

2) Comune di Maranello per STTI - IAT R

P.G. n. 40011 del 18/11/2024
Integrazioni P.G. n. 40296 del 20/11/2024
Estremi riconoscimento ufficio:
Determinazione numero 1850 del 23/10/2023

SEDE

Corso Umberto I 28, 41029 Sestola

RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

Tutti i Comuni che fanno parte del Sistema Turistico Territoriale Intercomunale organizzano nel corso dell'anno numerosi eventi con una forte valenza di animazione e intrattenimento turistico, secondo una programmazione che prevede sia una serie di appuntamenti consolidati, sia alcune novità.

Nel corso del 2024 sono stati diffusi e pubblicizzati attraverso il sito Maranelloplus n. 279 eventi connotati da attrattività turistica e che, grazie alla varietà di opportunità che offre il territorio del STTI, presentano un'offerta che già si declina sulle linee di prodotto identificate per il Territorio di Modena dal PPCT 2025: City break, Cultura, Outdoor, Sport, Natura e benessere, Food & wine, Motori e Mice.

Nel 2025 milioni di pellegrini da tutto il mondo raggiungeranno Roma in occasione del Giubileo. Moltissimi di questi, non solo dall'Italia e dall'Europa, sceglieranno di mettersi in viaggio a piedi, lungo le antiche vie di pellegrinaggio medievali e percorsi più recenti nati negli ultimi anni. Il territorio del Sistema Turistico Territoriale Intercomunale (STTI) è attraversato da numerose vie e cammini tra i quali, in termini di importanza e storicità, la Via Romea Germanica Imperiale, la Via Vandelli, il Cammino di S. Giulia e la Via Bibulca. Nella prospettiva dell'apertura dell'Anno Santo e dell'arrivo di numerosi pellegrini che vorranno percorrere a piedi anche i cammini, si pongono i seguenti obiettivi da raggiungere:

- valorizzare storicità e tradizioni dei luoghi del STTI che intrecciano i cammini e le vie;
- sostenere il patrimonio naturalistico e culturale, anche offrendo itinerari suggestivi e nuove modalità di visita e scoperta con nuove tecnologie;
- formulare offerte diversificate per la percorrenza dei cammini, che considerino anche le persone con disabilità motorie, sensoriali e cognitive;
- promuovere con maggiore efficacia il STTI e i prodotti turistici relativi ai cammini attraverso i diversi canali digitali (FB, Instagram, Youtube, TikTok).

Azioni/iniziative che si intendono svolgere nel corso del 2025 (esplicitare in dettaglio gli interventi in cui si articola il progetto, inserendo per gli eventi anche le date previste, max. 1 pagina)

Nel corso del 2025 si intendono svolgere le seguenti azioni:

- un'azione di monitoraggio per la manutenzione ordinaria della segnaletica esistente e dei percorsi in collaborazione con le associazioni dei cammini e con il CAI, finalizzata a migliorarne la fruibilità e la conoscenza; azione di monitoraggio e manutenzione ordinaria della segnaletica
- un'azione per rendere più accessibili e "smart" i cammini all'interno del STTI attraverso la digitalizzazione. Si intende realizzare un innovativo progetto di digitalizzazione integrata, basato sulla piattaforma Artplace, puntando

a: 1) implementare l'accessibilità culturale e intellettuale dei contenuti 2) ampliare il bacino dei pubblici 3) migliorare la user experience dei visitatori. Artplace si basa su un approccio data driven mediante l'utilizzo della tecnologia iBeacon, per la mappatura del territorio e dei punti di interesse fruibile comodamente dallo smartphone, per la diffusione dei contenuti relativi ai percorsi, ai beni culturali e paesaggistici del territorio preso in esame. Per fare questo si prevede l'installazione di 40 dispositivi beacon in punti strategici lungo i percorsi dei 4 cammini principali del STTI (Via Vandelli, Via Germanica Imperiale, Cammino di S. Giulia e Via Bibulca) del STTI, secondo una metodologia innovativa e ragionata in base ai principi della Smart City. I visitatori saranno così guidati nel percorrere i cammini e apprezzare le emergenze storiche e naturalistiche, attraverso informazioni multimediali direttamente sullo smartphone.

- un'azione di comunicazione e rafforzamento social media strategy. Le pagine social oltre ad essere strumento di comunicazione e di informazione devono sempre più diventare strumenti di promozione del territorio. L'attività di web content si esplicherà principalmente nella redazione e ottimizzazione di contenuti e news. Le attività di web content saranno dirette al sito maranelloplus, portale di promozione turistica dei 7 Comuni aderenti al STTI.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti

Il progetto avrà sicuramente una forte attrattività turistica, poiché i cammini, già dopo la pandemia, hanno avuto un crescente successo, che, abbinato alla circostanza dell'Anno Santo nel 2025, sicuramente si incrementa nell'anno entrante, motivo per cui è necessario preparare un'offerta sui cammini principali del STTI, che possa renderli interessanti e facilmente fruibili. La tecnologia Beacon, consentirà di ottenere numerosi vantaggi a livello di attrattività turistica, implementando l'interazione e l'engagement tra utenti e il contesto turistico e culturale e consentendo di arricchire e migliorare la fruizione dell'esperienza da parte dei turisti, anche senza la rete internet.

2) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione I beacon costituiscono senza dubbio una tecnologia che consente di aumentare il livello di accessibilità, sulla base delle seguenti principali caratteristiche:

·Fornitura di informazioni in tempo reale e geolocalizzate. I beacon possono essere utilizzati per fornire indicazioni in tempo reale alle persone con disabilità visiva o uditiva. Ad esempio, un beacon essere utilizzato per infrastrutturare un itinerario di visita e fornire informazioni sulla modalità di fruizione dello stesso a una persona ipovedente o ipovedente.

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

·Indicazioni sul percorso: i beacon possono essere utilizzati per fornire informazioni sui percorsi di visita, per indicare a una persona con disabilità motoria che un percorso è accessibile.

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

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

- **Risparmio energetico:** nel contesto di un sistema di localizzazione, i beacon fungono da trasmettitori di segnali. Grazie all'uso di una versione a basso consumo del Bluetooth (BLE), possono funzionare per anni con una singola batteria.
- **Precisione:** i beacon operano alla frequenza di 2,4 GHz, la stessa utilizzata comunemente nelle reti Wi-Fi. Grazie alla loro notevole flessibilità, i problemi legati alle interferenze possono essere compensati in modo semplice.
- **Sicurezza e privacy:** siccome i beacon emettono segnali in uscita, non presentano rischi di sicurezza intrinseci nella trasmissione stessa. Uno dei punti di forza dei beacon è legato alla privacy, poiché consentono agli utenti di controllare e gestire le proprie impostazioni attivando o disattivando il Bluetooth e i servizi di posizione.
- **Economicità:** i costi principali associati ad un'infrastruttura beacon includono l'hardware (che comprende anche i costi di installazione), il servizio dati e i ricevitori. Il numero dei dispositivi necessari dipende dalle dimensioni dell'area da digitalizzare e dalla copertura richiesta

3) Valorizzazione e promozione di elementi identitari in grado di innalzare la capacità di attrazione dei territori e innescare processi di qualificazione e rivitalizzazione del territorio

La promozione dei cammini e la loro migliore fruibilità é in grado di innescare un processo virtuoso di conoscenza dei luoghi e della loro storia, amplificatore e attrattore di presenze. E' opportuno un monitoraggio continuo delle dinamiche evolutive del territorio e un confronto con gli stakeholder e i fruitori per eventualmente risintonizzare il rapporto tra aspettative, sistema di offerta e grado di soddisfazione. Più che di place branding si potrebbe parlare di place doing come processo integrato e coerente di azioni territoriali e di comunicazione.

4) Caratteristiche di integrazione e diversificazione di prodotti e servizi inerenti a settori economici diversi

Il Focus sui cammini che attraverso il presente progetto si intende proporre per il Giubileo, sarà l'occasione per conoscere meglio il territorio del STTI e per poter ideare, realizzare e promuovere nuovi itinerari interpretare le diverse richieste ed aspirazioni dei turisti e proporre varie possibilità destinate a target group, come identificati nelle linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale 2025-2027.

Breve report dell'edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità (solo per progetti ricorrenti già presentati nelle scorse edizioni del PTPL):

Non é un progetto ricorrente

Criteri e modalità di riscontro dei risultati:

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
monitoraggio per la manutenzione ordinaria della segnaletica e dei percorsi dei 4 cammini	conclusione del procedimento entro 4 mesi
accessibilità dei cammini all'interno del STTI attraverso la digitalizzazione.	mappatura e piano di installazione entro settembre 2025
comunicazione e rafforzamento social media strategy	n. post e n. comunicati

SPESE

Spese per eventi o manifestazioni, di carattere enogastronomico, culturale, storico, religioso, naturale, sociale, ludico, sportivo e ricreativo, iniziative complementari all'offerta turistica del Territorio Turistico di Bologna-Modena	
Ideazione e organizzazione eventi o manifestazioni	€ _____
Realizzazione eventi o manifestazioni	€ _____
Ideazione, realizzazione e promozione di itinerari tematici e esperienze - beacon (€ 5.465,60) - ideazione cartina turistica cammini STTI (€ 5.124)	€ 10.589,60
Comunicazione media e social media	€ 18.300,00
Stampa di materiale informativo (specificare tipologia, quantitativi, lingua: cartina turistica dei 4 cammini principali del STTI e indicazione dei luoghi di culto lungo i percorsi o nei pressi. 10.000 pezzi. ITA/ENG)	€ _____
Altro (specificare)	€ _____
TOTALE	€ 28.889,60

TOTALE SPESE PREVISTE: € 28.889,60

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 28.889,60

PUNTEGGIO: 62

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

3) Unione Terre di Castelli - IAT

P.G. n. 40030 del 18/11/2024

Estremi riconoscimento ufficio:

Determinazione numero 539 del 09/04/2024

SEDE

Piazza Roma 5, 41014 Castelvetro di Modena

RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

1. Esperienze Food & Wine

Negli ultimi due/tre anni, l'Unione Terre di Castelli ha consolidato il progetto relativo all'offerta esperienziale nel settore food & wine, creando una sezione dedicata sul sito ufficiale, utile sia per turisti che per operatori del settore. Questo database rappresenta un punto di riferimento che va oltre la semplice visita di luoghi, la partecipazione a eventi o il seguire itinerari prestabiliti: www.terredicastelli.eu/esperienze.

Attraverso un impegno interno e specialistico nel comparto agroalimentare, eccellenza distintiva del territorio, le esperienze offerte da aziende agricole e realtà private arricchiscono il viaggio del visitatore, promuovendo una comprensione culturale profonda e creando connessioni autentiche. Queste iniziative si distinguono per unicità e contribuiscono alla destagionalizzazione dei flussi turistici, con particolare attenzione ai mesi primaverili e autunnali. Tuttavia, il percorso non è ancora concluso. Esistono altre realtà potenzialmente di qualità che necessitano di supporto per sviluppare un'offerta turistica fruibile e accattivante. Una collaborazione pubblico-privata mirata al loro potenziamento è fondamentale.

Per implementare con successo un approccio al turismo esperienziale, si intende progettare itinerari tematici che includano una gamma di attività coinvolgenti e significative.

Obiettivi principali: ampliare e segmentare l'offerta turistica, anche al di fuori dei grandi eventi; prolungare la permanenza dei visitatori e destagionalizzare l'offerta turistica per una maggiore attrattività del territorio.

2. Outdoor Active & Slow: il Cammino dell'Unione

Il territorio delle Terre di Castelli è attraversato da importanti cammini e vie di pellegrinaggio, tra cui la Via Vandelli, la Via Romea Nonantolana, la Via Romea Germanica Imperiale e il Cammino dell'Unione. L'Unione Terre di Castelli sostiene attivamente il percorso progettuale dell'Associazione della Via Vandelli, contribuendo al processo di istituzionalizzazione della provincia di Modena. Nel 2024, ha già partecipato al progetto di segnaletica per i comuni di Castelnuovo e Castelvetro. Inoltre, l'Unione collabora allo sviluppo della Via Romea Nonantolana, con il coinvolgimento dei comuni attraversati; questa via collega il tratto occidentale con quello orientale, attraversando tutti i comuni dell'Unione Terre di Castelli.

Il Cammino dell'Unione rappresenta una straordinaria opportunità per il territorio. Ideato da soggetti privati, questo itinerario è sostenuto da diversi anni dall'Unione in collaborazione con il Comune di Vignola, con il contributo di risorse umane ed economiche. Il cammino collega la pianura ai comuni del primo appennino, estendendosi fino alla provincia di Bologna. Per favorire l'istituzionalizzazione del percorso, è in corso il progetto di segnaletica ufficiale, in collaborazione con l'Ente Parchi Emilia Centrale, nonché la validazione ufficiale dell'itinerario.

Gli obiettivi principali del progetto sono: favorire la permanenza degli escursionisti per un periodo di 5 giorni; generare ricadute economiche e sociali per gli operatori locali, tra cui strutture ricettive, ristoranti ed esercizi pubblici; promuovere nuove attività ricettive in località montane, attualmente meno servite, incrementandone l'offerta turistica.

3. Il passaporto delle sagre ed eventi nelle Terre di Castelli

Il progetto prevede la creazione di un "passaporto" fisico, che verrà distribuito ai partecipanti delle sagre ed eventi selezionati nelle Terre di Castelli. I visitatori avranno l'opportunità di collezionare timbri partecipando a una varietà

di eventi e attività. Raggiungendo determinati obiettivi, come la partecipazione a un numero specifico di eventi, i partecipanti potranno accedere a premi, sconti o esperienze esclusive, incentivando così la loro partecipazione attiva. Obiettivi del Progetto: valorizzare le tradizioni locali, promuovendo le sagre, gli eventi enogastronomici e le manifestazioni culturali che riflettono l'identità del territorio, preservando e diffondendo le sue eccellenze; incrementare il turismo locale, stimolando la scoperta dei diversi comuni e delle offerte uniche di ciascuna località, contribuendo a diversificare l'offerta turistica; creare un sistema di fidelizzazione, incentivando la partecipazione attiva dei visitatori a più eventi; costruire un database mirato alla promozione attraverso la Redazione Locale e facilitare la promo-commercializzazione tramite la DMO.

Il progetto, pertanto, si propone non solo come uno strumento di attrazione turistica, ma anche come una strategia di marketing territoriale, volta a rafforzare l'identità delle Terre di Castelli e a sostenere lo sviluppo economico e sociale del territorio.

Azioni/iniziative che si intendono svolgere nel corso del 2025 (esplicitare in dettaglio gli interventi in cui si articola il progetto, inserendo per gli eventi anche le date previste, max. 1 pagina)

1. Per raggiungere il progetto di implementazione e miglioramento dell'offerta esperienziale food & wine nelle Terre di Castelli, è necessario intraprendere le seguenti azioni operative:

- integrare le realtà locali che offrono o possono offrire esperienze;
- fornire formazione e supporto alle aziende per migliorare l'accoglienza turistica e sviluppare attività coinvolgenti, anche in chiave accessibile ed inclusiva;
- creare un itinerario integrato che colleghi esperienze tematiche, stagionali e culturali (Rocche Borghi Castelli), coinvolgendo operatori e servizi locali;
- promuovere l'offerta attraverso il sito web, campagne digitali, media, collaborazioni con enti turistici (Redazione Locale), promo-commercializzazione (DMO);
- raccolta feedback dagli operatori;

2. Per sviluppare il Cammino dell'Unione, le azioni principali da intraprendere sono:

- installazione della segnaletica ufficiale con il contributo di Ente Parchi Emilia Centrale e garantire la validazione ufficiale e formale dell'itinerario;
- promozione dell'itinerario con campagne di marketing social e portali del settore;
- proseguire con la partecipazione alla fiera FA' LA COSA GIUSTA, mirata a questo target che si tiene a Milano a fine marzo di ogni anno;
- istituzionalizzazione del Cammino da parte di Unione Terre di Castelli e affidamento gestione, presumibilmente nel 2026.

3. Azioni per sviluppare Il Passaporto delle Sagre ed Eventi nelle Terre di Castelli:

- progettazione del Passaporto: Creare un passaporto fisico con pagine dedicate agli eventi partecipanti e timbri per ogni visita, con premi e incentivi al raggiungimento di obiettivi stabili;
- coinvolgimento di Stakeholder: collaborare con associazioni locali, Comuni, Pro Loco e enti del territorio per la promozione e il supporto al progetto;
- distribuzione del passaporto presso gli IAT DIFFUSI, IAT TERRE DI CASTELLI ed altri eventuali per la consegna gratuita al visitatore;
- promozione: attivare campagne social e media, e offrire premi per i partecipanti, incentivando visite multiple;
- monitoraggio: valutare l'affluenza e aggiornare l'iniziativa per mantenerla attrattiva.
- favorire la creazione di pacchetti turistici integrati all'offerta esperienziale e culturale (borghi rocche castelli) del territorio.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti.

I progetti si ritiene possiedano una significativa valenza turistica, in quanto sono in grado di potenziare l'attrattività del territorio delle Terre di Castelli attraverso una strategia mirata che integra tradizioni locali, esperienze enogastronomiche e manifestazioni culturali uniche. Promuovendo curiosità e l'interesse di un ampio pubblico, incentivando la scoperta delle specificità territoriali e l'approfondimento delle tradizioni locali.

Le offerte esperienziali, la proposta del Cammino dell'Unione e il passaporto sagre ed eventi, non solo promuovono la partecipazione attiva di diversi target di utenti, ma contribuisce ad allungare i tempi di permanenza e a destagionalizzare i flussi turistici. Ciò si traduce in un incremento del numero di presenze sostenibile distribuito lungo l'intero anno.

Il progetto favorisce la visibilità di piccole realtà e attività ricettive, con ricadute economiche: operatori enogastronomici, strutture ricettive e altri fornitori di servizi, generando un impatto positivo sul tessuto economico e sociale del territorio.

2) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione

Esperienze Food & Wine: Accessibili tramite un sito web interattivo, sostenibili per la promozione del turismo destagionalizzato e per il supporto alle piccole realtà locali. Innovativi grazie a un database online e itinerari tematici personalizzabili.

Cammino dell'Unione: Accessibile a tutti grazie alla segnaletica ufficiale, sostenibile per la promozione del turismo lento e per la valorizzazione dell'area protetta del Parco dei Sassi di Roccamalatina e aree montane in generale. Innovativo nell'integrazione del cammino con le risorse naturali e culturali del territorio.

Passaporto delle Sagre ed Eventi: Accessibile tramite un sistema semplice di timbri, sostenibile per la destagionalizzazione dei flussi turistici e il supporto alle tradizioni e cultura identificativa locali. Innovativo grazie alla fidelizzazione dei visitatori.

3) Valorizzazione e promozione di elementi identitari in grado di innalzare la capacità di attrazione dei territori e innescare processi di qualificazione e rivitalizzazione del territorio

I progetti descritti in sintesi, rinforzano l'identità culturale ed economica delle Terre di Castelli, favorendo il rafforzamento della sua attrattività turistica e contribuendo a qualificare e rivitalizzare il territorio, attraverso una valorizzazione sostenibile e autentica delle sue risorse locali. Nel particolare:

- valorizzano l'eccellenza agroalimentare locale, espressione autentica delle tradizioni culinarie del territorio e promuovono esperienze uniche, contribuendo alla loro crescita e sostenibilità.
- rinforzano l'identità culturale legata al cibo e al vino, creando un legame profondo con i visitatori e stimolando il turismo durante tutto l'anno.
- valorizzano il patrimonio naturale unito a quello storico-cultura delle Terre di Castelli;
- promuovono la scoperta delle bellezze naturali e dei borghi, stimolando la rivitalizzazione di località montane meno servite e favorendo la creazione di nuove strutture ricettive;
- attraverso la promozione di sagre ed eventi tradizionali, il progetto celebra le usanze locali, che sono parte integrante dell'identità del territorio e della comunità, incentivandone la partecipazione;
- favoriscono un turismo che esplora in profondità le tradizioni, contribuendo alla sostenibilità sociale ed economica.

4) Caratteristiche di integrazione e diversificazione di prodotti e servizi inerenti a settori economici diversi

I tre progetti descritti presentano un forte livello di integrazione e diversificazione dei settori economici, creando un'offerta turistica completa e variegata che stimola e coinvolge diverse realtà locali.

Questi progetti favoriscono l'integrazione tra diversi settori, come enogastronomia, turismo, cultura e ricettività, delle rispettive realtà locali, e promuovono una diversificazione delle esperienze offerte, aumentando l'attrattività del territorio e supportando lo sviluppo di più attività locali.

Esperienze Food & Wine: integra il settore agroalimentare con quello turistico e culturale, offrendo esperienze enogastronomiche diversificate che promuovono le eccellenze locali. Queste esperienze stimolano il turismo destagionalizzato, favorendo la permanenza dei visitatori durante tutto l'anno.

Cammino dell'Unione: combina il turismo naturale, storico, culturale e agroalimentare, offrendo un percorso che attraversa più settori, come la ricettività, la ristorazione e le attività commerciali locali. Diversifica l'offerta con esperienze per escursionisti, pellegrini e turisti in cerca di un contatto autentico con la natura.

Passaporto delle Sagre ed Eventi: integra la cultura, l'enogastronomia e il turismo, promuovendo eventi e manifestazioni che coinvolgono diversi attori locali. Diversifica l'offerta turistica, creando un sistema di fidelizzazione che incentiva la partecipazione a più eventi e arricchisce l'esperienza del visitatore.

Breve report dell'edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità (solo per progetti ricorrenti già presentati nelle scorse edizioni del PTPL):

Per quanto riguarda il Cammino dell'Unione, il progetto rappresenta un'importante novità evolutiva che vedrà la sua realizzazione nel 2025, negli anni precedenti le problematiche sono state essenzialmente solo economiche.

L'ampliamento dell'offerta esperienziale in ambito enogastronomico costituisce un'evoluzione del progetto iniziale: pur continuando a esplorare nuove esperienze da offrire, l'innovazione principale risiede nella progettazione di itinerari che integrano le esperienze già esistenti, valorizzandole ulteriormente.

Il "Passaporto delle Sagre ed Eventi delle Terre di Castelli" rappresenta invece un'assoluta novità, mai proposta prima, che mira a rafforzare l'attrattività del territorio attraverso un sistema di fidelizzazione per i visitatori.

Criteria e modalità di riscontro dei risultati:

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Itinerari esperienziali e nuove esperienze offerte	- numero itinerari esperienziali proposti e promossi; - numero nuove esperienze offerte; - monitoraggio e verifica presso le attività private
Allestimento segnaletica Cammino Unione	Entro il 31.12.2025 come da convenzione con Ente Parchi Emilia Centrale è previsto il termine ultimo per la definizione del progetto. Salvo criticità, l'istituzionalizzazione dell'itinerario sarà possibile nel corso dell'anno 2026, con affidamento a soggetto/associazione gestore.

Passaporto Sagre ed Eventi delle Terre di Castelli	<ul style="list-style-type: none"> - Numero totale di passaporti distribuiti; - Numero di eventi visitati per passaporto; - Numero di timbri raccolti rispettivi per manifestazioni visitate; - Registrazione digitale per ciascun visitatore che riceve il passaporto e che effettua il timbro per raccolta dati e relativa statistica;
--	--

PIANO FINANZIARIO

Spese per eventi o manifestazioni, di carattere enogastronomico, culturale, storico religioso, naturale, sociale, ludico, sportivo e ricreativo, iniziative complementari all'offerta turistica del Territorio Turistico di Bologna-Modena	
Ideazione e organizzazione eventi o manifestazioni	€ _____
Realizzazione eventi o manifestazioni	€ _____
Ideazione, realizzazione e promozione di itinerari tematici e esperienze	€ 9.700,00
Comunicazione media e social media	€ 1.000,00
Stampa di materiale informativo (specificare tipologia, quantitativi, lingua: _____)	€ 7.200,00
Altro: promozione visite guidate Sagre ed eventi e esperienze	€ 2.000,00
TOTALE	€ 19.900,00

TOTALE SPESE PREVISTE: € 19.900,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 19.900,00

PUNTEGGIO: 58

FASCIA DI VALUTAZIONE: BASSA

4) Comune di Modena - IAT R

P.G. n. 40057 del 19/11/2024

Estremi riconoscimento ufficio:

Determinazione numero 1314 del 02/08/2024

SEDE

Piazza Grande 14, 41121 Modena

RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

Il progetto prevede la progettazione e la realizzazione di un programma annuale di visite guidate tematiche, speciali e di approfondimento dei luoghi del Sito Unesco di Modena (Torre Ghirlandina, Sale Storiche, Acetaia Comunale). Le esperienze di visita verranno proposte secondo metodologie innovative e fortemente coinvolgenti. Il programma verrà promosso sul portale visitmodena e attraverso una campagna social dedicata. Si prevede inoltre la stampa del programma da distribuire in vari luoghi di interesse dei turisti a partire dall'ufficio di Informazione Turistica.

Azioni/iniziative che si intendono svolgere nel corso del 2025 (esplicitare in dettaglio gli interventi in cui si articola il progetto, inserendo per gli eventi anche le date previste, max. 1 pagina)

Nel corso del 2025 alcune delle esperienze di visita presso questi luoghi altamente frequentati dai turisti verranno proposte in una veste nuova e più inerente ai nuovi bisogni.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

Verrà realizzato un programma annuale di : visite guidate in lingua inglese e/o francese alla Torre, visite guidate "COMBO" alla Torre e alle sale del Palazzo Comunale, visite guidate all'Acetaia Comunale; visite guidate tematiche e di approfondimento, visite speciali, 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), 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.

Il programma di animazione e intrattenimento sarà veicolato attraverso azioni di informazione e promozione digitale, social e web, innovative.

1) Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti-

Il programma di animazione e intrattenimento proposto ha la finalità di potenziare l'attrattività turistica dei luoghi interessati (Torre Ghirlandina, Sale Storiche, Acetaia Comunale). Grazie alla partecipazione attiva del personale coinvolto, caratterizzato da una specifica e puntuale preparazione in ambito storico e artistico, di attori professionisti, con i quali verranno ideati percorsi teatralizzati ad hoc e di professionisti del settore della comunicazione e della valorizzazione dei luoghi della cultura, il progetto ha le caratteristiche di scientificità, originalità e coerenza nei contenuti, capace di incentivare l'offerta e attrarre significativi flussi di pubblico.

2) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione

- Accessibilità: le visite guidate saranno accessibili a tutti tranne quelle realizzate in Torre che non permette l'accesso a chi ha disabilità (es. disabilità psicomotorie).
- Sostenibilità: verrà privilegiata la promozione e bigliettazione/prenotazione digitale al fine di adottare prassi di sostenibilità ambientale.

- Innovazione al fine di incrementare le visite per stranieri verranno potenziate le visite in lingua. Nei veri luoghi di interesse, verranno inoltre sperimentate visite notturne al fine di sfruttare e valorizzare il nuovo impianto di illuminazione. Oltre alle attività di animazione sopra descritte, per potere dare una risposta concreta alla domanda di pubblico rilevata in questi anni di gestione, verranno ideati e realizzati di N. 4 leggi da porre al piano della Sala dei Torresani e da posizionare ai 4 lati sotto le finestre, indicanti la skyline della città e i punti di maggior interesse turistico-culturale.

3) Valorizzazione e promozione di elementi identitari in grado di innalzare la capacità di attrazione dei territori e innescare processi di qualificazione e rivitalizzazione del territorio

Il programma di animazione e intrattenimento proposto ha la finalità di valorizzare e promuovere alcuni elementi identitari del territorio. Di seguito, a titolo esemplificativo, alcuni temi che saranno trattati: la storia de La Secchia rapita e la figura di Tassoni; la torre Ghirlandina e la sua architettura, con particolare approfondimento sui capitelli scolpiti del piano dei Torresani; il libero Comune; la Ghirlandina e la sua funzione di Torre Civica; San Geminiano; le famiglie e i personaggi nobiliari della Modena ottocentesca; visite di approfondimento del paesaggio che si può ammirare dalla Sala dei Torresani della Torre Ghirlandina; con le Visite guidate “all’alba” con colazione, alla fine della visita viene offerto caffè e torta tipica modenese: il Bensone è il dolce più classico di Modena, il vero e proprio simbolo della città;; visita guidate alle sale storiche concentrate su il Tassoni e Ludovico Castelvetro, I Miracoli di San Geminiano; Lodovico Lana; percorso artistico nelle sale storiche dal rinascimento all’Ottocento; Nicolò Dell’abate nella sala del fuoco; le visite guidate dell’Acetaia comunale a cura della Consorzeria con illustrazione delle origini e delle caratteristiche dell’Aceto Balsamico Tradizionale di Modena.

4) Caratteristiche di integrazione e diversificazione di prodotti e servizi inerenti a settori economici diversi

Per la sua stessa natura la filiera del turismo è trasversale e coinvolge diversi settori economici, commercio, agricoltura, artigianato, ricettività, ristorazione, trasporti, professioni turistiche regolamentate e molto altro. L’obiettivo primario, qualificando l’offerta finalizzata ad incrementare i flussi di pubblico, anche grazie alla collaborazione con l’attività svolta dalla DMO, rimane di generare soggiorni più lunghi, con una maggiore ricaduta dell’economia turistica e sul suo indotto che rimane una delle priorità essendo il turismo definito dai pernottamenti.

Breve report dell’edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità (solo per progetti ricorrenti già presentati nelle scorse edizioni del PTPL)

Alcune delle attività già realizzate in passato verranno riproposte in una nuova veste a seguito di un “restyling progettuale”. Si pensa, infatti, che le rassegne diventate un appuntamento fisso, possano consolidare ed aumentare ancor di più la visibilità e “popolarità” ai luoghi di interesse turistico sopra menzionati. Per il 2025 si prevede di potenziare la comunicazione e promozione del programma delle iniziative, soprattutto per i luoghi meno conosciuti, le principali novità riguarderanno lo svolgimento di visite guidate e/o teatralizzate in orario diurno e serale, legate anche all’estensione dell’orario di apertura della Torre Ghirlandina.

Criteri e modalità di riscontro dei risultati:

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Progettazione e realizzazione del programma annuale attività di animazione e intrattenimento	Analisi con cadenza trimestrale dello stato di realizzazione del programma

Progettazione e realizzazione di una strategia di comunicazione	Monitoraggio degli strumenti di comunicazione attivati (n. dépliant distribuiti, n. post pubblicati sui social, ecc....)
Monitoraggio dei risultati	Monitoraggio trimestrale quantitativo e qualitativo (n. dei partecipanti e raccolta delle criticità e/o apprezzamenti)

PIANO FINANZIARIO

Spese per eventi o manifestazioni, di carattere enogastronomico, culturale, storico religioso, naturale, sociale, ludico, sportivo e ricreativo, iniziative complementari all'offerta turistica del Territorio Turistico di Bologna-Modena	
Ideazione e organizzazione eventi o manifestazioni	€ _____
Realizzazione eventi o manifestazioni	€ _____
Ideazione, realizzazione e promozione di itinerari tematici ed esperienze	€ 23.000,00
Comunicazione media e social media	€ 2.000,00
Stampa di materiale informativo (specificare tipologia: 1000 depliant in lingua italiana per le visite, mentre i quantitativi in lingua inglese sono in corso di definizione sulla base dei dati 2024)	€ 5.000,00
Altro (specificare)	€ _____
TOTALE	€ 30.000,00

TOTALE SPESE PREVISTE: € 30.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 30.000,00

PUNTEGGIO: 92

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA



Allegato 2)

**TERRITORIO TURISTICO
BOLOGNA-MODENA**

P.T.P.L. 2024

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

INDICE PROGETTI

BOLOGNA	3
1) UNIONE APPENNINO BOLOGNESE - CRINALI 2025 - APPENNINO ACCESSIBILE.....	3
2) COMUNE DI DOZZA - XXX BIENNALE MURO DIPINTO DI DOZZA.....	8
3) COMUNE DI IMOLA - BACCANALE 2025 - RASSEGNA CULTURALE ED ENOGASTRONOMICA	14
4) ASSOCIAZIONE VITRUVIO A.S.D. - DALLA E MARCONI, AMBASCIATORI DI BOLOGNA SULLA CRESTA DELL'ONDA.....	21
5) COMUNE DI SAN LAZZARO DI SAVENA - I GESSI RACCONTANO	27
6) UNIONE RENO GALLIERA - "CYCLISTS ARE WELCOME!" - LA QUALIFICAZIONE DEI SERVIZI SULLE CICLOVIE DEL RENO E DEL NAVILE	33
7) CARTA BIANCA APS - FESTIVAL MENTE LOCALE - VISIONI SUL TERRITORIO 2025, DODICESIMA EDIZIONE	37
8) YODA APS - IT.A.CÀ MIGRANTI E VIAGGIATORI: FESTIVAL DEL TURISMO RESPONSABILE 42	
9) COMUNE DI LIZZANO IN BELVEDERE - LOOKAP! METAMORFOSI E L'APPENNINO RITROVATO: ARTE DIFFUSA, NATURA ED ESCURSIONI	53
10) NUOVO CIRCONDARIO IMOLESE - BE IN WONDER LAND - CULTURE SPORT NATURE IN IMOLA AREA	59
11) COMUNE DI CASTEL SAN PIETRO TERME - LA NOTTE CELESTE	63
12) MUTUA SALSAMENTARI 1876 BOLOGNA - TAGLIERE SALSAMENTARI 1876 DE.CO.	68
13) COMUNE DI SAN GIOVANNI IN PERSICETO - FOOD & SOUL: VIAGGI TRA SAPORI, MUSICA E SPIRITUALITA'	74
14) COMUNE DI CASTEL SAN PIETRO TERME - OUTDOOR TOURS - TURISMO ENOGASTRONOMICO ED ESPERIENZIALE	80
15) PRO LOCO DI MINERBIO APS - CONCORSO PIANISTICO INTERNAZIONALE CITTÀ DI MINERBIO	85
16) CITTÀ METROPOLITANA DI BOLOGNA - Iniziative turistiche di interesse metropolitano	89
MODENA.....	90
1) UNIONE DEL FRIGNANO - FRIGNANO EXPERIENCE 2.0: APPENNINO DA VIVERE	90
2) COMUNE DI SASSUOLO - LE VIE DEL DUCATO.....	96
3) COMUNE DI MARANELLO per STTI - A SMART CULTURAL VALLEY	100
4) COMUNE DI CARPI - CARPI TOURISM IDENTITY	106
5) COMUNE DI MODENA - PIANO DI PROMOZIONE TURISTICA PER RAFFORZARE L'IDENTITÀ E L'ATTRATTIVITÀ DEL TERRITORIO "MODENA" (INTERO TERRITORIO PROVINCIALE)	109

6) ENTE DI GESTIONE PER I PARCHI E LA BIODIVERSITA' EMILIA CENTRALE - TURISMO
SOSTENIBILE NELLE AREE PARCO CETS” (CARTA EUROPEA PER IL TURISMO SOSTENIBILE)
113

BOLOGNA

1) UNIONE APPENNINO BOLOGNESE - CRINALI 2025 - APPENNINO ACCESSIBILE

P.G. n. 73998 del 13/11/2024, 74439 del 14/11/2024

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. UNIONE DEI COMUNI SAVENA IDICE
2. COMUNE DI CASALECCHIO DI RENO
3. COMUNE DI MONTE SAN PIETRO
4. COMUNE DI ZOLA PREDOSA

DESCRIZIONE SINTETICA

Il Festival Crinali negli anni è diventato elemento caratterizzate e identificativo della proposta cultura e turistica dell'Appennino Bolognese. Nel Festival le emergenze culturali, ambientali e paesaggistiche sono protagoniste all'impari degli artisti che si esibiscono, non mera scenografia, ma parte attiva dell'evento. Valore fondante del festival è la sostenibilità ambientale: concerti e spettacoli per lo più in acustico o a bassa amplificazione, spettacoli che prevedono l'utilizzo di materiale di riuso, promozione dei valori del rispetto ambientale. Spesso lo spettacolo è preceduto da un trekking per cui ci si avvale di guide escursionistiche qualificate per l'accompagnamento. Gli eventi si svolgeranno lungo i cammini principali presenti sul territorio tra cui la Via Degli Dei, la via della Lana e della Seta, la Mater Dei, la Linea Gotica e la Piccola Cassia. Inoltre sono previsti anche interventi lungo il tratto appenninico della Ciclovia del Sole.

Elemento innovativo dell'edizione 2025 sarà una maggiore attenzione all'accessibilità, pensando ad eventi che siano fruibili sia a pubblici con disabilità fisiche e/o cognitive, ma anche a target che necessitano di accorgimenti e attenzioni particolari per potere usufruire all'evento. Si pensi ad esempio a famiglie con minori in età prescolastica, persone di origine straniera, in particolare con bassa scolarizzazione anche nella lingua madre o persone in situazione di povertà culturale ed economica. Per questo si è pensato di coinvolgere anche nella progettazione e soprattutto promozione degli eventi anche Ausl Bologna, il CPIA Montagna oltre che il Servizio Sociale Territoriale e l'Ufficio di Piano dell'Unione dei Comuni dell'Appennino Bolognese, in una prospettiva che unisca un'idea di **welfare culturale** a quella di un **turismo sostenibile, inclusivo e accessibile**. Per fare questo si metteranno in campo diverse azioni, sia legate alle performance che alla comunicazione promozionale dell'Appennino. Per quello che riguarda gli eventi saranno previste alcune sperimentazioni di camminate di educazione sonora e multi sensoriale, che possano portare i partecipanti sia a una educazione all'ascolto utile sia per usufruire poi all'evento performativo con maggiore attenzione, ma anche per immedesimarsi con persone con disabilità visiva. Infatti in queste occasioni sarà possibile attivare anche la presenza di guide specializzate nell'accompagnamento in **trekking di non vedenti o ipovedenti**, permettendo loro di partecipare ad una esperienza altrimenti difficilmente fruibile. Inoltre saranno fatte alcune sperimentazioni anche negli eventi stessi, come ad esempio una esperienza di **"camera del suono"**, fruibile anche da persone sorde perché si basa sulla percezione delle vibrazioni sul corpo o l'utilizzo in occasione di alcuni eventi **di visual o video mapping**.

Oltre ai trekking, verranno proposte anche escursioni in bike o e-bike, si valuterà la possibilità di utilizzare tandem o cargo bike per disabili.

Verranno poi creati dei brevi **"travel podcast"**, ovvero dei podcast di pochi minuti che descrivono il territorio così da avere una duplice funzione: da una parte far conoscere il territorio circostante a persone non vedenti, dall'altra parte invitare tutti gli ascoltatori ad andare a scoprire i luoghi narrati.

Parte importante sarà poi la comunicazione degli eventi, che diventeranno veicolo anche di promozione turistica del territorio. Verranno infatti stampate delle **mappe territoriali trasversali** ai confini politici del territorio con le principali informazioni turistiche, nonché il qr code per il collegamento al sito di crinali per la

prenotazione degli eventi e la pagina web della destinazione turistica Appennino Bolognese <https://appenninobolognese.cittametropolitana.bo.it>.

Le mappe verranno distribuite negli uffici IAT dell'Appennino ed avendo il qr code che rimanda al sito di Crinali saranno sempre aggiornate sul programma. Saranno anche stampati dei programmi di dettaglio della rassegna, su carta riciclata e contenenti le informazioni principali degli eventi e della loro accessibilità.

Alcune informazioni sul festival saranno tradotte con la **comunicazione aumentativa alternativa**, funzionale sia per disabili psichici che per persone straniere o non scolarizzate. Per fare questo verranno coinvolte associazioni e/o cooperative che si occupano di inclusione di persone con disabilità perché non ci può fare vera inclusione senza coinvolgimento nella progettazione, valevoli del principio che "*nihil de nobis, sine nobis*". Inoltre verrà utilizzato l'**indice GULPEASE** per calcolare il grado di leggibilità dei testi prodotti.

Gli IAT saranno dotati di **mappe tattili e di kit di comunicazione accessibile**, così da poterle utilizzare in caso di turisti con disabilità.

Il festival Crinali si mantiene in linea con le linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale e con il PPCT 2025 del Territorio Turistico Bologna-Modena, unendo, come richiesto dalle linee di indirizzo, unicità, inclusività e sostenibilità come elementi centrali dei prodotti turistici.

AZIONI

1. ideazione di un cartellone eventi coinvolgendo diverse arti

Verranno coinvolte più arti performative, così da offrire al pubblico diverse possibilità di scelta e verrà data attenzione particolare anche ad una programmazione pensata per un target generazione z e alfa.

2. individuazione di location per gli eventi in luoghi in linea con i temi trasversali proposti dal PPCT 2025

Le location saranno lungo i cammini, con particolare attenzione ai cammini da promuovere maggiormente. Essendo il 2025 anno Giubilare si darà particolare attenzione ai luoghi sul Cammino della Mater Dei. Saranno anche valorizzati itinerari culturali, come ad esempio il percorso Morandiano, o luoghi di particolare rilevanza paesaggistica come i numerosi parchi naturali presenti. Verranno fatte proposte anche su siti storici e archeologici e nei borghi più suggestivi del territorio appenninico.

3. creazione di eventi inclusivi, accostando più forme d'arte e attività multisensoriali

Verranno ideati eventi multisensoriali, utilizzando ad esempio video mapping o camera del suono.

4. trekking accessibili per non vedenti

Alla guida escursionistica verrà affiancato un* professionista specializat* in accompagnamento per persone non vedenti o ipovedenti che condurrà il gruppo anche in esperienze di educazione all'ascolto diversificate in base all'evento in programma

5. mappe di promozione turistica del territorio

Ideazione, stampa e distribuzione tramite il sistema IAT di mappe territoriali di promozione turistica che diano una immagine unitaria delle proposte turistico-culturali dell'Appennino, non seguendo quindi i confini territoriali.

6. comunicazione inclusiva ed accessibile degli eventi e alle proposte turistiche

Creazione di: travel podcast, mappe tattili, kit turistici accessibili, utilizzo dell'indice di Gulpaese.

7. comunicazione e promozione dell'evento in collaborazione con eXtraBO

Tramite il portale treksoft gestito da eXtraBO possibilità di prenotare gli eventi di Crinali, con rimandi alle altre possibili proposte turistiche così da facilitare la creazione di pacchetti turistici personalizzati di promozione del territorio

8. promozione delle attività IAT e del sito <https://appenninobolognese.cittametropolitana.bo.it>

Su il materiale prodotto ci saranno rimandi ai siti di informazione turistica, così da incentivare una reciproca promozione ed arrivare a più pubblici possibili.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO

Appennino Bolognese (comuni afferenti all'Unione dei Comuni dell'Appennino Bolognese, comuni afferenti all'Unione Savena Idice, comune di Casalecchio di Reno, comune di Monte San Pietro, comune di Zola Predosa)

PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE

dal 1° aprile al 31 dicembre 2025

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

- 1) Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti:**

Gli eventi saranno promossi in stretta relazione con le attività di eXtraBO, Bologna Welcome e in concerto con le proposte turistiche del Territorio Turistico Bologna-Modena. Nel materiale promozionale sarà presente il qr code che rimanda al sito <https://appenninobolognese.cittametropolitana.bo.it> con indicazione che qui sarà possibile trovare informazioni su dove mangiare e dormire, oltre che altre proposte turistiche. Allo stesso modo, nelle mappe territoriali che verranno stampate, oltre al sito sopracitato, ci saranno indicazioni anche sul festival, creando un rimando virtuoso di duplice comunicazione e incentivando alla permanenza in occasione degli eventi. Inoltre, l'attenzione alla accessibilità, apre anche alla possibilità di inserire gli eventi all'interno di nuovi prodotti turistici/itinerari dedicati al turismo dell'inclusività, così come auspicato nelle linee guida regionali.

- 2) Coerenza con gli obiettivi delle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027 e con il quadro di riferimento di cui alle premesse dell'Avviso PTPL 2025:**

il festival si propone:

- lavorare in sinergia con Ente Parchi e Gal per lo sviluppo di azioni nell'ambito di un turismo sostenibile e responsabile;
- favorire l'accessibilità e la mobilità turistica con particolare attenzione all'utilizzo dei mezzi pubblici;
- promuovere la sostenibilità ambientale e sociale;
- diversificare gli eventi con anche proposte culturali stagionalizzate;
- tema trasversale di valorizzazione di itinerari culturali;
- tema trasversale dell'outdoor active&slow
- valorizzazione siti storici
- valorizzazione linea di prodotto natura e benessere
- valorizzazione del patrimonio musicale presente a Bologna e a livello metropolitano

- 3) Coerenza interna fra gli obiettivi, i mercati, le azioni e i costi:**

Gli obiettivi proposti vanno a intercettare nuovi mercati turistici (proposte accessibili e inclusive) e a rafforzare quelli più consolidati legate all'outdoor. Crinali si presenta come una proposta capillare su tutto il territorio, con una immagine identificativa ormai forte e chiara e che presenta una grande convenienza sui costi in quanto per lo più non prevede palchi o service, riducendo notevolmente le spese di allestimento.

- 4) Riduzione dell'impatto ambientale con indicazione delle relative misure previste**

Gli eventi del festival Crinali si caratterizzano per un consumo energetico minimale, con spettacoli per lo più in acustico, senza allestimenti invasivi e con risparmi energetici sul versante dei service utilizzati. Durante le esperienze proposte inoltre verranno date informazioni su politiche green, si incentiverà l'utilizzo dei mezzi pubblici e verrà utilizzato un gruppo social per promuovere il car sharing.

5) Azioni di promozione del turismo accessibile, in particolare in riferimento all'accessibilità a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive:

Come spiegato nel dettaglio nella descrizione sintetica verranno: ideati eventi multi sensoriali e inclusivi, proposti trekking con accompagnatori per non vedenti ed esperienze di educazione all'ascolto, verranno messi a disposizione travel podcast, verrà utilizzata la comunicazione aumentativa alternativa, mappe sensoriali e kit accessibili per gli uffici di promozione turistica.

6) Previsione di vendita di biglietti a carico dell'utente finale per poter usufruire dei servizi promossi:

NO

7) Elementi di innovazione progettuale nell'ambito di iniziative consolidate del territorio, ovvero progetti inediti:

Crinali è un evento consolidato e che da anni ottiene un ottimo riscontro di pubblico. Renderlo maggiormente accessibile, utilizzando anche linguaggi e modalità di fare spettacolo inedite rispetto alle precedenti edizioni, permette non solo di far avvicinare agli eventi anche nuovi pubblici e target turistici, ma arricchisce il festival proponendo a tutt* i participant* nuove modalità di vivere gli eventi.

8) Promozione e messa a disposizione del Territorio Turistico di materiale foto e video, anche realizzato con drone:

- foto/video documentazione fotografica e video degli eventi messi a disposizione del TT
- riprese con il drone messe a disposizione

Eventuale integrazione con progetti di promozione turistica promossi da altri enti sovraordinati, come ad esempio Apt Servizi, Regione Emilia-Romagna o Territorio Turistico Bologna-Modena:

Crinali Festival nel suo complesso è un progetto che si integra perfettamente con i programmi promozionali realizzati dal Territorio Turistico Bologna Modena e si presta anche per essere inserito all'interno di pacchetti turistici.

Nell'edizione del 2024 è stato selezionato dalla Regione Emilia Romagna per essere inserito all'interno del cartellone promozionale di festival denominato Montagna Mia.

Breve report dell'edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità:

Nella precedente edizione, per rendere più accessibili gli eventi di Crinali, era stato esplicitato nel materiale promozionale se il luogo del concerto/spettacolo fosse accessibile ed indicativamente veniva indicato l'orario dell'evento anche quanto era prevista una camminata, così da permettere la fruizione dell'evento anche a chi non avesse potuto fare il trekking o nel caso in cui il trekking fosse sold out, come molto spesso è accaduto. Lavorare su eventi multi-sensoriali e utilizzare una comunicazione con un linguaggio maggiormente inclusivo darà ancora maggiore attenzione all'accessibilità. Inoltre si cercherà di migliorare la comunicazione sulla possibilità di utilizzare i mezzi pubblici e il car sharing, ancora troppo poco utilizzati per raggiungere gli eventi.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
ideazione di un cartellone eventi coinvolgendo diverse arti Programmazione del festival	Programmazione del festival
individuazione di location per gli eventi in luoghi in linea con i temi trasversali proposti dal PPCT 2025	Location inserite nella programmazione del festival

trekking accessibili per non vedenti	Almeno 4 proposte
mappe di promozione turistica del territorio	Stampa delle mappe
comunicazione inclusiva ed accessibile degli eventi e alle proposte turistiche	Creazione di travel podcast, mappe tattili, kit turistici accessibili, utilizzo dell'indice di gulpaese
comunicazione e promozione dell'evento in collaborazione con ExtraBo	Piattaforma di prenotazione di treksoft
promozione delle attività IAT e del sito https://appenninobolognese.cittametropolitana.bo.it	Materiale promozionale con qrcode che rimanda al sito

TOTALE SPESE PREVISTE: € 39.000,00* corretto d'ufficio

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 39.000,00

PUNTEGGIO: 85

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

UNIONE DEI COMUNI DELL'APPENNINO BOLOGNESE SPESA AMMESSA	Spese di preventivo IVA esclusa	Spese di preventivo IVA inclusa	Note
1. Promozione e comunicazione on line e off line			
Media e social media marketing	€	€	
Web content (redazione e ottimizzazione contenuti, e-news...)	€ 800,00	€ 800,00	
Stampa di materiale informativo (Specificare in note tipologia, quantitativi, lingua)	€ 7.295,00	€ 8.900,00	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni di promozione e comunicazione</i>	€ 1.230,00	€ 1.500,00	
Totale spese per azioni di promozione	€ 9.325,00	€ 12.200,00 € 11.200,00	
2. Promozione istituzionale			
Fiere *	€	€	
Press tour ed educational tour *	€	€	
Serate promozionali e workshop *	€	€	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni similari</i>	€	€	
*Le Azioni rientrano nel PPCT e/o nel Piano di APT servizi? <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO Se NO specificare motivazioni.....			
Totale spese per fiere e altri eventi promozionali	€	€	
3. Applicazioni per dispositivi mobili			
Realizzazioni e integrazioni di applicazioni per dispositivi mobili	€	€	

Ottimizzazione dei siti per fruizione da mobile	€	€	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni similari</i>	€	€	
Totale spese per applicazioni per dispositivi mobili	€	€	
4. Iniziative complementari all'offerta turistica del TT Bo-Mo			
Ideazione, realizzazione e promozione di itinerari tematici e esperienze	€ 4.945,00	€ 5.240,00	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni complementari all'offerta del TT</i>	€	€	
Totale spese per itinerari turistici ed esperienze	€ 4.945,00	€ 5.240,00	
5. Altre spese	€	€	
<i>Documentazione fotografica e video</i>	€ 984,00	€ 1.200,00	
<i>Eventi di animazione turistico culturale</i>	€ 21.360,00	€ 21.360,00	
Totale altre spese	€ 22.344,00	€ 22.560,00	
IMPORTO TOTALE DEL PROGETTO	€ 40.000,00 (iva inclusa) € 39.000,00 (iva inclusa)		

Unione dei Comuni dell'Appennino Bolognese: corretta d'ufficio somma totale del progetto in € 39.000,00.

2) COMUNE DI DOZZA - XXX BIENNALE MURO DIPINTO DI DOZZA

P.G. n. 74593 del 15/11/2024

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. FONDAZIONE DOZZA CITTÀ D'ARTE (organizzatore)
2. COMUNE DI GRIZZANA MORANDI

DESCRIZIONE SINTETICA

L'iniziativa promozionale riguarda la XXX edizione della Biennale del Muro Dipinto in programma dal 15 al 21 settembre 2025. 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 Grizzana Morandi, che con Dozza condivide la vocazione artistica avendo ospitato il famoso artista Giorgio Morandi.

Quest'anno in tale Comune verranno realizzate iniziative collaterali al fine di coinvolgere il territorio 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 2025. 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 XXIX 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 pluriennale 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 turistica, con avvio ad inizio 2025, sarà gestito dalla Fondazione "Dozza città d'arte", insieme alla Amministrazione Comunale di Dozza e a quella di Grizzana Morandi, e si avvarrà di numerose collaborazioni qualificate. Per la comunicazione e promozione della rassegna ci si avvarrà di strumenti tradizionali off line (rassegna stampa, affissione di manifesti, ecc.) ma verrà posta l'attenzione soprattutto sulle nuove forme di comunicazione e promozione on line (Social Media, Influencer Marketing, Content Marketing e Storytelling Digitale, Video Marketing e Dirette Live, Newsletter periodiche, ecc.) per ridurre l'impatto ambientale e rendere più veloci e immediati gli aggiornamenti e i contenuti: a tal fine saranno creati contenuti ad hoc inseriti sulle principali piattaforme digitali di condivisione e socializzazione (es. Youtube, Facebook, Instagram) per allargare esponenzialmente l'accessibilità ad un pubblico variegato e sempre più numeroso. Ovviamente, saranno previste anche forme di comunicazione più tradizionali.

AZIONI

1. IDEAZIONE, REALIZZAZIONE E STAMPA GRAFICHE PER COMUNICAZIONE E PROMOZIONE TURISTICA
2. AGGIORNAMENTO SITO INTERNET
3. ATTIVITA' DI PROMOZIONE PER ISTITUZIONI/GIORNALISTI/TOUR OPERATOR
4. STAMPA, PRENOTAZIONE E AFFISSIONE MANIFESTI
5. COMUNICAZIONE MEDIA E SOCIAL MEDIA, REALIZZAZIONE CONTENUTI PER SOCIAL

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO

Dozza, Città Metropolitana di Bologna, Nuovo Circondario Imolese

PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE

Da gennaio a dicembre 2025

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

- 1) **Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti:**

La Biennale del Muro Dipinto, manifestazione nata nel 1960 e giunta alla sua XXX edizione, rappresenta un evento cardine per l'attrattività turistica di Dozza, trasformando il borgo in una galleria d'arte a cielo aperto

dall'incalcolabile valore storico-artistico, accessibile a tutti e sempre aperta alla visita. Attraverso l'arte murale, ogni angolo del paese racconta storie e suggestioni, creando un fascino unico che attira visitatori appassionati di arte, storia e cultura da tutta Italia e oltre.

La Biennale del Muro Dipinto è un potente richiamo per amanti dell'arte e turisti curiosi, grazie alla presenza di artisti nazionali e internazionali che realizzano opere murali dal vivo, rendendo l'evento dinamico e coinvolgente. Questa caratteristica permette di attirare non solo il pubblico locale ma anche visitatori e curiosi, favorendo un aumento considerevole del numero di presenze e della permanenza nel borgo.

Durante la Biennale, l'offerta turistica si espande con eventi, spettacoli, workshop e incontri culturali che arricchiscono il programma della manifestazione, attirando diverse tipologie di pubblico e creando momenti di intrattenimento e di approfondimento culturale. Questi eventi rafforzano l'immagine di Dozza come centro vivace e dinamico, offrendo attività interessanti anche per famiglie e gruppi.

La creazione di itinerari tematici permette ai visitatori di esplorare Dozza e i suoi dintorni attraverso percorsi personalizzati legati alla storia dei murales, al borgo medievale e al suo paesaggio circostante. Gli itinerari, guidati o autoguidati, non solo facilitano la scoperta delle opere d'arte, ma incoraggiano anche i turisti a soffermarsi più a lungo nel borgo e ad esplorare i luoghi limitrofi, potenziando l'indotto turistico.

Per incentivare il coinvolgimento diretto dei visitatori, la Biennale propone esperienze come laboratori creativi, visite guidate e attività didattiche per grandi e piccoli. Queste esperienze permettono al pubblico di entrare in contatto con gli artisti e di comprendere le tecniche e il significato delle opere, creando un legame più profondo con il territorio e la sua storia artistica.

La Biennale non solo valorizza il patrimonio artistico locale ma rafforza anche l'identità culturale di Dozza, distinguendola come una delle mete più affascinanti della regione Emilia-Romagna. La manifestazione consolida l'immagine del borgo come un luogo in cui l'arte contemporanea si integra perfettamente con il contesto storico, creando un'identità unica che ne aumenta l'attrattiva e attira appassionati d'arte di ogni età.

Questa combinazione di arte, storia e cultura, unita alla continua proposta di eventi e iniziative, potenzia l'offerta turistica di Dozza e fa della Biennale del Muro Dipinto un'occasione unica per attrarre un pubblico significativo, incrementare le presenze e promuovere la permanenza dei visitatori.

La collaborazione tra Dozza e Grizzana Morandi intende creare una sinergia per offrire al turista nuove opportunità di conoscere i territori attraverso il filo conduttore dell'arte.

2) Coerenza con gli obiettivi delle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027 e con il quadro di riferimento di cui alle premesse dell'Avviso PTPL 2025:

La XXX Biennale del Muro Dipinto, manifestazione iconica nata nel 1960, rappresenta un pilastro fondamentale per l'attrattività turistica di Dozza, trasformando il borgo in una galleria d'arte a cielo aperto dal valore storico-artistico inestimabile. Questo straordinario evento rende il borgo accessibile a visitatori di ogni provenienza e sempre pronto ad accogliere chi desidera scoprire il fascino senza tempo di un paese che racconta, attraverso le sue mura dipinte, storie e suggestioni uniche. Grazie all'arte murale, Dozza si conferma un polo d'interesse per gli appassionati di arte, cultura e storia, attirando turisti da tutta Italia e dall'estero, e consolidando la propria identità come borgo che fa dell'arte e della tradizione il fulcro della sua essenza.

La XXX Biennale del Muro Dipinto arricchisce l'offerta turistica di Dozza, borgo insignito della Bandiera Arancione del Touring Club Italiano e membro del Club dei Borghi più Belli d'Italia, contribuendo alla valorizzazione e conservazione del patrimonio storico-artistico. Mostre, eventi e iniziative legate alla Biennale raccontano le radici culturali del territorio, integrandosi con l'ampia rete di turismo outdoor che attraversa Dozza, come il Sentiero del Vino, il Cammino di Sant'Antonio e la Via dei Gessi e dei Calanchi, offrendo un'esperienza turistica diversificata e di prossimità.

A completare il fascino del borgo, Dozza celebra le sue eccellenze enogastronomiche: sede dell'Enoteca Regionale Emilia Romagna, vanta una tradizione vinicola e culinaria di pregio, che si esprime attraverso i suoi ristoranti e le sue aziende vinicole, rendendo la visita una perfetta fusione di arte, storia e gusto.

3) Coerenza interna fra gli obiettivi, i mercati, le azioni e i costi:

Con il progetto di promozione della XXX 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, di accessibilità e inclusione. Le azioni di comunicazione e promozione che saranno intraprese riguarderanno elementi tradizionali ed elementi innovativi, per una promozione turistica on line e off line. Tali azioni mirano a divulgare e promuovere la manifestazione, gli eventi, le mostre e tutte le iniziative in programma per attirare 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 culturale ed 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; turisti, curiosi, famiglie e gruppi alla continua ricerca di elementi emozionali.

Attraverso la promozione del prodotto turistico si attua anche la promozione e la valorizzazione del territorio e delle sue risorse culturali, storiche, naturali, sociali, educative.

4) Riduzione dell'impatto ambientale con indicazione delle relative misure previste

La Biennale del Muro Dipinto da anni lavora nel segno della sostenibilità realizzando azioni per una sostenibilità integrata, attraverso una serie di iniziative che rispettino l'ambiente, valorizzino la comunità locale e ottimizzino le risorse, e prendendo misure per la tutela del patrimonio artistico, culturale e tradizionale. In particolare, per tutte le azioni di promozione si attueranno misure mirate alla riduzione dell'impatto ambientale, come ad esempio l'implementazione di strumenti e servizi di comunicazione on line per ridurre l'eccessiva quantità di carta stampata, la promozione di modalità di spostamento green (a piedi, in bicicletta, con mezzi pubblici) per ridurre lo smog e l'inquinamento di persone e ambiente, la promozione alla raccolta differenziata per rendere più consapevoli i turisti e la cittadinanza.

5) Azioni di promozione del turismo accessibile, in particolare in riferimento all'accessibilità a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive:

La Biennale del Muro Dipinto è una manifestazione che si svolge principalmente all'aperto, in cui artisti e restauratori realizzano rispettivamente nuove opere e restauri di vecchie opere direttamente sui muri delle case. A tal fine verranno promosse attività ed iniziative mirate ad un turismo accessibile e inclusivo, come ad esempio la promozione di visite guidate o laboratori per persone con disabilità.

6) Previsione di vendita di biglietti a carico dell'utente finale per poter usufruire dei servizi promossi:

NO

7) Elementi di innovazione progettuale nell'ambito di iniziative consolidate del territorio, ovvero progetti inediti:

Al fine di amplificare la visibilità della Biennale, renderla più accessibile e coinvolgente per diversi target di pubblico, e rafforzare il suo ruolo come evento cardine per l'arte e il turismo di Dozza e del territorio si intendono intraprendere alcune mirate azioni comunicative. Attraverso analisi di pubblico, verranno create campagne social interattive ed emozionali per coinvolgere maggiormente il pubblico e legarlo a questa manifestazione. Si cercherà di instaurare collaborazioni con content creator specializzati in arte, cultura e viaggi per amplificare la visibilità della Biennale online. Verranno trasmesse dirette social della realizzazione dei murales per coinvolgere un pubblico più ampio e globale.

8) Promozione e messa a disposizione del Territorio Turistico di materiale foto e video, anche realizzato con drone:

- foto/video Sì, si prevede la realizzazione di materiale foto e video.
- drone Sì, laddove possibile si prevede la realizzazione di materiale foto e video anche con drone.

Eventuale integrazione con progetti di promozione turistica promossi da altri enti sovraordinati, come ad esempio Apt Servizi, Regione Emilia-Romagna o Territorio Turistico Bologna-Modena:

CARTELLONE TURISTICO BOLOGNA ESTATE, CONDIVISIONE PROMOZIONE CON REGIONE E-R E CON APT SERVIZI, COLLABORAZIONE CON EXTRABO, BOLOGNA WELCOME, IF - IMOLA FAENZA TOURISM COMPANY

Breve report dell'edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità:

La Biennale del Muro Dipinto è una manifestazione nata nel 1960 che ogni due anni regala a Dozza opere d'arte che caratterizzano materialmente le facciate delle case. Ciò ha reso il borgo un museo d'arte a cielo aperto di notevole valore, sempre aperto alla visita, senza orari né biglietti d'ingresso. La scorsa edizione si è tenuta dall'11 al 17 settembre 2023. La settimana della pittura a cielo aperto è stata il fulcro di un più ampio programma di promozione che, in termini di tempo, l'hanno preceduta e seguita.

Per quanto riguarda le attività di promozione si segnala che per l'edizione XXIX sono state realizzate:

- AZIONI DI COMUNICAZIONE: sono state realizzate azioni di comunicazione a supporto della manifestazione che si sono tradotte in: ufficio stampa, comunicati stampa, social network, materiali fotografici e video.

- PROGETTAZIONE GRAFICA E REALIZZAZIONE DI MATERIALE PROMOZIONALE: sono state realizzate grafiche specifiche per la promozione della XXIX Biennale del Muro Dipinto che hanno riguardato una comunicazione sia on line, che off line.

- STAMPA, AFFISSIONE, DISTRIBUZIONE DI MATERIALE PROMOZIONALE E ACQUISTO DI SPAZI PUBBLICITARI: tutti i materiali realizzati e stampati sono stati distribuiti nel territorio. I manifesti sono stati affissi dagli Uffici ICA nei Comuni di Dozza, Castel San Pietro Terme, Medicina e in tutti i Comuni del Circondario Imolese. I programmi e altro materiale promozionale sono stati distribuiti negli uffici turistici del territorio, nonché presso ristoranti ed esercenti locali. Per la promozione della manifestazione sono stati acquistati spazi pubblicitari presso: Il Nuovo Diario Messaggero, Sabato Sera, Corriere di Romagna, Il Resto del Carlino. Sono state realizzati anche contenuti per alcune tv locali: TRC e Teleromagna.

- EVENTI DI RICHIAMO TURISTICO (arte, musica, spettacoli, visite guidate, degustazioni): nel corso della settimana delle Biennale il programma di promozione è stato costellato da iniziative e attività di richiamo turistico.

La XXIX Biennale del Muro Dipinto di Dozza si è posta l'obiettivo di arricchire l'offerta culturale e artistica promuovendo mostre e laboratori di diverso genere e taglio artistico per ampliare la partecipazione ad un pubblico eterogeneo. Oltre a ciò, il programma della settimana della Biennale è stato arricchito da numerose iniziative collaterali che avevano lo scopo di richiamare a Dozza i turisti e promuovere le eccellenze del territorio: spettacoli di musica, visite guidate, degustazioni di vino e molti altri eventi hanno costellato i sette giorni della rassegna artistica per offrire al pubblico un'ampia offerta. Si può senz'altro affermare che la XXIX Biennale del Muro Dipinto di Dozza abbia raggiunto gli obiettivi prefissati, portando un numero assai elevato di pubblico a partecipare alle attività realizzate nel corso della Biennale d'arte tra Dozza e Toscana. Numerosi sono stati i turisti che hanno raggiunto Dozza per vedere gli artisti e i restauratori lavorare dal vivo lungo le stradine del borgo, che hanno partecipato alle numerose iniziative artistico-culturali e che hanno visitato le mostre. Naturalmente, un evento di così forte richiamo turistico diventa un importante veicolo di promozione per tutti i prodotti turistici che caratterizzano Dozza e il suo territorio. Risulta infatti impossibile non percepire la storia del borgo castellano e della Rocca Sforzesca. Grazie alla promozione delle mostre e

delle altre attività allestite e sviluppate in molteplici stanze della Rocca e lungo il Borgo di Dozza, numeroso pubblico è potuto intervenire per vivere l'arte attraverso i muri affrescati del Borgo, le collezioni conservate dentro il museo della Rocca, gli itinerari e il paesaggio collinare in cui è immerso il borgo che è possibile raggiungere non solo con i tradizionali mezzi, ma anche con percorsi ciclo-pedonali e con mezzi pubblici. Inoltre, il numeroso pubblico che ha partecipato alle performance artistiche e alle mostre ha potuto godere altresì dell'enogastronomia con la celebre Enoteca Regionale Emilia Romagna e degli ottimi ristoranti che affollano il borgo. Con questa ricchezza di proposte, Dozza si è confermata in grado di rispondere alla domanda, oggi assai diffusa, di turismo esperienziale alla ricerca di elementi caratteristici, coinvolgenti ed emozionali. Queste sono anche le prerogative del turismo itinerante che predilige le città d'arte, anche di piccole dimensioni come Dozza, la quale si alimenta di esperienze artistiche e suggestioni generando un contesto ricco, emozionale, che lascia un segno della memoria del visitatore. La Biennale del Muro Dipinto, nata negli anni '60 del secolo scorso, è elemento identitario che qualifica l'offerta artistica di Dozza e che continua ancora oggi ad arricchire il borgo con opere d'arte dal notevole valore. È inoltre una rassegna che attira vari target di pubblico, dai bambini agli adulti, dal turista locale a quello straniero, curioso di scoprire le tradizioni dozzesi.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Azioni di comunicazione e progettazione grafica (Social Network, Ufficio Stampa, Comunicati, Predisposizione di materiali fotografici e video)	Materiale informativo diffuso ed eventi promozionali correlati
Aggiornamento sito internet	Aggiornamenti realizzati sul sito
Attività di promozione per istituzioni/giornalisti/tour operator	Persone che hanno partecipato
Stampa, affissione, distribuzione di materiale promozionale e acquisto di spazi pubblicitari	Campagna affissione

TOTALE SPESE PREVISTE: € 12.500,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 12.500,00

PUNTEGGIO: 65

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

COMUNE DI DOZZA SPESA AMMESSA	Spese di preventivo IVA esclusa	Spese di preventivo IVA inclusa	Note
1. Promozione e comunicazione on line e off line			
Media e social media marketing	€ 1.475,41	€ 1.800,00	
Web content (redazione e ottimizzazione contenuti, e-news...)	€ 491,80	€ 600,00	
Stampa di materiale informativo (Specificare in note tipologia, quantitativi, lingua)	€ 1.885,25	€ 2.300,00	
<i>UFFICIO STAMPA E AFFISSIONI</i>	€ 2.459,02	€ 3.000,00	
Totale spese per azioni di promozione	€ 6.311,48	€ 7.700,00	

2. Promozione istituzionale			
Fiere *	€	€	
Press tour ed educational tour *	€ 819,67	€ 1.000,00	
Serate promozionali e workshop *	€ 1.803,28	€ 2.200,00	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni similari</i>	€	€	
*Le Azioni rientrano nel PPCT e/o nel Piano di APT servizi? <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO Se NO specificare motivazioni.....			
Totale spese per fiere e altri eventi promozionali	€ 2.622,95	€ 3.200,00	
3. Applicazioni per dispositivi mobili			
Realizzazioni e integrazioni di applicazioni per dispositivi mobili	€	€	
Ottimizzazione dei siti per fruizione da mobile	€ 655,74	€ 800,00	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni similari</i>	€	€	
Totale spese per applicazioni per dispositivi mobili	€ 655,74	€ 800,00	
4. Iniziative complementari all'offerta turistica del TT Bo-Mo			
Ideazione, realizzazione e promozione di itinerari tematici e esperienze	€ 655,74	€ 800,00	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni complementari all'offerta del TT</i>	€	€	
Totale spese per itinerari turistici ed esperienze	€ 655,74	€ 800,00	
5. Altre spese	€	€	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni</i>	€	€	
Totale altre spese	€	€	
IMPORTO TOTALE DEL PROGETTO	€ 12.500,00 (iva inclusa)		

3) COMUNE DI IMOLA - BACCANALE 2025 - RASSEGNA CULTURALE ED ENOGASTRONOMICA

P.G. n. 74839 del 18/11/2024

DESCRIZIONE SINTETICA

Il Bacchanale, rassegna culturale e enogastronomica, occupa sin dai suoi esordi, più di trent'anni fa, un posto di rilievo all'interno della programmazione culturale offerta dal Comune di Imola. L'obiettivo per una manifestazione che ha una forte riconoscibilità come il Bacchanale è quello di riuscire a proporre, di anno in

anno, eventi di qualità innovando un format molto solido che ha saputo, nel corso degli anni, garantirsi una fascia di pubblico significativa. La scelta del tema dell'anno è strumentale, in questo senso, alla volontà di trovare nuovi spunti di riflessione e nuove chiavi di lettura da esplorare e approfondire con modalità sempre differenti. Il fulcro principale rimane il cibo che diventa, di edizione in edizione, il filo conduttore di percorsi culturali, enogastronomici e turistici, di iniziative di valorizzazione dei prodotti tipici del territorio e delle attività produttive locali.

In occasione del Bacchanale 2025 sarà inaugurata una sezione specifica del programma, il "Bacchanale con le mani in pasta". Si tratterà di una vera e propria sezione della rassegna dedicata a tutte quelle attività che, sperimentate in modalità "pilota" con successo negli ultimi anni, diventeranno parte integrante della rassegna. Nella prossima edizione quindi sarà dedicata particolare attenzione alle attività che permettono al pubblico di avere un ruolo da protagonista attivo. L'idea è quella di ridurre il divario tra spettatori e "addetti del mestiere", in modo da poter rispondere alle esigenze di un pubblico che predilige sempre di più attività di scoperta, di mise en situation, di esperienza diretta.

In primo luogo i laboratori pratici, modulati sul tema scelto per l'edizione 2025: dai laboratori di realizzazione delle più tipiche "paste" della nostra Regione, ai segreti della realizzazione della vera piadina romagnola, passando per la creazione della perfetta ricciola. In questo senso i laboratori permetteranno non soltanto di acquisire competenze e manualità in ambito culinario ma, al contempo, di approfondire la conoscenza del territorio e delle tradizioni locali e regionali, passando dalla tavola. Il territorio di Imola è infatti culla di numerose tradizioni culinarie che meritano di essere valorizzate e trasmesse. Per citarne solo due, tipiche di Imola e che perciò hanno acquisito il marchio di Denominazione comunale d'origine (De.Co): la ricciola e il garganello. Tali attività si rivolgeranno naturalmente sia a chi vive a Imola e vuole approfondire il proprio patrimonio culturale locale, sia chi viene in città o per vacanza o in occasione di eventi di rilievo, garantendo una diffusione del "saper fare" romagnolo anche al di fuori dei confini cittadini. Importante in questo senso dovrà essere la collaborazione con gli interlocutori, sul territorio, che interagiscono maggiormente con questi soggetti (Ufficio Turistico Imola Faenza e altri soggetti impegnati nel territorio in ambito turistico).

Ampio spazio verrà dato anche agli showcooking, occasioni privilegiate per osservare da vicino il lavoro e la professionalità dei grandi nomi della cucina italiana e internazionale, e per degustare le pietanze a tema immaginate per l'occasione. Gli showcooking saranno da un lato pensati per rispondere alle esigenze di un ampio pubblico ma costituiranno anche occasione di collaborazione con gli Istituti Alberghieri del territorio che possono partecipare con propri studenti, alle attività. Una collaborazione in questo senso potrà essere trovata anche con i ristoratori che aderiscono alla rassegna che escono dalle loro cucine diventando a loro volta protagonisti di showcooking, per svelare alcuni dei tanti segreti che si celano dietro alla creazione di un piatto (o di un menu a tema come nel caso del Bacchanale).

I luoghi della cultura della città diventeranno, a loro volta, protagonisti di questo progetto proponendo attività esperienziali che si inseriscano nel progetto. Il racconto storico di un edificio, come ad esempio la Casa Museo di Palazzo Tozzoni, con la sua bellissima cucina, potrà diventare un viaggio tra cultura, storia e cucina, spunto per visite guidate tematiche, con parti pratiche e laboratoriali dedicate a fasce d'età differenti.

Il Bacchanale manterrà inoltre, come da tradizione, l'attenzione alla filiera agroalimentare del territorio, riconfermando i due consolidati appuntamenti presso l'Autodromo Enzo e Dino Ferrari: il "Banco d'assaggio dei vini e dei prodotti agroalimentari dell'imolese", rassegna che valorizza le produzioni vitivinicole dell'area territoriale della DOC Colli di Imola, e "Olimola", presentazione della filiera olivicola del territorio imolese, con produttori, frantoi, tecnologie e ricerca. L'attenzione al mondo produttivo e agricolo sarà protagonista anche di visite guidate presso aziende e realtà produttive del territorio pensate per avvicinare il mondo della campagna e della città, produttori e consumatori e per far scoprire i segreti e le bellezze del territorio della zona dell'imolese. Non si tratterà di semplici visite guidate ma di vere e proprie esperienze immersive: letture fra gli ulivi, degustazioni "musicali", visite in bicicletta, attività laboratoriali e didattiche per i più piccoli. L'occasione, inaugurata nel 2023 e proseguita con successo nel 2024 di organizzare un Bacchanale in due tempi (primavera e autunno) permetterà di scoprire il territorio in due vesti completamente diverse anche legate alla stagionalità dei prodotti coltivati.

Tali attività verranno proposte e modulate con riferimento a pubblici diversi anche nell'ottica di avvicinare il Bacchanale a fasce di popolazione che, tradizionalmente, non partecipano in maniera diffusa alla rassegna. Le attività potranno quindi essere rivolte a un pubblico ancora in età scolare (scuole dell'infanzia, scuole primarie, e Istituti secondari di primo e secondo grado), a un pubblico giovane e al pubblico con più esperienza che già conosce e apprezza la rassegna.

Proseguendo sul solco di quanto inaugurato per l'edizione 2024, verrà dato ulteriore impulso alla promozione della rassegna anche al di fuori del territorio comunale. Proseguiranno le affissioni nei Comuni del Circondario, in tutta la Regione e nelle province limitrofe al di fuori dell'Emilia-Romagna. Per il piano della comunicazione con la collaborazione di un ufficio stampa specializzato, ci si propone l'obiettivo di consolidare la conoscenza della manifestazione sulla stampa nazionale e di settore, organizzando a tal fine press tour e momenti di conoscenza dedicati a giornalisti italiani e stranieri. Specifiche strategie comunicative saranno approntate per la comunicazione digitale con la collaborazione di specialisti del settore.

Il bilancio complessivo della manifestazione, cui afferiscono spese organizzative per eventi, allestimenti, collaborazioni e personale di supporto è di ca € 200.00,00. Il progetto specifico descritto avrà un bilancio di € 40.000,00, con spese di gestione e supporto della promozione e di comunicazione e spese per organizzazione di eventi e attività.

AZIONI

1. **Scelta del tema dell'anno:** il primo e fondamentale elemento di caratterizzazione della manifestazione è dato dalla scelta del tema. È proprio infatti a partire da questo che si sviluppa la costruzione della manifestazione individuando tipologie di attività, interlocutori, partnership che siano funzionali alla costruzione di un programma coerente. La scelta del tema, condivisa con i rappresentanti dei ristoratori, delle associazioni di categoria del commercio e agricole, avviene in ampio anticipo rispetto allo svolgimento stesso della manifestazione. Il tema, che ogni anno viene sviluppato in formato grafico da un artista a cui viene affidato il compito di tradurre un'idea su carta, caratterizza anche tutta la comunicazione e promozione della manifestazione.
2. **Declinazione delle linee di attività e sviluppo del progetto:** le linee di attività principali da cui si sviluppa il programma della rassegna sono tre: cultura, prodotti ed enogastronomia, turismo e valorizzazione del territorio. Il progetto, modulato sul tema dell'anno, mira a sviluppare e approfondire questi tre aspetti per promuovere le peculiarità del territorio, il paesaggio, i beni artistici e architettonici e la sua realtà produttiva.
3. **Individuazione attività specifiche e partner tematici:** in base al tema scelto per l'edizione 2025 verranno individuate le attività che maggiormente lo rispecchiano e verranno di conseguenza calendarizzate con riferimento ai due momenti del Bacchanale, l'anteprima del mese di maggio e la tradizionale edizione autunnale. Il programma delle attività e i partner tematici saranno definiti in base a questa calendarizzazione. Come di prassi questa attività svolta direttamente e coordinata da servizi comunali tiene conto della qualità delle proposte, della rappresentatività del territorio e dell'attinenza al tema.
4. **Realizzazione attività di comunicazione e promozione:** programmate in modo da seguire le fasi di lavorazione del programma degli eventi. Dalla scelta del tema (e sua diffusione) alla stesura del programma fino alla sua presentazione ufficiale. L'idea è di anticipare il più possibile il momento della conferenza stampa per poter beneficiare di una promozione più lunga e maggiormente incentrata sui singoli eventi in modo da facilitarne la diffusione. Grande impulso sarà dato alla comunicazione digitale.
5. **Realizzazione di attività di promozione dei prodotti enogastronomici del territorio e percorsi di visita:** individuazione dei luoghi di interesse che possono essere protagonisti di visite guidate, organizzazione degli eventi con percorsi di visita tematici realizzati ad hoc e un piano di comunicazione specifico

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO

Il territorio di riferimento della manifestazione non è soltanto la Città di Imola, ma tutto il territorio del Nuovo Circondario Imolese. I Comuni del Circondario partecipano al Bacchanale con eventi culturali ed enogastronomici a tema, sia nei rispettivi territori sia partecipando attivamente agli eventi proposti dal Comune di Imola. Ciò avviene grazie alla presenza di rappresentanti dei suddetti territori ad iniziative che mettono in valore il settore agroalimentare, le produzioni tipiche specifiche di ogni zona del Circondario, allo scopo di promuovere e mettere in valore le specificità di ogni realtà.

PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE

Il periodo di svolgimento del Bacchanale 2025 è previsto tra le fine di ottobre e la metà di novembre, con i tradizionali 23 giorni complessivi che comprendono quattro fine settimana. Come accaduto nel 2023 e 2024 sarà organizzata nel mese di maggio 2025 un'anteprima della manifestazione che occuperà un intero fine settimana.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

- 1) Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti:**

Il programma di iniziative proposte, in media 100/120 considerando sia l'anteprima primaverile che l'edizione autunnale, tra le quali mostre a tema, incontri, laboratori, showcooking e degustazioni, presentazione di prodotti tipici e piatti della tradizione oltre ai menu a tema nei ristoranti, possono attrarre in città, nelle settimane del Bacchanale, residenti di città vicine per permanenze giornaliere e anche turisti che si trattengono per qualche giorno.

- 2) Coerenza con gli obiettivi delle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027 e con il quadro di riferimento di cui alle premesse dell'Avviso PTPL 2025:**

Con riferimento alle Linee guida triennali, il Bacchanale 2025 intende collocarsi nella linea di prodotto "Food&Wine" ad evidenziare l'importanza strategica per il territorio di Imola e del Circondario delle eccellenze enogastronomiche ai fini della promozione turistica. Tale linea di prodotto verrà concretizzata, come detto, attraverso l'organizzazione di attività pratiche che possano valorizzare i prodotti del territorio e le realtà produttive. Laboratori pratici, showcooking, scuole di cucina (organizzate anche dai ristoratori del territorio aderenti alla rassegna), visite guidate e esperienze immersive. Tali esperienze verranno declinate, di volta in volta, secondo modalità differenti a seconda del pubblico interessato; particolare attenzione verrà posta nei confronti di quella fascia di popolazione che tradizionalmente non partecipa alla rassegna, in particolare i giovani. Per fare questo, oltre all'organizzazione di attività specifiche si potranno coinvolgere ospiti più vicini per modalità comunicative a questo tipo di pubblico, abituato ad un'interazione più diretta grazie all'utilizzo di social media e piattaforme digitali: foodblogger, yotuber, travel blogger.

- 3) Coerenza interna fra gli obiettivi, i mercati, le azioni e i costi:**

Il progetto si propone di sviluppare a partire dal tema prevalente della manifestazione, percorsi dedicati nell'ambito della linea di prodotto "Food & Wine", offrendo uno spaccato di attività ed esperienze che possono di volta in volta indirizzarsi verso la promozione turistica del territorio e/o verso la promozione dei prodotti enogastronomici dello stesso ambito locale. Le azioni messe in campo saranno da un lato rivolte all'organizzazione di attività originali e rivolte al pubblico generalista di tutte le fasce d'età con ospiti e testimonianze dirette di esperti, chef, produttori e addetti ai lavori, dall'altro saranno rivolte alla creazione di un piano di comunicazione e promozione della manifestazione, che diventa contestualmente un racconto del territorio, finalizzato a far conoscere questo territorio e favorire i flussi turistici, soprattutto di prossimità.

Il budget della manifestazione sarà impiegato per queste due tipologie di azioni, con l'obiettivo di offrire prevalentemente eventi ad accesso libero e gratuito.

4) Riduzione dell'impatto ambientale con indicazione delle relative misure previste

Per l'edizione 2025 del Bacchanale si proseguirà il trend, inaugurato negli anni scorsi, che prevede la riduzione della produzione di materiali cartacei e l'implementazione della comunicazione digitale attraverso vari strumenti: l'utilizzo rinforzato del sito della rassegna, il ricorso sempre più importante ai social, l'utilizzo di cartellonistica digitale (es. pannelli luminosi in città) da prediligere alle affissioni tradizionali, la diffusione su emittenti radiofoniche di spot promozionali. L'obiettivo è quello di incrementare la comunicazione e la diffusione delle informazioni relative alla rassegna al di fuori del territorio circondariale e regionale.

5) Azioni di promozione del turismo accessibile, in particolare in riferimento all'accessibilità a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive:

La maggior parte delle attività del Bacchanale si svolgono all'aperto o in luoghi facilmente accessibili privi di barriere architettoniche. Le attività possono essere adattate alle esigenze di un pubblico specifico (es. attività laboratoriali per persone con mobilità ridotta).

6) Previsione di vendita di biglietti a carico dell'utente finale per poter usufruire dei servizi promossi:

NO

7) Elementi di innovazione progettuale nell'ambito di iniziative consolidate del territorio, ovvero progetti inediti:

Il Bacchanale è una manifestazione che possiede un legame profondo con la Città e con il territorio proprio per la sua lunga storia. Elemento fondamentale della manifestazione è il costante rinnovamento della stessa che, se da un lato ripropone di anno in anno alcuni momenti "forti" che ne hanno sempre determinato il successo (mostre in centro, incontri di divulgazione, conferenze) dall'altro cerca sempre nuove linee di intervento per poter innovare la manifestazione. In questo senso per il 2025 si darà ulteriore impulso alla promozione della rassegna sui canali digitali e social con l'obiettivo di raggiungere un pubblico nuovo e che è maggiormente legato ai nuovi media comunicativi. Dall'altro verranno inserite nuove attività, come anticipato sopra, che permetteranno di sperimentare il Bacchanale in una nuova veste.

8) Promozione e messa a disposizione del Territorio Turistico di materiale foto e video, anche realizzato con drone:

- **foto/video** l'intera manifestazione sarà documentata per tutto il periodo con foto e video realizzati da operatori del settore specialmente incaricati
- **drone** potrà essere utilizzato per valorizzare specifiche iniziative

Eventuale integrazione con progetti di promozione turistica promossi da altri enti sovraordinati, come ad esempio Apt Servizi, Regione Emilia-Romagna o Territorio Turistico Bologna-Modena:

La durata del Bacchanale e l'ampia gamma di eventi e opportunità di visita della città si prestano all'organizzazione di press tour e soggiorni di addetti ai lavori interessati alla manifestazione. Come negli anni 2022 e 2023 si potrà mantenere la proficua collaborazione avvenuta in tal senso con Bologna Welcome e IF Imola Faenza. Anteprema Bacchanale, già nel 2024, era stata inserita all'interno del cartellone di iniziative "Bologna Estate" cui si è appoggiato per la promozione in particolare sui canali digitali. Si intende proseguire tale collaborazione anche per il 2025.

Breve report dell'edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità:

Per il 2024 il Bacchanale, a tema “Un filo d’olio”, ha saputo riconfermarsi come manifestazione di grande successo e particolarmente apprezzata da cittadini e visitatori che hanno partecipato con grande entusiasmo agli oltre cento eventi in programma. Novità del 2024, la possibilità di usufruire di una grande tensostruttura allestita nel cuore della Città di Imola, in piazza Matteotti. Una vera e propria “piazza coperta”, attrezzata di quanto necessario per garantire lo svolgimento al suo interno di tante attività diverse: laboratori didattici per le scuole, esibizioni musicali, showcooking con grandi nomi della cucina italiana (Cristiano Tomei, Victoire Gouloubi), ma anche laboratori di pasta fresca, convegni e incontri di approfondimento del tema. Un’occasione per portare in piazza, in una stagione in cui generalmente si tende a rifugiarsi al chiuso, la manifestazione con l’obiettivo di coinvolgere sempre più persone e di mostrare anche, in un contesto inusuale, il Bacchanale. Hanno arricchito il ricco programma di eventi, l’ormai tradizionale appuntamento con il “Banco d’assaggio dei vini e dei prodotti agroalimentari dell’imolese” e la XIV edizione di “Olimola”, ospitati presso l’Autodromo Enzo e Dino Ferrari, a sottolineare l’importanza strategica dell’asse centro storico-Autodromo che rappresentano i due poli di attrazione principali della Città. Un programma culturale ricco di eventi di approfondimento del tema che ha visto la partecipazione di grandi nomi della cultura italiana: dal Professor Massimo Montanari in dialogo con il Professor Alessandro Barbero, la giornalista Eleonora Cozzella, la foodblogger Chiara Maci, solo per citarne alcuni. La rassegna ha visto, come da tradizione, le proposte gastronomiche dei ristoranti di Imola e del Circondario che hanno saputo creare menu originali e innovativi sfruttando le possibilità offerta dal tema.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

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

TOTALE SPESE PREVISTE: € 40.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 40.000,00

PUNTEGGIO: 66

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

COMUNE DI IMOLA SPESA AMMESSA	Spese di preventivo IVA esclusa	Spese di preventivo IVA inclusa	Note
1. Promozione e comunicazione on line e off line			
Media e social media marketing	€ 8.032,79	€ 9.800,00	

Web content (redazione e ottimizzazione contenuti, e-news...)	€	€	
Stampa di materiale informativo (Specificare in note tipologia, quantitativi, lingua)	€ 1.475,41	€ 1.800,00	
<i>Affissioni pubbliche in Emilia-Romagna e regioni confinanti</i>	€ 901,64	€ 1.100,00	
<i>Ufficio stampa</i>	€ 16.393,44	€ 20.000,00	
Totale spese per azioni di promozione	€ 26.803,28	€ 32.700,00	
2. Promozione istituzionale			
Fiere *	€	€	
Press tour ed educational tour *	€	€	
Serate promozionali e workshop *	€	€	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni similari</i>	€	€	
*Le Azioni rientrano nel PPCT e/o nel Piano di APT servizi? <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO Se NO specificare motivazioni.....			
Totale spese per fiere e altri eventi promozionali	€	€	
3. Applicazioni per dispositivi mobili			
Realizzazioni e integrazioni di applicazioni per dispositivi mobili	€	€	
Ottimizzazione dei siti per fruizione da mobile	€	€	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni similari</i>	€	€	
Totale spese per applicazioni per dispositivi mobili	€	€	
4. Iniziative complementari all'offerta turistica del TT Bo-Mo			
Ideazione, realizzazione e promozione di itinerari tematici e esperienze	€ 5.983,61	€ 7.300,00	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni complementari all'offerta del TT</i>	€	€	
Totale spese per itinerari turistici ed esperienze	€ 5.983,61	€ 7.300,00	
5. Altre spese	€	€	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni</i>	€	€	
Totale altre spese	€	€	
IMPORTO TOTALE DEL PROGETTO	€ 40.000,00 (iva inclusa)		

4) ASSOCIAZIONE VITRUVIO A.S.D. - DALLA E MARCONI, AMBASCIATORI DI BOLOGNA SULLA CRESTA DELL'ONDA

P.G. n. 74901 del 18/11/2024
Integrazione P.G. n. 77659 del 27/11/2024
Integrazione P.G. n. 78545 del 02/12/2024

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. Comune di Sasso Marconi
2. Museo Pelagalli Mille voci... mille suoni (patrimonio Unescoc,
3. Museo Marconi Villa Grifone,
4. Associazione C'À Bura Aps,
5. Cooperativa sociale Anima,
6. Comitato Salviamo il Canale Navile,
7. Rete televisiva 7Gold,
8. Francesco Nigro, Guida ambientale patentata e scrittore,
9. Lucio Mazzi, scrittore, giornalista e docente di storia della musica.

DESCRIZIONE SINTETICA

- 1) Il 2025 e il secondo anno del triennio di celebrazioni per i 100 anni della radio, i 70 anni della televisione e i 150 anni dalla nascita di un genio: Guglielmo Marconi nato nel cuore di Bologna il 25/04/1874.
- 2) Obiettivo del presente progetto anche l'internazionalizzazione, realizzando visite guidate e iniziative in lingua inglese e spagnola, per mettere a frutto il lavoro fatto negli ultimi anni a Barcellona dalle associazioni Vitruvio Bologna e Vitruvio Barcelona, associazione gemella fondata nel 2015, in occasione della 37a edizione dell'America's Cup di vela. Vedi Servizio TG7News America's Cup Trailer documentario Edificio Telegrafia Marconi all'aeroporto di Barcellona.
- 3) **Il 2025 e il primo anno del triennio 2025-2027** analizzato dai due documenti ispiratori del bando PTPL 2025, "*Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027*" e "*Programma di Promo-Commercializzazione Turistica (PPCT)*" dove vengono indicate le seguenti priorità di azione:
 - **City Break**
Promozione turistica dell'offerta museale integrata con siti storici;
Palazzi e siti storici pubblici e privati.
 - **Cultura;**
Itinerari culturali sovra-territoriali che tengano conto dei personaggi che, nati e/o vissuti nel territorio, si sono distinti nel panorama musicale (**Lucio Dalla**) e scientifico (**Guglielmo Marconi**) internazionale; **<<ambasciatori>>** che rappresentano un'opportunità strategica di crescita della notorietà della destinazione.
Borghi del Territorio Turistico Bologna-Modena con le proprie ville.
 - **Outdoor Active&Slow**
- *Cicloturismo nei sub-ambiti metropolitani*
Appennino: Bike experience;
Natura e benessere
Messa a sistema e promozione delle risorse e dei servizi per la fruizione naturalistica con riferimento ai parchi, riserve, oasi.

DALLA e MARCONI, AMBASCIATORI DI BOLOGNA SULLA CRESTA DELL'ONDA un articolato insieme di sei iniziative (bike, trekking, visite guidate che rientra perfettamente nell'ambito delle linee di prodotto di cui sopra e che verranno proposte tutto l'anno:

Outdoor Active&Slow

- *Cicloturismo e trekking nei sub-ambiti metropolitan*

- 1) **I RAGGI DI MARCONI** - Bike experience e visite guidate da ExtraBo alla casa natale di Marconi, al Parco Talon, alla Chiesa di Casalecchio, a Villa Grifone lungo il corso del Reno, per rientrare attraversando i parchi bolognesi fino alla collezione Pelagalli "Mille voci... mille suoni").
- 2) **ONDE RIBELLI** – Bike experience e visita guidata dal Giardino Marinai d'Italia, alle ex aree FFSS, ai Prati di Caprara, fino al Museo Pelagalli "Mille voci... mille suoni").
- 3) **ELETTRA: PASSI SULLE ONDE DI MARCONI** – Trekking e visita guidata da Colle ameno alla Collina dei Celestini al Museo Marconi di Villa Grifone.
- 4) **LA RADIO PER LA MUSICA, LA MUSICA PER LA RADIO** – Visita guidata e talk show al Museo Pelagalli "Mille voci... mille suoni").
- 5) **LUCIO E OMBRE. DALLA MUSICA ALLA CITTA'** - Visita guidata alla Casa Museo Lucio Dalla e successivo trekking urbano – concerto itinerante ad anello, toccando i luoghi più significativi del centro storico legati alla vita dell'artista.
- 6) **COM'E' PROFONDO IL... NAVILE: IL CANALE D'ACQUA CHE TRASMETTE DALLA-** Trekking urbano – concerto itinerante dal Sostegno del Battiferro lungo la ciclopedonale del Navile, passando dalla panchina di Lucio Dalla presso la sede di 7Gold e cenando al Parco dei Giardini alla Ca' Bura.

AZIONI

1) Sopralluoghi esecutivi

Per la compilazione di questo progetto abbiamo già effettuato i sopralluoghi necessari per essere certi che quanto proposto sia 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 contrattempi che potrebbero capitare.

3) Scrittura test e mappatura.

Solo dopo questo ulteriore importante lavoro si potranno licenziare i testi definitivi che verranno mappati sia in formato elettronico che in cartaceo per il solo uso interno, di supporto alle ns. guide, attrice, musicisti, relatori.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO

Comuni di Bologna, Casalecchio, Sasso Marconi, lungo l'asta del Fiume Reno, del Canale Navile e la prima collina bolognese.

PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE

Tutto l'anno.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

- 1) **Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti:**

Per quanto già esposto, la valenza turistica certa, grazie alla fama dei due ambasciatori bolognesi. Questo progetto apre ulteriori stimolanti alternative a mercati già attivi nel territorio metropolitano, considerando che le proposte di Vitruvio vengono realizzate con continuità e certezza di calendario da molti anni e sono rivolte con successo a mercati locali, nazionali e internazionali. Le sei attività verranno realizzate in italiano in inglese e in spagnolo, anche per attrarre il pubblico frutto delle attività di Vitruvio Barcelona realizzate in occasione dell'America's Cup di vela. Vedi Servizio TG7News America's Cup Trailer documentario Edificio Telegrafia Marconi all'aeroporto di Barcellona.

2) Coerenza con gli obiettivi delle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027 e con il quadro di riferimento di cui alle premesse dell'Avviso PTPL 2025:

Il curriculum e la storia ventennale dell'Associazione Vitruvio garantiscono la certezza di un risultato conforme alle linee guida, anche grazie alle competenze del Dot. Francesco Nigro, dello scrittore e giornalista Lucio Mazzi, evidenziate nei curriculum, dell'attrice Elisa Pizzolo e degli attori - musicisti Gabriele Baldoni e Umberto Cavalli.

L'invio settimanale della newsletter di Vitruvio agli oltre 30.000 iscritti in mailing list consentirà di raggiungere mediamente c.a 70.000 persone (considerando che ad un indirizzo può corrispondere una coppia o una famiglia).

Le ricadute per alloggio e cibo saranno importanti, poiché le iniziative verranno proposte tutto l'anno. Il sostegno economico richiesto a Città metropolitana avrebbe totale garanzia di risultato, perché Vitruvio una realtà strutturata con esperienza pluridecennale sul territorio e decennale con Città Metropolitana. Un affiancamento economico ci consentirebbe di produrre un numero più elevato di date.

3) Coerenza interna fra gli obiettivi, i mercati, le azioni e i costi:

Solo due iniziative su sei sono inedite, le altre quattro sono già consolidate e sono state perfezionate ed adeguate nel tempo agli obiettivi, i mercati, le azioni e di costi che ogni anno vengono indicati nel PTPL di Città Metropolitana. Le due iniziative inedite sono state progettate facendo tesoro delle esperienze precedenti assimilabili a quanto ideato ora. Coerenza interna assicurata e verificata.

4) Riduzione dell'impatto ambientale con indicazione delle relative misure previste

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

5) Azioni di promozione del turismo accessibile, in particolare in riferimento all'accessibilità a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive:

Abbiamo già esperienza pluriennale con l'associazione ENS (Ente Nazionale Sordi) e intendiamo organizzare iniziative dedicate a loro, con traduttrice nel linguaggio dei segni. In merito all'accessibilità fisica tutti i percorsi, trekking o bike tour, come anche per il Museo Pelagalli, sono stati progettati per consentirne la totale fruizione. Purtroppo invece per le disabilità motorie gravi non sarà possibile visitare il Museo Marconi di Villa Grifone.

6) Previsione di vendita di biglietti a carico dell'utente finale per poter usufruire dei servizi promossi:

SÌ

L'importo da richiedere per le sei diverse iniziative potrà variare in funzione di quale sarà la cifra messa a disposizione da Città metropolitana. Come ordine di grandezza possiamo considerare che auspicabile vengano almeno coperti i costi vivi di produzione e dei biglietti d'ingresso a Villa Grifone al Museo Pelagalli e alla

Casa Museo Lucio Dalla. In questo caso l'importo a carico degli adulti potrebbe essere di € 20 per il bike tour di un giorno, € 15 per il bike tour di mezza giornata, € 15 per gli spettacoli itineranti e € 12 per il trekking ed il talk show.

7) Elementi di innovazione progettuale nell'ambito di iniziative consolidate del territorio, ovvero progetti inediti:

1. **I RAGGI DI MARCONI** - *Bike experience e visite guidate da ExtraBo alla casa natale di Marconi, al Parco Talon, alla Chiesa di Casalecchio, a Villa Grifone lungo il corso del Reno, per rientrare attraversando i parchi bolognesi ino alla collezione Pelagalli "Mille voci... mille suoni"*

Iniziativa già consolidata.

Innovazioni: Accordo commerciale per il pranzo con il chiosco del Lido di Casalecchio, che garantisce una proposta articolata e logisticamente nella posizione migliore per concludere le iniziative del mattino e proseguire con quelle pomeridiane. Accordo con Associazioni che si occupano esclusivamente di cicloturismo affinché inseriscano l'iniziativa nel loro calendario annuale.

2. **ONDE RIBELLI** – *Bike experience e visita guidata dal Giardino Marinai d'Italia alle ex aree FFSS, ai Prati di Caprara, ino alla collezione Pelagalli "Mille voci... mille suoni"*.

Progetto inedito.

3. **ELETTRA: PASSI SULLE ONDE DI MARCONI** – *Trekking e visita guidata da Colle ameno alla Collina dei Celestini a Villa Grifone.*

Iniziativa già consolidata.

4. **LA RADIO PER LA MUSICA, LA MUSICA PER LA RADIO** – *Visita guidata e talk show alla collezione Pelagalli "Mille voci... mille suoni")*.

Progetto inedito.

5. **LUCIO E OMBRE. DALLA MUSICA ALLA CITTA'** - *Visita guidata alla Casa Museo Lucio Dalla e, a seguire, trekking urbano – concerto itinerante ad anello, toccando i luoghi più significativi del centro storico legati alla vita dell'artista.*

Iniziativa già consolidata.

Innovazioni: Accordo commerciale con Bologna Welcome per vendita del pacchetto Lucio Dalla visita alla Casa Museo + Trekking - spettacolo itinerante.

6. **COM'E' PROFONDO IL... NAVILE: IL CANALE D'ACQUA CHE TRASMETTE DALLA** - *Trekking urbano – concerto itinerante dal Sostegno del Battiferro lungo la ciclopedonale del Navile, passando dalla panchina di Lucio Dalla presso 7Gold e dal Parco dei Giardini alla Ca' Bura.*

Iniziativa già consolidata.

Innovazioni: Accordo commerciale con Bologna Welcome per vendita del pacchetto Lucio Dalla Trekking - spettacolo itinerante + cena al Parco dei Giardini

8) Promozione e messa a disposizione del Territorio Turistico di materiale foto e video, anche realizzato con drone:

È già consuetudine di Vitruvio condividere le immagini riprese durante le iniziative sia da parte delle guide che da parte del pubblico, che contribuendo così ad alimentare attivamente un interessante ed utilissimo reportage fotografico soggetto dei luoghi oggetto di promozione e di visita. Anche le riprese con drone che intendiamo produrre potranno essere molto suggestive per documentare sia i trekking e i bike tour.

Eventuale integrazione con progetti di promozione turistica promossi da altri enti sovraordinati, come ad esempio Apt Servizi, Regione Emilia-Romagna o Territorio Turistico Bologna-Modena:

Insieme all'associazione gemella Vitruvio Barcelona abbiamo ultimato con grande successo la prima fase di un progetto triennale di rilevanza internazionale realizzato a Barcellona per celebrare i 150 anni dalla nascita di Guglielmo Marconi. La seconda fase inizierà a gennaio 2025 grazie ad accordi già intercorsi con l'Assemblea legislativa della Regione Emilia-Romagna, e a ciò che verrà concordato con APT Servizi.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Pubblicazione nel calendario 2025 delle singole iniziative sul sito di Vitruvio e sui siti di promozione del territorio attivati dalla Città Metropolitana	Verifica periodica dei numeri relativi all'apertura delle pagine dedicate alle iniziative di Vitruvio, rapportati al numero di prenotazioni ricevute.
Comunicati ai media nazionali	Verifica dell'incremento di prenotazioni ricevute a seguito della pubblicazione di articoli o trasmissione di servizi sui media
Comunicati stampa per ogni singola data delle iniziative inviati da Vitruvio ai media regionali	Verifica dell'incremento di prenotazioni ricevute a seguito della pubblicazione di articoli o trasmissione di servizi sui media
Trasmissione delle proposte ai tanti Tour operator che già collaborano con Vitruvio	Verifica quantità di gruppi prenotati con relativa provenienza
Trasmissione delle proposte alle tante scuole che già collaborano con Vitruvio	Verifica quantità di gruppi prenotati con relativa provenienza
Invio delle proposte con 52 newsletter settimanali a oltre 30.000 indirizzi in mailing-list	Verifica percentuali di lettura e di prenotazione online delle schede in oggetto
Pubblicazione di eventi sui social	Verifica del gradimento e della reale partecipazione alle singole iniziative
Pubblicazione reiterata dei video promozionali	Verifica del numero di aperture dei file video
Analisi della reputazione 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 vacanza	In fase di prenotazione (obbligatoria) verranno richiesti e registrati i dati per ogni singola iniziativa

TOTALE SPESE PREVISTE: € 39.000,00 (iva esente)

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 39.000,00 (iva esente)

PUNTEGGIO: 51

FASCIA DI VALUTAZIONE: BASSA

VITRUVIO SPESA RIMODULATA AMMESSA	Spese di preventivo IVA esclusa	Spese di preventivo IVA inclusa	Note
1. Promozione e comunicazione on line e off line			
Media e social media marketing	€ 12.000,00 € 3.692,31	€	
Web content (redazione e ottimizzazione contenuti, e-news...)	€ 10.000,00 € 3.076,92	€	
Stampa di materiale informativo (Specificare in note tipologia, quantitativi, lingua)	€	€	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni di promozione e comunicazione</i>	€	€	
Totale spese per azioni di promozione	€ 22.000,00 € 6.769,23	€	
2. Promozione istituzionale			
Fiere *	€	€	
Press tour ed educational tour *	€	€	
Serate promozionali e workshop *	€	€	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni similari</i>	€	€	
*Le Azioni rientrano nel PPCT e/o nel Piano di APT servizi? <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO Se NO specificare motivazioni.....			
Totale spese per fiere e altri eventi promozionali	€	€	
3. Applicazioni per dispositivi mobili			
Realizzazioni e integrazioni di applicazioni per dispositivi mobili	€ 2.500,00 € 769,23	€	
Ottimizzazione dei siti per fruizione da mobile	€ 2.500,00 € 769,23	€	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni similari</i>	€	€	
Totale spese per applicazioni per dispositivi mobili	€ 5.000,00 € 1.538,46	€	
4. Iniziative complementari all'offerta turistica del TT Bo-Mo			
Ideazione, realizzazione e promozione di itinerari tematici e esperienze	€ 12.000,00 € 3.692,31	€	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni complementari all'offerta del TT</i>	€	€	
Totale spese per itinerari turistici ed esperienze	€ 12.000,00 € 3.692,31	€	

5. Altre spese	€	€	
<i>Specificare eventuali altre spese</i>	€	€	
Totale altre spese	€	€	
IMPORTO TOTALE DEL PROGETTO	€ 39.000,00 IVA esente € 12.000,00 IVA esente		

Vitruvio: non ammesse spese per € 27.000,00 poiché coperte da entrate non ammissibili a contributo.

5) COMUNE DI SAN LAZZARO DI SAVENA - I GESSI RACCONTANO

P.G. n. 74930 del 18/11/2024

Integrazione P.G. n. 77043 del 25/11/2024

Integrazione P.G. n. 77409 del 26/11/2024

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. Ente di gestione per i Parchi e la Biodiversità – Emilia Orientale;
2. Comune di Monghidoro;
3. Comune di Monterenzio
4. Comune di Ozzano dell'Emilia.

DESCRIZIONE SINTETICA

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

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

In questa zona, caratterizzata dall'affioramento dei gessi, troviamo altre eccellenze create e stratificate nel tempo dall'azione antropica: la trasformazione del territorio da parte dell'uomo (il cosiddetto "paesaggio antropico") in grado di produrre sistemi di produzioni arboree e agroalimentari strettamente connesse alle realtà geofisica dei luoghi. Da questo ricco tessuto scaturiscono produzioni alimentari peculiari (ancor oggi manifeste in prodotti che costituiscono eccellenze locali come l'olio d'oliva, le produzioni vitivinicole ed alimentari), una rete di musei (Museo della preistoria L. Donini di S. Lazzaro di Savena, Museo della città romana di

Claterna di Ozzano dell'Emilia, Museo civico archeologico Luigi Fantini MAM e Area archeologico naturalistica di Monte Bibeale di Monterenzio, Museo della Civiltà contadina di Monghidoro), una rete di percorsi sentieristici tematici ed appuntamenti stagionali (sagre, concerti ed esperienze musicali, visite guidate, ecc.).

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

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

AZIONI

1. **Individuazioni dei luoghi che più si prestano al racconto dei Gessi Bolognesi.** Verranno effettuati attenti sopralluoghi per la scelta dei siti che più si prestano a rappresentare i Gessi Bolognesi, con riguardo anche all'accessibilità dei luoghi. In particolare, verranno individuati i siti di maggiore interesse, i percorsi e i cammini che ad essi conducono con l'obiettivo di far conoscere e valorizzare le peculiarità del territorio e del paesaggio nonché le aziende ricettive e quelle che producono eccellenze enogastronomiche.
2. **Selezione dei soggetti collaboratori.** Sulla base dei luoghi scelti, verranno individuati i soggetti che meglio si prestano alla narrazione del territorio. Si individueranno, quindi, gli artisti, le guide e le aziende enogastronomiche e ricettive con cui collaborare per l'attuazione del progetto. Tutti gli accompagnamenti e le visite guidate del progetto saranno realizzate da guide professionali ed esperti del territorio.
3. **Individuazione e costruzione degli eventi e delle esperienze.** Una volta scelti i luoghi ed i possibili collaboratori, si passerà a sviluppare la creazione della programmazione, che riguarderà non solo eventi (intesi come spettacoli), ma anche esperienze in cui ri-avvicinare i partecipanti al territorio circostante e a ri-allacciare il rapporto intimo coi luoghi. Tra queste vi saranno camminate con guide ambientali turistiche professioniste, visite alle emergenze naturalistiche e storico-culturali lungo il percorso prescelto, partecipazioni ad esperienze organizzate, visite alle aziende agricole sul percorso con possibilità di degustazioni e acquisto. Alcune proposte saranno mirate al target delle famiglie con bambini.
4. **Focus sui prodotti che hanno ottenuto il riconoscimento della De.Co. Bologna.** Alcuni dei servizi proposti nell'offerta avranno come obiettivo anche la promozione dei prodotti che sul territorio hanno

ottenuto la De.Co. Bologna (Olio extravergine d'oliva Colli di Bologna, Carciofo Violetto di San Luca e gli Imbutini di Ozzano).

5. **Predisposizione di un sistema di prenotazione per partecipare agli eventi ed esperienze proposte.** Sarà realizzato un sistema di prenotazione agli eventi e alle esperienze realizzate nell'ambito del progetto *I Gessi raccontano*.
6. **Predisposizione di pacchetti turistici.** Verranno costruiti pacchetti turistici brevi (giornalieri o short-break con almeno un pernottamento sul territorio) per il turista di prossimità e/o per il turista, anche straniero, di passaggio dalla città differenziati per livello di difficoltà/accessibilità. Tali pacchetti potranno essere sia "all inclusive", ovvero comprensivi di tutti i servizi (come ad esempio: spese di trasporto pubblico per raggiungere i punti di partenza verso le escursioni/eventi/esperienze, eventuale disponibilità zona sosta camper, accompagnamento con guida ambientale turistica professionista, visita alle emergenze naturalistiche e storico culturali sul percorso prescelto, partecipazione all'esperienza organizzata, visita alle aziende agricole sul percorso con possibilità di degustazioni e acquisto, possibilità di soggiorno presso strutture ricettive del territorio, proposte di ristorazione, con particolare riguardo alle eccellenze enogastronomiche del territorio, ecc.) che si articolano nell'arco di una o più giornate, sia essere specifici solo per alcune delle attività proposte.
7. **Realizzazione di attività e materiale di comunicazione e promozione.** Si avrà cura di ricercare i canali che più si prestano a fungere da veicolo di comunicazione e a rendere più incisiva la comunicazione della programmazione, con particolare attenzione alla comunicazione digitale e ai canali social. Verrà, inoltre, realizzato del materiale di promozione su supporto cartaceo.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO

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

PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE

Le iniziative avranno luogo principalmente nel corso dell'autunno 2025, con una visione di ampio respiro che andrà a inserirsi nel corso di una progettazione annuale.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

- 1) **Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti:**

Il progetto intende valorizzare i territori già ricchi di cultura e storia, diffondendo la conoscenza degli stessi anche ad un pubblico di turisti, ampliando l'attrattività del territorio grazie alla combinazione tra la musica, la valorizzazione del patrimonio naturalistico e la conoscenza di luoghi differenti, non standardizzati.

- 2) **Coerenza con gli obiettivi delle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027 e con il quadro di riferimento di cui alle premesse dell'Avviso PTPL 2025:**

Il progetto che si intende presentare è elaborato in coerenza con gli obiettivi in materia di prodotti e mercati fissati dalle "Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027" e con il quadro di riferimento di cui alle premesse dell'Avviso PTPL 2025.

In particolare, le azioni riguarderanno le seguenti linee di prodotto:

- **City Break:** In particolare, Promozione turistica dell'offerta museale integrata con siti storici e Palazzi e siti storici pubblici e privati: Abbazia di Santa Cecilia della Croara (riconosciuta Monumento messaggero di una cultura di pace dall'UNESCO), Chiesa di Monte Calvo e Museo della preistoria L. Donini di S. Lazzaro di Savena, Museo della città romana di Claterna di Ozzano dell'Emilia, Museo della città romana di Claterna di Ozzano dell'Emilia, Museo civico archeologico Luigi Fantini MAM e Area archeologico naturalistica di Monte Bibele di Monterenzio, Museo della Civiltà contadina di Monghidoro
- **Cultura:** Patrimonio UNESCO: gli eventi e gli itinerari proposti dal progetto avranno luogo nei siti dei Gessi Bolognesi che hanno ottenuto il riconoscimento UNESCO nell'ottobre 2023;
- **Outdoor Active&Slow:** Cammini da consolidare
- **Natura e benessere:** il progetto si pone, infatti, l'obiettivo di promuovere la fruizione naturalistica dei Gessi Bolognesi all'interno del Parco Regionale dei Gessi Bolognesi e Calanchi dell'Abbadessa
- **Food&Wine:** il progetto farà conoscere ai partecipanti alle iniziative le eccellenze enogastronomiche del territorio su cui insiste nonché, tra questi, prodotti che hanno ottenuto l'importante riconoscimento del marchio De.Co. Bologna (in particolare l'Olio extravergine d'oliva Colli di Bologna, il Carciofo Violetto di San Luca e gli Imbutini di Ozzano). Il progetto guarderà anche all'enoturismo.
- **Special interest - Musica:** laddove possibile, le esperienze musicali che confluiranno all'interno del progetto saranno caratterizzate dalla presenza di artisti locali.

3) Coerenza interna fra gli obiettivi, i mercati, le azioni e i costi:

Gli obiettivi, i mercati, le azioni e i costi del Progetto sono in sinergia tra loro in modo da renderlo dotato di una sua struttura peculiare tale da renderlo attrattivo per il turista, anche sulla scorta dell'esperienza maturata nel corso dell'anno 2024.

4) Riduzione dell'impatto ambientale con indicazione delle relative misure previste

Tutte le esperienze del progetto saranno caratterizzate da un consumo energetico minimo in modo da avere il minor impatto ambientale possibile, a tal fine gli spettacoli che andranno in scena saranno principalmente in acustico con impatto ambientale molto ridotto. Per quanto riguarda le esperienze che prevedono camminate e percorsi a tema, questi avranno un impatto ambientale pari a zero.

5) Azioni di promozione del turismo accessibile, in particolare in riferimento all'accessibilità a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive:

Alcune delle esperienze presenti nella programmazione saranno fruibili anche dal punto di vista di un turismo accessibile e destinati anche a persone con disabilità motorie, sensoriali e cognitive.

6) Previsione di vendita di biglietti a carico dell'utente finale per poter usufruire dei servizi promossi:

Alcuni dei servizi promossi con l'iniziativa (come ad esempio gli eventi musicali e le visite e cammini guidati) non avranno alcun costo a carico dell'utente finale, che potrà, quindi, prenotarsi gratuitamente a tali esperienze e fruire gratuitamente dei servizi promossi. Per quanto riguarda, invece, l'acquisto di pacchetti turistici che comprendono servizi (come, ad esempio, i pernottamenti e i pasti), questi avranno un costo pari a quello del servizio acquistato, senza ulteriori oneri per la prenotazione del servizio. Si precisa, tuttavia, che tali costi a carico del turista andranno a coprire le spese per il servizio reso da parte di strutture ricettive o attività ristorative e non a finanziare il progetto che qui si intende presentare e che sarà chiaramente precisato nella campagna di comunicazione del progetto e nel materiale di promozione che verrà realizzato quali servizi saranno gratuiti per l'utente finale.

7) Elementi di innovazione progettuale nell'ambito di iniziative consolidate del territorio, ovvero progetti inediti:

Il Progetto "I Gessi raccontano" giunge quest'anno alla sua seconda edizione con l'idea di un'apertura anche ad altri comuni che possano arricchire il progetto con un *quid pluris* in ragione delle peculiarità naturalistiche, antropologiche, culturali ed enogastronomiche dei rispettivi territori.

8) Promozione e messa a disposizione del Territorio Turistico di materiale foto e video, anche realizzato con drone:

Nell'ambito delle esperienze proposte, verranno realizzate foto e video (non mediante drone).

Eventuale integrazione con progetti di promozione turistica promossi da altri enti sovraordinati, come ad esempio Apt Servizi, Regione Emilia-Romagna o Territorio Turistico Bologna-Modena:

Non prevista

Breve report dell'edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità:

Per la parte che si è potuta realizzare ad oggi e nonostante si trattasse della prima edizione, il Progetto presentato per il 2024 non ha fatto emergere criticità se non quelle legate alle alluvioni che hanno colpito i territori dei comuni aderenti nei mesi di settembre e di ottobre. Purtroppo, i danni e le condizioni climatiche hanno determinato lo slittamento di alcuni eventi, ma questi sono stati riprogrammati ed adeguati alla diversa stagione senza criticità o problemi.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

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

TOTALE SPESE PREVISTE: € 40.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 39.000,00

PUNTEGGIO: 60

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

SAN LAZZARO DI SAVENA "I GESSI RACCONTANO" SPESA RIMODULATA AMMESSA	Spese di preventivo IVA esclusa	Spese di preventivo IVA inclusa	Note
1. Promozione e comunicazione on line e off line			
Media e social media marketing	€ 2.459,02 € 2.184,00	€ 3.000,00 € 2.800,00	
Web content (redazione e ottimizzazione contenuti, e-news...)	€	€	
Stampa di materiale informativo (Specificare in note tipologia, quantitativi, lingua)	€ 1.639,34 € 1.456,00	€ 2.000,00 € 1.866,67	Pieghevole A4 ripiegato su 2 lati, copie 5.000 in lingua italiana; roll-up
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni di promozione e comunicazione</i>	€ 8.196,72 € 7.280,00	€ 10.000,00 € 9.333,33	Spese di impaginazione del materiale informativo e spese relative al sistema di prenotazione e gestione degli eventi e di creazione di pacchetti turistici
Totale spese per azioni di promozione	€ 12.295,08 € 10.920,00	€ 15.000,00 € 14.000,00	
2. Promozione istituzionale			
Fiere *	€	€	
Press tour ed educational tour *	€	€	
Serate promozionali e workshop *	€	€	
*Le Azioni rientrano nel PPCT e/o nel Piano di APT servizi? <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO			
Totale spese per fiere e altri eventi promozionali	€	€	
3. Applicazioni per dispositivi mobili			
Realizzazioni e integrazioni di applicazioni per dispositivi mobili	€	€	
Ottimizzazione dei siti per fruizione da mobile	€	€	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni similari</i>	€	€	
Totale spese per applicazioni per dispositivi mobili	€	€	
4. Iniziative complementari all'offerta turistica del TT			
Ideazione, realizzazione e promozione di itinerari tematici e esperienze	€ 2.868,85	€ 3.500,00	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni di promozione e comunicazione</i>	€ 15.573,77	€ 19.000,00	<i>Iniziative turistiche complementari nell'ambito dei territori dei Comuni coinvolti</i>
Totale spese per itinerari turistici ed esperienze	€ 18.442,62	€ 22.500,00	

5. Altre spese	€	€	
<i>Specificare eventuali altre spese</i>	€ 2.049,18	€ 2.500,00	<i>Oneri SIAE</i>
Totale altre spese	€ 2.049,18	€ 2.500,00	
IMPORTO TOTALE DEL PROGETTO	€ 40.000,00 (iva inclusa) € 39.000,00 (iva inclusa)		

San Lazzaro: Non ammesse spese per € 1.000,00 poiché riferite a promo-commercializzazione.

6) UNIONE RENO GALLIERA - "CYCLISTS ARE WELCOME!" - LA QUALIFICAZIONE DEI SERVIZI SULLE CICLOVIE DEL RENO E DEL NAVILE

P.G. n. 75054 del 18/11/2024
Integr. P.G. n. 81035 del 09/12/2024

DESCRIZIONE SINTETICA

In continuità con le iniziative realizzate negli anni precedenti il progetto "Cyclists are welcome!" – **La qualificazione dei servizi sulle ciclovie del Reno e del Navile** si pone l'obiettivo di aggiungere un ulteriore tassello nel percorso di valorizzazione delle ciclovie del Reno e del Navile finalizzato alla costruzione di prodotti turistici nell'ambito territoriale della pianura bolognese.

L'obiettivo principale della proposta è il coinvolgimento delle attività produttive legate ai servizi cicloturistici (attività ricettive, ristorazione, manutenzione, noleggio, custodia), proponendo l'adozione di una carta dei servizi al fine di qualificare l'offerta cicloturistica.

Il progetto verrà sviluppato per step successivi, partendo dalla ricognizione di tutti i potenziali attori da coinvolgere, per poi passare alla condivisione delle caratteristiche minime dei servizi da garantire un'offerta qualificata e in linea, per quanto possibile, con il mercato nazionale e internazionale dei prodotti turistici del cicloturismo.

Si prevede la realizzazione di iniziative in favore delle attività produttive potenzialmente interessate al percorso tracciato. Per prima cosa verrà realizzato un evento per la conoscenza e l'ingaggio delle aziende presenti sulle ciclovie del Reno e del Navile; all'evento seguiranno ulteriori azioni di coinvolgimento degli operatori economici, affinché si possa costituire un elenco il più ampio possibile di aziende che aderiscono alla carta dei servizi e che potrà essere pubblicato sui portali dedicati alla promozione delle ciclovie.

Al fine di aumentare l'attrattività dell'adesione al percorso di qualificazione dell'offerta che sta alla base del progetto, verrà realizzata un'altra iniziativa che possa garantire ai partecipanti un'opportunità di formazione: l'idea è quella di proporre alcuni educational o, in alternativa, un corso base di ciclofficina (o altro workshop in grado di aumentare le competenze sul cicloturismo) per continuare a costruire quella conoscenza e consapevolezza dell'attrattività della pianura bolognese.

Il progetto, assieme alle azioni intraprese fino ad oggi, vuole porre le basi per la costruzione di un prodotto turistico che coinvolga le due ciclovie, Reno e Navile, e garantisca l'opportunità per il turista che gravita sulla città di Bologna di effettuare un percorso ad anello immerso nella natura e su un'infrastruttura in grado di garantire un servizio qualificato.

In ultimo si procederà alla ristampa delle mappe delle ciclovie del Reno e del Navile.

AZIONI

1. ricerca rete di imprese ricettive, ristorative e mondo bike sul territorio dell'Unione Reno Galliera;
2. creazione di un modulo di sottoscrizione Carta dei Servizi delle ciclovie Reno e Navile, con criteri condivisi e approvati dal lato commerciale e politico;

3. iniziativa promozionale per la conoscenza del progetto e per stimolare la creazione di database e di messa in rete delle aziende;
4. creazione di un database e promozione delle realtà aderenti sui siti dedicati alle ciclovie;
5. ideazione e conduzione di educational tour per stakeholders del territorio e/o creazione di un workshop formativo sul cicloturismo o corso base di ciclofficina;
6. ristampa aggiornamento del materiale informativo ciclovie Reno e Navile.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO

Pianura bolognese

PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE

Febbraio – dicembre 2025

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

- 1) Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti:**

Il progetto ha come scopo principale la qualificazione dell'offerta turistica, favorendo lo sviluppo e l'implementazione di standard qualitativi dei servizi in linea con le esigenze/aspettative del cicloturista.

Il miglioramento dei servizi turistici, a seguito di una maggior consapevolezza e competenza da parte degli operatori economici legati al cicloturismo, garantisce una offerta qualificata in grado di rispondere alle esigenze del mercato. Il raggiungimento di un miglioramento degli standard dei servizi, o l'implementazione di nuovi e più funzionali servizi, permette di avere a disposizione tutti gli 'ingredienti' per fare il passo successivo che consente la costruzione di prodotti turistici e la loro promo-commercializzazione nel catalogo della Destinazione Turistica.

- 2) Coerenza con gli obiettivi delle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027 e con il quadro di riferimento di cui alle premesse dell'Avviso PTPL 2025:**

Il progetto, nel rispetto delle Linee guida triennali regionali, promuove lo sviluppo di un'offerta legata al turismo sostenibile e responsabile, con un focus sul cicloturismo.

Allo stesso modo, nel rispetto del Programma di promo-commercializzazione turistica per l'anno 2025 del Territorio Turistico Bologna Modena, il progetto risponde all'esigenza di sviluppare azioni nel cluster Outdoor Active&Slow Bike experience "su tracciati percorribili in bicicletta e su infrastrutture ciclistiche che vedono un superamento dei confini amministrativi... di portata regionale (Ciclovie del Reno) Sempre nel P.P.C.T. viene sottolineata la promozione dell'attività di Cicloturismo nel sub-ambito metropolitano Pianura bolognese: Ciclovie del Navile e Ciclovie del Reno".

- 3) Coerenza interna fra gli obiettivi, i mercati, le azioni e i costi:**

Le azioni previste dal progetto risultano in piena coerenza con la strategia di qualificazione dell'offerta dei servizi turistici legati alle ciclovie del Reno e del Navile e contribuiscono al raggiungimento dell'obiettivo strategico di costruire un nuovo prodotto legato al cicloturismo nell'ambito della pianura bolognese. Dal momento che l'analisi del contesto rileva una inadeguata presenza di servizi qualificati e una debole consapevolezza delle opportunità turistiche del territorio da parte degli operatori, le azioni del progetto risultano pertinenti rispetto all'esigenza di una qualificazione dell'offerta dei servizi turistici con l'obiettivo di qualificare almeno il 20% degli operatori presenti sul territorio.

Le azioni del progetto inoltre incidono sui beneficiari in maniera duratura e innescano un sistema virtuoso che protrarrà la valenza del progetto nel tempo: l'obiettivo è quello di dare vita a un sistema di qualificazione dell'offerta turistica premiante che sarà di esempio a quegli operatori economici che in un primo tempo non

sapranno, o non saranno in grado, di adottare. Tale strategia rende la proposta progettuale sostenibile e complementare con le altre azioni intraprese dalla Destinazioni Turistica a sostegno della promocommercializzazione della pianura bolognese.

4) Riduzione dell'impatto ambientale con indicazione delle relative misure previste

L'intero progetto ruota attorno alla bicicletta e all'utilizzo di percorsi ciclabili: la mobilità sostenibile è il focus del progetto che sfrutta percorsi ciclopedonali pensati anche per la riduzione dell'impatto ambientale.

La carta dei servizi intende inoltre incentivare lo sviluppo di servizi come, a titolo di esempio, la ricarica elettrica che, oltre a garantire un servizio per il cicloturista, aumentano la consapevolezza del territorio verso l'utilizzo della bici elettrica in sostituzione dei mezzi di trasporto che sfruttano combustibili fossili.

5) Azioni di promozione del turismo accessibile, in particolare in riferimento all'accessibilità a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive:

Tra i criteri qualificanti nella carta dei servizi verrà dato rilievo alla presenza di servizi che possano garantire l'accessibilità a persone con disabilità motorie, sensoriali e cognitive.

6) Previsione di vendita di biglietti a carico dell'utente finale per poter usufruire dei servizi promossi:

NO

7) Elementi di innovazione progettuale nell'ambito di iniziative consolidate del territorio, ovvero progetti inediti:

Workshop per aumentare le competenze e la consapevolezza degli operatori economici locali.

8) Promozione e messa a disposizione del Territorio Turistico di materiale foto e video, anche realizzato con drone:

- foto/video: foto delle strutture ricettive, attività produttive legate al cicloturismo; costruzione di un archivio fotografico legato ai servizi turistici.

Eventuale integrazione con progetti di promozione turistica promossi da altri enti sovraordinati, come ad esempio Apt Servizi, Regione Emilia-Romagna o Territorio Turistico Bologna-Modena:

Il progetto vuole integrarsi con le azioni previste dal Territorio Turistico Bologna-Modena coordinate dalla DMO Bologna Welcome, nello specifico:

- pone le basi per la costruzione di un prodotto turistico legato alla bicicletta che permetta la realizzazione di un'escursione ad anello da effettuarsi in giornata con partenza/arrivo su Bologna e che sfrutti due delle principali infrastrutture cicloturistiche della pianura bolognese;
- garantisca la promozione dell'ambito pianura bolognese in occasione delle fiere nazionali e internazionali.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Carta dei Servizi delle Ciclovie Reno e Navile	Numero di attività produttive aderenti
Iniziative: evento di presentazione, educational e workshop	Numero di partecipanti

TOTALE SPESE PREVISTE: € 8.100,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 8.100,00

PUNTEGGIO: 80

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

UNIONE RENO GALLIERA SPESA AMMESSA	Spese di preventivo IVA esclusa	Spese di preventivo IVA inclusa	Note
1. Promozione e comunicazione on line e off line			
Media e social media marketing	€	€	
Web content (redazione e ottimizzazione contenuti, e-news...)	€ 1.689,34	€ 2.061,00	
Stampa di materiale informativo (Specificare in note tipologia, quantitativi, lingua)	€	€	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni di promozione e comunicazione</i>	€	€	
Totale spese per azioni di promozione	€ 1.689,34	€ 2.061,00	
2. Promozione istituzionale			
Fiere *	€	€	
Press tour ed educational tour *	€	€	
Serate promozionali e workshop *	€	€	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni similari</i>	€	€	
*Le Azioni rientrano nel PPCT e/o nel Piano di APT servizi? <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO			
Totale spese per fiere e altri eventi promozionali	€	€	
3. Applicazioni per dispositivi mobili			
Realizzazioni e integrazioni di applicazioni per dispositivi mobili	€	€	
Ottimizzazione dei siti per fruizione da mobile	€	€	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni similari</i>	€	€	
Totale spese per applicazioni per dispositivi mobili	€	€	
4. Iniziative complementari all'offerta turistica del TT Bo-Mo			
Ideazione, realizzazione e promozione di itinerari tematici e esperienze	€ 4.950,00	€ 6.039,00	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni complementari all'offerta del TT</i>	€	€	
Totale spese per itinerari turistici ed esperienze	€ 4.950,00	€ 6.039,00	
5. Altre spese	€	€	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni</i>	€	€	
Totale altre spese	€	€	
IMPORTO TOTALE DEL PROGETTO	€ 8.100,00 (iva inclusa)		

7) CARTA BIANCA APS - FESTIVAL MENTE LOCALE - VISIONI SUL TERRITORIO 2025, DODICESIMA EDIZIONE

P.G. n. 75108 del 18/11/2024, 77950 del 28/11/2024

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. Comune di Valsamoggia (Bo)
2. Comune di Vignola (Mo)

DESCRIZIONE SINTETICA

Mente Locale – Visioni sul territorio è il primo festival italiano dedicato al racconto del territorio attraverso il cinema documentario, radicato nei territori di Bologna e Modena fin dalla prima edizione del 2014 e fortemente caratterizzato da esperienze di esplorazione e valorizzazione dei luoghi, da una dimensione conviviale e da un approccio interdisciplinare. Un festival di cinema e non solo, con un pubblico eterogeneo che accanto alle comunità locali vede la presenza di autori nazionali e internazionali, giornalisti e appassionati di turismo culturale e di enogastronomia.

Accanto alle proiezioni nelle sale di Bazzano, Savignano sul Panaro, Loiano, Castelnuovo Rangone e Vignola, che ospitano il concorso internazionale dedicato al cinema documentario per il racconto del territorio, si realizzano iniziative quali camminate degustazioni, presentazioni di libri, camminate, collaborazioni con realtà locali di promozione del territorio, il tutto in collaborazione con numerosi partner tra cui il Touring Club Italiano, che ogni anno assegna una menzione speciale a un film in concorso ed è presente a Mente locale nella persona di un inviato e dà ampia copertura al festival, nonché attori del tessuto produttivo quali Consorzio del formaggio Parmigiano – Reggiano, anch'esso tra le realtà che assegna un premio attraverso una giuria di consorziati, e altri come Consorzio Vini Colli Bolognesi e agriturismi della zona, che ospitano incontri e degustazioni, oltre naturalmente alle istituzioni culturali dei territori di riferimento.

Il festival è arricchito ogni anno da anteprime ed eventi speciali, quali la proiezione di cortometraggi dedicati ai territori del festival stesso e realizzati dai partecipanti a corsi di formazione legati a Mente Locale, proiezioni estive e presenza in altre iniziative di realtà locali e partner sui territori bolognese e modenese.

Negli anni il festival è cresciuto assumendo una dimensione internazionale grazie anche alla direzione artistica di Leena Pasanen, esperta di cinema documentario di caratura internazionale che si è stabilita nel nostro territorio e accanto al cinema ha coltivato la passione per il vino, iniziando a promuovere il Pignoletto e altri vini locali sui mercati esteri.

[A questo link il videoracconto del festival 2023](#). Il videoracconto dell'edizione 2024, svoltasi dal 3 al 10 novembre dopo numerose anteprime estive ed eventi speciali, è attualmente in lavorazione

AZIONI

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

locali, iniziative in collaborazione con cantine locali per la promozione del Pignoletto, degustazioni associate alle proiezioni del concorso.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO

Territori della Città Metropolitana di Bologna e della Provincia di Modena; in particolare: Valsamoggia(Bo), Vignola (Mo), Savignano sul Panaro (Mo), Casalecchio di Reno (Bo), Loiano (Bo), Castelnuovo Rangone (Mo).

PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE

Novembre 2025 per il festival, eventi speciali e anteprime durante i mesi precedenti.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

- 1) Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti:**

La promozione del territorio è parte integrante del festival *Mente locale - visioni sul territorio*, manifestazione nata nel 2014 a partire dall'amore per il territorio tra Bologna e Modena: un luogo di una densità unica tra borghi, ville, castelli, cammini che ha un potenziale straordinario per il turismo culturale, anche grazie alla fitta rete di operatori economici e realtà no-profit che rendono unico questo territorio, che nelle sue dimensioni limitate è la culla di tante eccellenze enogastronomiche riconosciute a livello mondiale.

La presenza entusiasta di ospiti nazionali e internazionali, che partecipano e negli anni tornano volentieri al festival soggiornando per 2 o più giorni, ci conferma nella convinzione che questo piccolo festival accogliente, fatto con grande cura da un'associazione del territorio, sia un veicolo importante di promozione, perfettamente in linea con le peculiarità di questi luoghi. La direzione artistica è di una operatrice culturale finlandese trasferitasi in Emilia qualche anno fa, che ha diretto in precedenza festival internazionali di cinema documentario e lavora con le principali istituzioni europee e appassionatasi al territorio ha aperto un'azienda agricola e ha iniziato anche a produrre e promuovere il Pignoletto. Con la sua direzione dal 2023 si è fortemente ampliata la presenza di pubblico e ospiti internazionali. A livello nazionale la promozione integrata del festival di cinema e delle esperienze di turismo culturale ed enogastronomico rende *Mente Locale* la meta ideale per un soggiorno di almeno due notti nella zona. Durante il festival e in occasione delle anteprime estive ogni anno si realizzano attività specifiche di promozione integrata del territorio in collaborazione con Pro Loco e altre realtà locali.

- 2) Coerenza con gli obiettivi delle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027 e con il quadro di riferimento di cui alle premesse dell'Avviso PTPL 2025:**

Le attività previste dal festival *Mente locale* sono perfettamente in linea, per loro natura, con gli obiettivi della promo-commercializzazione turistica. *Mente locale* è un festival di cinema che grazie alla collaborazione di partner strategici e alla capacità di fare rete con i soggetti del territorio quali le Pro loco, accanto alle proiezioni del concorso internazionale include momenti di scoperta del territorio, attraverso cammini tematici e incontri in luoghi caratteristici, e iniziative mirate alla valorizzazione dei prodotti gastronomici locali. Il festival unisce diverse forme di esperienza e valorizza sia il patrimonio culturale sia il paesaggio della zona. Le iniziative composite del festival permettono quindi di attrarre diversi tipi di pubblico, creando una rete di esperienze che lasciano un impatto duraturo sui partecipanti.

Oltre al concorso internazionale e alle iniziative tematiche e promozionali, il festival prevede inoltre un corso di formazione che come esito produce alcuni cortometraggi dedicati alla promozione del territorio che hanno poi diffusione in eventi dedicati e attraverso i social dell'organizzatore oltre che delle Istituzioni locali coinvolte. La combinazione di cinema, enogastronomia e iniziative di scoperta del territorio crea un'esperienza completa e immersiva. Chi partecipa a questo tipo di festival non vive solo un evento, ma scopre in maniera

diretta la cultura e l'identità locale attraverso vari linguaggi ed esperienze sensoriali. Un festival di questo tipo contribuisce alla promozione del territorio in modo autentico e coinvolgente, stimolando l'economia locale e attirando un turismo di qualità, attento alla cultura e alla sostenibilità.

Il festival contribuisce inoltre alla destagionalizzazione del turismo nei territori interessati, e pratica convintamente un'economia della filiera corta, rivolgendosi a realtà locali per tutti gli aspetti realizzativi del festival.

3) Coerenza interna fra gli obiettivi, i mercati, le azioni e i costi:

Il festival *Mente locale* si contraddistingue per la propria coerenza interna che prevede una progettazione di ogni azione e spesa in funzione degli obiettivi e del pubblico target, allineando costi e strategie di promozione per garantire il miglior impatto e una gestione sostenibile. Il festival, che giunge nel 2025 alla sua dodicesima edizione, si caratterizza per la chiarezza dei propri obiettivi: garantire al pubblico locale un'offerta culturale di qualità e attrarre pubblico e potenziali turisti nazionali e internazionali alla scoperta del territorio che ospita il festival. La programmazione e selezione dei film da un lato e le iniziative di promozione del territorio dall'altro sono progettate in funzione del pubblico target e di un possibile ampliamento dello stesso, e sono supportate da azioni di comunicazione e marketing mirate. La gestione dei costi rispecchia le priorità del festival e cerca di ottimizzare le risorse disponibili, attraverso la scelta dei luoghi più indicati, di collaborazioni strategiche e sponsorship e spese di comunicazione giustificate da una meditata strategia di promozione delle attività.

4) Riduzione dell'impatto ambientale con indicazione delle relative misure previste

Il festival *Mente locale* è socio AFIC (Associazione dei festival italiani di cinema) ed è tenuto al rispetto di un 'protocollo green', già da diverse edizioni, in merito a tutte le attività svolte e che riguardano in particolare: la mobilità sostenibile degli organizzatori e del pubblico, l'utilizzo di materiali biodegradabili e la gestione dei rifiuti, la produzione eco-sostenibile di materiali di promozione e comunicazione e il coinvolgimento e la sensibilizzazione del pubblico sulle azioni di sostenibilità messe in campo dal festival. Il festival annovera da anni all'interno dello staff un 'green manager' addetto al rispetto e alla rendicontazione di questi aspetti.

La politica 'km0' del festival contribuisce ulteriormente a rendere il festival sostenibile.

5) Azioni di promozione del turismo accessibile, in particolare in riferimento all'accessibilità a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive:

Le iniziative del festival sono progettate e organizzate per garantire l'accesso ai luoghi anche a persone con disabilità motorie. I cinema in cui si svolgono le proiezioni sono dotati di rampe di accesso dedicate, servizi igienici accessibili e posti riservati. I film proiettati sono sottotitolati per favorire la fruibilità anche a persone con disabilità sensoriali. Anche le iniziative di scoperta e promozione del territorio che completano il programma del festival sono progettate in termini di accessibilità degli spazi, nonché di accessibilità cognitiva e sensoriale dei contenuti. Alcuni eventi itineranti potrebbero non essere adatti a persone con disabilità motorie, ma il programma fornisce informazioni dettagliate in proposito rispetto ai tipi di pubblico a cui gli eventi sono adatti. L'attività di promozione prevede informazioni accessibili sia per quanto riguarda il sito web, per permettere una navigazione intuitiva anche a persone con disabilità visive, uditive o cognitive, sia fornendo dettagli sui servizi di accessibilità nel programma, sia distribuendo programmi e volantini in formati accessibili, nonché consentendo l'accesso a persone con disabilità visiva o altre difficoltà.

6) Previsione di vendita di biglietti a carico dell'utente finale per poter usufruire dei servizi promossi:

NO

7) Elementi di innovazione progettuale nell'ambito di iniziative consolidate del territorio, ovvero progetti inediti:

Il festival si contraddistingue nel territorio di riferimento in quanto unico festival cinematografico dedicato al racconto dei territori attraverso il cinema documentario, a cui sono associate iniziative tematiche dedicate alla promozione dei territori che lo ospitano, in particolare ponendo l'accento su luoghi caratteristici e poco conosciuti, nonché sulle eccellenze eno-gastronomiche. L'organizzazione, in seno al festival, di un corso di formazione dedicato alla realizzazione di cortometraggi che raccontano i territori del festival lo rendono iniziativa unica e progetto inedito nel contesto territoriale in cui si svolge.

Rispetto alle edizioni precedenti, nel 2025 *Mente Locale* intende in particolare realizzare iniziative di sensibilizzazione rispetto ai giovani e alle scuole del territorio e di valorizzazione delle aree interne e dei territori montani delle province di Bologna e Modena, anche attraverso la partnership con il Consorzio del Formaggio Parmigiano - Reggiano e altri soggetti produttivi del tessuto locale.

8) Promozione e messa a disposizione del Territorio Turistico di materiale foto e video, anche realizzato con drone:

- **foto/video** Ogni anno vengono realizzati servizi fotografici e riprese video a tutti gli eventi, che possono essere resi disponibili per finalità di promozione del territorio e del turismo culturale.
- **drone** Alcune delle riprese degli eventi vengono realizzate grazie all'utilizzo di un drone

Breve report dell'edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità:

Il festival si caratterizza da sempre per diversi fattori: la selezione tematica, che ne fa il primo festival italiano di racconto del territorio attraverso l'audiovisivo; le proiezioni in sale indipendenti dei territori bolognese e modenese; le iniziative tematiche per la valorizzazione e promozione del territorio, anche grazie alla collaborazione di una fitta rete di partner; l'ingresso gratuito per il pubblico a tutte le iniziative e il coinvolgimento delle comunità locali attraverso un mix di cinema, valorizzazione del territorio e convivialità. Queste sono le caratteristiche identitarie di *Mente locale*, che fanno sì che gli ospiti e il pubblico tornino volentieri, e che si sono confermate anche per l'edizione 2024. Gli aspetti critici sono rappresentati, per un festival della dimensione di *Mente Locale*, dall'incertezza di parte dei finanziamenti pubblici che di anno in anno trovano conferma soltanto a programmazione avanzata. Tale criticità viene solitamente affrontata cercando di allargare la rete di soggetti che supportano il festival attraverso sponsorizzazioni, nonché di quei soggetti attivi a livello locale che possono supportare l'organizzazione del festival dal punto di vista logistico, di fornitura di prodotti e di supporto nei servizi di promozione e comunicazione. L'innovazione caratterizza da sempre il festival, che in ogni edizione cerca di apportare elementi di novità nella proposta cinematografica e delle iniziative tematiche di promozione del territorio per cercare di allargare il proprio pubblico, pur mantenendo allo stesso tempo un'attenzione e una cura particolare nell'andare incontro all'interesse di un pubblico fidelizzato nel corso degli anni.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

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

TOTALE SPESE PREVISTE: € 39.284,00 (iva inclusa)

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 36.784,00 (iva inclusa)

PUNTEGGIO: 65

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

CARTA BIANCA "FESTIVAL MENTE LOCALE" SPESA RIMODULATA AMMESSA	Spese di preventivo IVA esclusa	Spese di preventivo IVA inclusa	Note
1. Promozione e comunicazione on line e off line			
Media e social media marketing	€ 2.500,00 € 2.340,90	€ 3.050,00 € 2.855,90	Gestione canali fb, instagram
Web content (redazione e ottimizzazione contenuti news...)	€ 1.200,00 € 1.123,63	€ 1.464,00 € 1.370,83	Gestione sito, newsletter
Stampa di materiale informativo (Specificare in Note tipologia, quantitativi, lingua)	€ 1.000,00 € 936,36	€ 1.220,00 € 1.142,36	Cartoline e programmi di sala materiale riciclato
Realizzazione materiale fotografico e video	€ 2.500,00 € 2.340,90	€ 3.050,00 € 2.855,90	Copertura dell'evento con fotografi e videomaker professionisti
Ufficio stampa nazionale	€ 4.500,00 € 4.213,62	€ 5.490,00 € 5.140,62	Gestione canali fb, instagram
Totale spese per azioni di promozione	€ 11.700,00 € 10.955,42	€ 14.274,00 € 13.365,61	
2. Promozione istituzionale			
Fiere *	€	€	
Press tour ed educational tour *	€	€	
Serate promozionali e workshop *	€ 2.500,00 € 2.340,90	€ 3.050,00 € 2.855,90	Eventi promozionali e workshop legati alle eccellenze del territorio
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni similari</i>	€	€	
*Le Azioni rientrano nel PPCT e/o nel Piano di APT servizi? <input type="checkbox"/> S I <input checked="" type="checkbox"/> NO Se NO specificare motivazioni.....			
Totale spese per fiere e altri eventi promozionali	€ 2.500,00 € 2.340,90	€ 3.050,00 € 2.855,90	
3. Applicazioni per dispositivi mobili			
Realizzazioni e integrazioni di applicazioni per dispositivi mobili	€	€	
Ottimizzazione dei siti per fruizione da mobile	€ 500,00 € 468,18	€ 610,00 € 571,18	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni similari</i>	€	€	
Totale spese per applicazioni per dispositivi mobili	€ 500,00 € 468,18	€ 610,00 € 571,18	
4. Iniziative complementari all'offerta turistica del Territorio Turistico di Bologna-Modena			

Ideazione, realizzazione e promozione di itinerari tematici e esperienze	€ 2.000,00 € 1.872,72	€ 2.440,00 € 2.284,72	Eventi legati alle eccellenze gastronomiche del territorio, cammini
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni complementari all'offerta del TT</i>	€ 13.000,00 € 12.172,70	€ 15.860,00 € 14.850,69	Concorso e festival internazionale documentari per il racconto del territorio
Totale spese per itinerari turistici ed esperienze	€ 15.000,00 € 14.045,41	€ 18.300,00 € 17.135,40	
5. Altre spese	€	€	
<i>Allestimenti e affitto locali</i>	€ 2.500,00 € 2.340,90	€ 3.050,00 € 2.855,90	
Totale altre spese	€ 2.500,00 € 2.340,90	€ 3.050,00 € 2.855,90	
IMPORTO TOTALE DEL PROGETTO (min. Euro 5.000,00 max. Euro 40.000,00)	€ 39.284,00 (iva inclusa) € 36.784,00 (iva inclusa)		

Carta Bianca: Non ammesse spese per € 2.500,00 poiché coperte da entrate non attestate come da avviso pubblico.

8) YODA APS - IT.A.CÀ MIGRANTI E VIAGGIATORI: FESTIVAL DEL TURISMO RESPONSABILE

P.G. n. 75115 del 18/11/2024
Integrazione P.G. n. 76578 del 22/11/2024
Integrazione P.G. n. 76954 del 25/11/2024

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. Comune di San Benedetto Val di Sambro
2. Comune di San Giorgio di Piano
3. Comune di Monzuno

Segnaliamo che collaboreremo anche con il Comune di Monghidoro e con l'Unione dei Comuni dell'Appennino Bolognese che però non hanno potuto aderire formalmente al nostro progetto poiché partecipano al PTPL in altri progetti.

A differenza degli scorsi anni, come ci avete indicato, non riportiamo qui la lista completa dei soggetti privati (associazione, cooperative, realtà commerciali, guide escursionistiche, ecc...) con i quali collaboreremo poiché per loro non è richiesta l'adesione formale tramite il modulo ("Dichiarazione di partecipazione operativa e/o finanziaria degli Enti o soggetti coinvolti") che è dedicato solo ai soggetti pubblici. Segnaliamo di seguito solo alcuni dei soggetti coinvolti.

- ONG Nexus ER - Cgil Emilia Romagna
- AITR - Associazione Italiana Turismo responsabile
- Ass. FIAB Bologna-Monte Sole bike group
- Ass. Il Cassero LGBTIQ+
- Ass. La Girobussola
- Ass. Magnifico Teatrino Errante - APS

- Ass. Montagna di Suono - Rifugio Acatù
- Az. Slow Emotion
- Centro Interculturale Zonarelli
- Coop. Madreselva
- Fondazione Silvia Parente
- Centro Documentazione Handicap APS - Cooperativa Accaparlante
- Associazione Diritto alla Parola ODV - Scuola Penny Wirton Bologna
- Wu Ming 2

DESCRIZIONE SINTETICA

Contesto - Dal 2009 **Bologna** ha rilanciato il turismo, posizionandosi come una delle principali "second best destinations" nel circuito delle Città d'Arte. Gli interventi infrastrutturali e la strategia di branding hanno portato a un incremento delle presenze di circa il 45% tra il 2013 e il 2019. Dopo il rallentamento dovuto alla pandemia, nel 2022 e 2023 si è registrata una ripresa significativa, con un **aumento delle presenze** che ha superato i livelli pre-pandemici. Tuttavia, questa crescita ha messo in evidenza **criticità legate all'overtourism e a trasformazioni sociali ed economiche**, spingendo Bologna a riflettere su strategie più sostenibili e inclusive.

Il progetto "IT.A.CÀ migranti e viaggiatori", giunto alla sua **XVII edizione**, nasce per promuovere il turismo sostenibile, accessibile e di prossimità attraverso una varietà di eventi, itinerari e attività che rispettano l'ambiente, valorizzano la cultura locale e coinvolgono attivamente la comunità. Sostenendo il turismo responsabile, **il festival mira a potenziare l'attrattività di destinazioni meno conosciute della Città Metropolitana di Bologna**, contribuendo alla scoperta di aree sia urbane che rurali. Grazie a una rete di partner e iniziative, il progetto si sviluppa come un **festival innovativo e inclusivo che abbraccia il turismo lento**, con itinerari ciclabili, percorsi a piedi, eventi culturali e iniziative sociali che permettono una fruizione approfondita e consapevole del territorio. IT.A.CÀ si distingue per una **coprogettazione partecipativa** che integra le realtà locali: il progetto è co-creato attraverso **focus group e tavoli di lavoro**, inclusivi di soggetti pubblici e privati, profit e non-profit del terzo settore, attori economici e sociali locali. In questa fase di coprogettazione, facilitata da Yoda APS, emerge un **modello di "learning by doing"** che sensibilizza i partecipanti a temi quali mobilità sostenibile, accessibilità e riduzione dell'impatto ambientale.

Tra gli **obiettivi principali** vi sono:

- **Promuovere il turismo responsabile, lento e specializzato**, con itinerari che valorizzino il patrimonio socio-culturale, naturale e ambientale, incoraggiando una fruizione consapevole e rispettosa dei territori.
- **Promuovere Bologna come meta di turismo responsabile, sostenibile e accessibile**, valorizzando la città e il territorio circostante come destinazioni attente all'ambiente e all'inclusività.
- **Sperimentare e consolidare offerte turistiche replicabili**, favorendo una diversificazione dell'offerta degli hub locali per ampliare la gamma di esperienze turistiche.
- **Coinvolgere attivamente la comunità locale**, integrando soggetti profit e non profit nella creazione di offerte turistiche che rafforzino l'identità territoriale e incentivino l'economia circolare.
- **Tutelare il tessuto sociale ed economico cittadino**, garantendo che il turismo apporti benefici equi e rispettosi per la comunità locale.
- **Favorire la destagionalizzazione dell'offerta turistica, il decentramento e la distribuzione dei flussi turistici**, rendendo il territorio attrattivo tutto l'anno e rispettando la capacità di carico per evitare il sovraffollamento.
- **Supportare la transizione ecologica nel settore turistico**, adottando pratiche e progetti sostenibili per ridurre l'impatto ambientale.
- **Favorire l'inclusività e l'accessibilità**, creando attività accessibili a tutte, con particolare attenzione per persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive e persone migranti.

- **Raggiungere target specifici**, come turisti responsabili, famiglie e persone con bisogni speciali, adattando l'offerta per rispondere alle loro esigenze e interessi.

Questa combinazione di obiettivi e azioni fa di IT.A.CÀ non solo un evento turistico, ma un esempio di **progetto partecipativo** che crea valore duraturo per la comunità locale, rafforzando l'identità territoriale e incentivando un turismo etico e rispettoso.

Alla sua XVII edizione, IT.A.CÀ ha assunto un ruolo preciso nelle dinamiche locali ed è da considerarsi una vera e propria **piattaforma di attori territoriali** che partecipano alla promozione del territorio metropolitano contribuendo alla semantica turistica del **brand Bologna** con le peculiarità e i valori del turismo responsabile e sostenibile.

AZIONI

1) Coprogettazione delle attività di progetto

Come già indicato, la coprogettazione partecipata è uno degli aspetti basilari del progetto. La progettazione si realizza tramite **focus group in presenza e online**, e **tavoli di lavoro** che coinvolgono sia soggetti già sensibili alle tematiche del festival, sia figure chiave del tessuto economico, sociale e culturale, meno legate al turismo responsabile. Facilitati da Yoda APS, questi incontri permettono di **raccogliere esigenze e contributi locali**, esplorando le **peculiarità territoriali** e sensibilizzando i partecipanti, tramite "learning by doing", su temi come mobilità sostenibile, riduzione dell'impatto ambientale. Basilare in questa fase sarà la **progettazione dell'accessibilità** attraverso il design for all: sviluppo di percorsi e attività accessibili, con guide LIS, mappe tattili, materiali e supporti digitali per persone con diverse disabilità.

2) Realizzazione attività di progetto

In questa fase saranno realizzati e promossi itinerari tematici che invitano alla scoperta di aree urbane di Bologna e di borghi e aree naturali in Appennino e in Pianura. **In ambito urbano** il progetto prosegue con lo studio e la definizione di tematiche legate alla **storia e all'identità culturale e politica della città**. Gli itinerari si concentreranno sulla storia dei movimenti che hanno reso Bologna un simbolo di diritti e innovazione sociale, toccando temi come i diritti della comunità LGBTIQ+, quelli delle donne e le controculture giovanili, con particolare attenzione alle espressioni musicali, la comunità migrante e la storia industriale, politica e sociale di Bologna.

- **Itinerari nella Città di Bologna** - I percorsi attraverseranno luoghi dal centro alla periferia, riscoprendo edifici storici e realtà periferiche legate alla sperimentazione sociale. **In Appennino**, gli itinerari saranno pensati non solo come percorsi escursionistici ma come esperienze lente e profonde, con segmenti brevi e soste che promuovono la conoscenza del territorio e l'utilizzo dei servizi locali, adatti anche a famiglie con bambini.
- **Itinerari in bici nel territorio tra Vergato, Castel d'Aiano, Zocca e Montese**, con particolare attenzione al patrimonio naturalistico, alle infrastrutture medievali e alle aziende agricole locali e, quindi al patrimonio enogastronomico. Si cercherà un collegamento con sagre ed eventi locali andando a rafforzare e implementare le collaborazioni attivate nell'edizione precedente.
- **Itinerari a piedi per promuovere modalità "diverse" di percorrenza dei Cammini più conosciuti**, per segmenti definiti e limitati, promuovendo in questo modo una conoscenza più profonda dei luoghi che costellano i cammini. In particolare si intende operare nei territori di tra Monzuno e San Benedetto Val di Sambro.
- **Itinerari fuori dalle vie principali**, nei territori che non sono attraversati dai percorsi più noti (Monghidoro e Marzabotto); **Nella Pianura** tra Bentivoglio, San Giorgio di Piano e Pieve di Cento, gli itinerari in bici saranno orientati al patrimonio musicale, alla Resistenza e alla storia contemporanea, integrando il patrimonio architettonico con una nuova interpretazione tematica.
- **Itinerario in bici di valorizzazione delle ciclovie nel territorio metropolitano** con deviazioni lungo il percorso in modo da valorizzare i Comuni fuori dal circuito.
- **Itinerario in bici lungo la Ciclovia del Sole** in collaborazione con il Comune di Mirandola e con i comuni del Bolognese.

Questi percorsi comprenderanno **approfondimenti culturali** con interventi musicali, mostre, spettacoli teatrali, laboratori e incontri con persone del luogo che arricchiranno l'esperienza offrendo occasioni di apprendimento e dialogo per residenti e visitatori, e favorendo una fruizione consapevole e rispettosa del territorio.

3) Attività di comunicazione del progetto.

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

- **Campagne social mirate:** Facebook e X 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;
- **Interviste e articoli** da rilanciare sui social che raccontino le esperienze di chi vive il territorio;
- **Ufficio stampa e media partnership** sia al livello locale che al livello nazionale;
- **Visual image** targettizzata e coordinata;
- **Comunicazione coordinata** tra le altre tappe di IT.A.CÀ del Territorio Turistico Bologna-Modena attraverso i mezzi suddetti.
- Per la **traduzione dei contenuti** in altre lingue, saranno integrati nel sito del festival programmi di traduzione automatica. Il sito internet sarà inoltre ottimizzato per la **fruizione da dispositivi mobili**.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO

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

PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE

Gennaio 2025 – Dicembre 2025

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

- 1) **Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti:**

Il festival IT.A.CÀ si distingue per la sua capacità di valorizzare il territorio attraverso un turismo responsabile, che incoraggia una fruizione sostenibile e un'esperienza lenta, permettendo ai visitatori di entrare in contatto profondo con le specificità culturali e naturali locali. L'obiettivo è coinvolgere un pubblico diversificato, composto da viaggiatori alla ricerca di esperienze autentiche e rispettose dell'ambiente, favorendo il turismo di prossimità e incentivando il flusso turistico anche nelle aree meno conosciute. Le attività proposte spaziano da itinerari tematici, cammini e percorsi in bicicletta, fino a eventi culturali che promuovono l'identità del territorio e la sua unicità. Nel suo piccolo, il festival supporta l'economia locale, stimolando le attività delle piccole realtà produttive e ricettive, e contribuisce alla destagionalizzazione dei flussi turistici.

Grazie alla **varietà delle proposte**, IT.A.CÀ non solo **amplia l'attrattività della destinazione**, ma rafforza anche il senso di appartenenza e **coinvolgimento della comunità locale**, che diventa protagonista nella promozione e valorizzazione del proprio territorio.

A conferma della validità del nostro approccio, **l'edizione 2024 ha registrato un aumento della partecipazione**, con la quasi totalità degli eventi al completo. Questo risultato ci conferma che stiamo percorrendo la giusta direzione e ci stimola a cercare di migliorare ulteriormente gli aspetti che riteniamo basilari per il nostro progetto, come l'accessibilità degli eventi. Inoltre, per il 2025 intendiamo **ampliare il nostro pubblico**, cercando di **coinvolgere maggiormente la comunità migrante**, spesso esclusa per mancanza di informazione o accesso a iniziative di questo tipo, attivando collaborazioni con cooperative e associazioni che si occupano di accoglienza.

Segnaliamo inoltre che all'interno del festival si terrà un importante **evento del progetto europeo FIRST MILE** <https://www.aitr.org/progetti/first-mile> del nostro partner storico **AITR** - Associazione Italiana

Turismo responsabile. Il progetto ha come obiettivo il supporto delle piccole medie imprese turistiche nel primo passo verso una transizione ecologica. L'evento richiamerà un **alto numero di operatori del settore turistico** che si incontreranno a Bologna per confrontarsi su come ridurre l'impronta di carbonio, minimizzare l'impatto ambientale e migliorare la sostenibilità delle proprie attività.

2) **Coerenza con gli obiettivi delle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027 e con il quadro di riferimento di cui alle premesse dell'Avviso PTPL 2025:**

Il progetto IT.A.CÀ aderisce pienamente agli obiettivi delle Linee guida triennali 2025-2027 dell'Emilia-Romagna, ispirandosi all'Agenda 2030 e al Green Deal europeo per promuovere un turismo responsabile, inclusivo, accessibile e attento alla sostenibilità ambientale e sociale.

Attraverso la valorizzazione di itinerari meno conosciuti e l'adozione di pratiche sostenibili a basso impatto, il festival contribuisce in modo significativo a diversificare l'offerta turistica regionale, rafforzando il brand dell'Emilia-Romagna come destinazione attrattiva e all'avanguardia. Rispondendo alla crescente domanda di turismo esperienziale e di qualità, IT.A.CÀ, nel suo piccolo, contribuisce ad arricchire il profilo turistico della Regione, favorendo il turismo di prossimità e sostenendo l'economia locale, con un impatto positivo anche sulla destagionalizzazione delle presenze turistiche.

La forte connotazione partecipativa di IT.A.CÀ, che coinvolge attivamente la comunità locale nella cocreazione degli eventi, risponde pienamente alla necessità di promuovere un turismo che generi benefici diffusi e rafforzi il senso di appartenenza al territorio. Questo approccio collaborativo è in linea con la visione di un turismo che non si limita a essere un semplice consumo di beni e servizi, ma diventa un'esperienza autentica e coinvolgente che allo stesso tempo contribuisce a costruire un'identità territoriale condivisa, creando sinergie che rafforzano il tessuto economico-sociale.

Attraverso contenuti digitali e l'integrazione della tecnologia, IT.A.CÀ promuove il territorio con strumenti accessibili e fruibili per tutte, rispettando così anche le esigenze di digitalizzazione presenti nelle Linee guida. I nostri target sono costituiti da persone con interessi, aspettative e comportamenti omogenei: visitatori che ricercano un contatto autentico con la natura e con la popolazione locale, che amano i cammini, gli itinerari in bici e una fruizione attiva del territorio. Allo stesso tempo, ci rivolgiamo a turisti e residenti che vogliono approfondire aspetti della cultura locale, del patrimonio naturalistico ed enogastronomico senza fretta, proponendo la fruizione sostenibile del territorio 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.

Con l'approfondimento di aspetti culturali inediti e underground, si vuole raggiungere anche un bacino turistico di **giovani dai 18 ai 30 anni**, studenti universitari e tutti coloro interessati a questi aspetti culturali del territorio. Anche quest'anno si vuole incrementare il target **infanzia, adolescenza e adulti con bambini** agendo sia sul prodotto che sulla comunicazione: segmentando i cammini più lunghi, sperimentando specifiche modalità di percorrenza del territorio, spesso ibridate con attività laboratoriali che possano soddisfare il target in questione. Trasversalmente ai segmenti individuati sopra, con la coprogettazione di esperienze turistiche inclusive e accessibili, si vuole raggiungere il bacino delle **persone con disabilità** e quello della **comunità migrante**.

Un altro "segmento" che continuiamo a esplorare è quello del turismo LGBTIQ+, sempre in collaborazione con persone e realtà della **comunità LGBTIQ+**, con la promozione di un itinerario, di servizi ed esperienze attente alla storia e alle esigenze della comunità.

3) **Coerenza interna fra gli obiettivi, i mercati, le azioni e i costi:**

Gli obiettivi, i target e le azioni di IT.A.CÀ sono strettamente allineati, creando una struttura coesa che permette di raggiungere i risultati desiderati in modo efficace. Le attività sono mirate a promuovere e rafforzare il turismo responsabile, coinvolgendo sia il pubblico locale che quello internazionale, essendo Bologna meta di grande richiamo per visitatori stranieri, con un'attenzione particolare ai mercati di corto e medio raggio. L'approccio è inclusivo, garantendo accessibilità e fruizione per diverse tipologie di utenti.

Il budget sarà suddiviso in maniera ponderata tra le varie attività di progetto per poter raggiungere gli obiettivi prefissati: si dà grande rilievo alla progettazione e realizzazione delle attività, così come alla comunicazione e alla promozione del festival, con una forte enfasi sulla promozione digitale attraverso vari canali, non tralasciando le spese per rendere le attività il più possibile accessibili.

Nello specifico, il progetto IT.A.CÀ risponde in modo strategico alle priorità delineate per il Territorio Turistico Bologna-Modena, articolandosi su più linee di prodotto e rivolgendosi a mercati di diversa portata.

- **City Break:** IT.A.CÀ valorizza il patrimonio culturale e storico attraverso percorsi urbani che integrano luoghi storici, spazi pubblici e spazi verdi cittadini, toccando anche la periferia della città. Questo approccio è in sintonia con il posizionamento di Bologna come meta di turismo culturale di prossimità. Attività legate a esperienze locali rafforzano ulteriormente Bologna come destinazione ideale per brevi soggiorni esperienziali, in linea con le tendenze di visita in aumento.
- **Cultura:** Il festival promuove in maniera sinergica il patrimonio culturale, sociale e naturalistico dei territori visitati, sia in ambito urbano che extraurbano, creando un'esperienza che collega luoghi e comunità. Attraverso eventi che celebrano l'eredità culturale e storica, il festival rafforza l'identità locale e valorizza la ricchezza architettonica delle aree visitate.
- **Outdoor Active & Slow:** L'impegno di IT.A.CÀ verso un turismo attivo e sostenibile si allinea agli obiettivi regionali di promozione del cicloturismo e dei cammini. Attraverso la valorizzazione di percorsi come la Ciclovía del Sole e la Via degli Dei, il progetto favorisce un turismo lento e immersivo, riducendo l'impatto ambientale e incentivando il trasporto sostenibile.
- **Natura e benessere:** IT.A.CÀ ha tra i propri obiettivi la valorizzazione del patrimonio naturalistico dei luoghi visitati, promuovendone la fruizione sostenibile da parte dei visitatori. Il progetto mira inoltre a valorizzare il patrimonio naturalistico cittadino, incluso quello meno conosciuto, poiché riteniamo che questa componente sia fondamentale per garantire una buona qualità di vita sia per gli abitanti del luogo che per i visitatori.
- **Food & Wine:** Nell'ambito del festival, già in fase di coprogettazione, sono coinvolti anche i produttori locali, creando sinergie con ristoranti, botteghe, consorzi. Questa collaborazione offre un'opportunità preziosa per i produttori di promuoversi, condividendo le loro esperienze lavorative e personali durante gli incontri con i visitatori. Attraverso queste interazioni, il festival sostiene e valorizza il settore produttivo locale, contribuendo a costruire una rete di relazioni che rafforza l'identità e la cultura gastronomica del territorio.
- **Special Interest – Musica:** IT.A.CÀ valorizza il patrimonio musicale locale, collaborando principalmente con musicisti del territorio che si dedicano alla musica popolare e tradizionale. Attraverso eventi e incontri, il festival crea occasioni per apprezzare e celebrare queste espressioni culturali, ampliando l'attrattiva per un pubblico appassionato di musica e cultura regionale.
- **Sport:** IT.A.CÀ offre opportunità per svolgere attività motoria all'aria aperta, in linea con le iniziative sportive metropolitane. Il festival propone itinerari cicloturistici, percorsi di trekking e cammini che permettono ai partecipanti di esplorare il territorio in modo attivo e sostenibile. Questa programmazione incoraggia il turismo attivo, favorendo un contatto diretto con la natura e promuovendo uno stile di vita salutare all'interno delle comunità locali e tra i visitatori.

4) Riduzione dell'impatto ambientale con indicazione delle relative misure previste

IT.A.CÀ adotta misure per limitare l'impatto ambientale promuovendo la riduzione, il riutilizzo e il riciclo: evitare l'uso di prodotti monouso e, quando non è possibile, utilizzo di materiale biodegradabile; riduzione dell'utilizzo della plastica; uso della comunicazione digitale per ridurre il consumo di carta. Il festival incoraggia fortemente l'uso del trasporto pubblico, della bicicletta e gli spostamenti a piedi e rappresenta di per sé un mezzo per sensibilizzare le persone sulla necessità di un'attenzione maggiore verso la sostenibilità e sull'impatto che ognuno ha sull'ambiente, poiché non esistono attività a impatto zero.

Scegliere il turismo responsabile significa optare per una tipologia di turismo consapevole degli impatti enormi che questo settore ha sull'ambiente e quindi più attento nel cercare di ridurli.

Inoltre, consapevoli dell'impatto che il settore ICT (Tecnologie dell'informazione e della comunicazione) ha in termini di inquinamento, dal 2021 abbiamo deciso di spostare il server del sito dedicato al festival presso l'azienda EXE.IT. Il loro data center Green "00Gate" alle porte della città di Bologna, è una struttura in legno progettata per rispettare i massimi parametri di efficienza energetica ed è alimentata da energia solare in autoconsumo. www.festivalitaca.net/2021/02/green-server-accessibilita-website-it-a-ca Infine, sul sito del festival si possono trovare le linee guida per l'impatto ambientale redatte e condivise dalla squadra di IT.A.CÀ: <https://www.festivalitaca.net/il-festival/organizzare-eventi-sostenibili>

5) Azioni di promozione del turismo accessibile, in particolare in riferimento all'accessibilità a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive:

Grazie alla rete di esperti sul turismo accessibile costituita in anni di lavoro, Yoda APS, tramite il progetto IT.A.CÀ, promuove un turismo inclusivo adottando principi di design universale, con l'obiettivo di garantire un'esperienza fruibile per persone con disabilità motorie, sensoriali e cognitive. Per favorire la partecipazione e l'inclusione, il festival adotta diverse misure di accessibilità, come interpreti in Lingua dei Segni Italiana (LIS), mappe tattili per i percorsi, segnaletica intuitiva e percorsi accessibili che tengono conto delle diverse esigenze di mobilità.

In termini pratico-strategici si tratta di affiancare l'equipe di professionisti dell'accessibilità - costituita sia da persone con disabilità che persone senza disabilità - alle reti locali preposte alla progettazione delle iniziative, secondo i principi del design for all. Più che attraverso formazioni specifiche, seppur importanti, ci si propone di attuare una formazione continuativa attraverso la pratica del learning by doing, favorendo il confronto in fase di progettazione tra i soggetti territoriali e l'equipe dei professionisti della disabilità, favorendo in particolare la relazione tra persone con disabilità e persone senza disabilità e mettendo al centro della progettazione i bisogni "speciali". Il tutto sarà realizzato non progettando e realizzando attività "dedicate", ma attività integrate, in ottica di arricchimento esperienziale anche per le persone senza disabilità.

Per raggiungere questo obiettivo il festival propone non solo una continuazione, ma soprattutto un maggiore investimento sia di risorse umane che economiche nel lavoro di coprogettazione di metodologie e pratiche di design for all, con un maggiore apporto progettuale da parte delle persone con disabilità. Saranno effettuati sopralluoghi ad hoc sia sui percorsi, sia sui servizi e sulle esperienze/attrattività locali con un lavoro specifico sugli strumenti di fruizione, soprattutto per ciò che concerne le disabilità sensoriali (interpretariato LIS, mappe/strumenti tattili) con una particolare attenzione alla formazione informale dei soggetti locali coinvolti. Tra gli esperti e le realtà che si occupano di disabilità ricordiamo Fondazione Gualandi, Fondazione Silvia Parente, Istituto dei Ciechi F. Cavazza - Museo Tolomeo, Associazione la Girobussola, Centro Documentazione Handicap APS - Cooperativa Accaparlante, il consulente Davide Valacchi.

Inoltre, i contenuti digitali del sito internet sono ottimizzati per essere fruibili da persone con disabilità visive o uditive, e il sito web del festival è progettato per garantire una navigazione accessibile e inclusiva. In questo senso, abbiamo scelto di implementare il sito con "Equal Web", tra le migliori soluzioni a livello mondiale per l'accessibilità digitale (www.equalweb.com).

Questo approccio non solo promuove l'accessibilità, ma mira anche a costruire un legame solido e duraturo tra il territorio e una comunità diversificata e inclusiva, rendendo il festival un modello per l'accessibilità nel turismo.

6) Previsione di vendita di biglietti a carico dell'utente finale per poter usufruire dei servizi promossi:

NO - Tutte le attività del festival saranno gratuite, per garantire la partecipazione a un ampio pubblico. Per alcune delle attività è possibile che venga richiesta ai partecipanti di sostenere le spese vive, quali trasporti, pasti e assicurazione. Queste eventuali spese sono sostenute in autonomia dagli utenti, senza versare alcuna cifra a YODA APS e senza generare introiti per l'organizzazione.

7) Elementi di innovazione progettuale nell'ambito di iniziative consolidate del territorio, ovvero progetti inediti:

IT.A.CÀ si distingue per un approccio innovativo al turismo, che va oltre la semplice promozione turistica stagionale. Il progetto rappresenta un laboratorio vivente di turismo responsabile, capace di coniugare valorizzazione del territorio, inclusione sociale e sostenibilità ambientale. Introducendo un approccio di coprogettazione partecipativa che coinvolge attivamente gli stakeholder già dalle fasi iniziali di progettazione e programmazione delle attività, il progetto consente di integrare idee, esigenze e contributi della comunità locale, delle associazioni, degli enti pubblici e dei privati, rendendo il festival una piattaforma di sperimentazione e innovazione sociale.

L'innovazione di IT.A.CÀ risiede nella sua capacità di:

– **Coinvolgere attivamente la comunità:** Attraverso la co-creazione con la comunità locale e la promozione di una cultura turistica partecipata, il progetto trasforma i visitatori in cittadini temporanei, favorendo un'esperienza più autentica e profonda, sostenendo l'inclusione e la valorizzazione delle diversità.

– **Promuovere un turismo lento e sostenibile:** Gli itinerari proposti, che valorizzano la mobilità lenta e il contatto con la natura, offrono un'alternativa al turismo di massa, contribuendo a preservare l'ambiente e a valorizzare le risorse locali.

– **Creare una rete di attori territoriali:** Il festival crea sinergie tra enti locali, associazioni e aziende, promuovendo una collaborazione tra pubblico e privato per la valorizzazione del territorio. Questa rete favorisce scambi di conoscenze e buone pratiche per un turismo sostenibile che diventi modello di sviluppo per altre aree.

– **Avvalersi di strumenti digitali innovativi:** Attraverso piattaforme come Outdooractive <https://www.outdooractive.com/en/member/it.a.ca-migranti-e-viaggiatori-festival-del-turismoresponsabile-tappa/281039904/>, IT.A.CÀ offre un'esperienza turistica accessibile e personalizzata che consente di scoprire gli itinerari anche al di fuori del periodo del festival.

– **Supportare gli hub locali:** Il progetto mira a consolidare punti di riferimento locali capaci di mantenere attivi gli itinerari e le esperienze al di fuori del periodo del festival. A questi referenti vengono forniti materiali promozionali e strumenti di comunicazione per diffondere le iniziative in modo continuativo.

– **Un arcipelago di comunità:** IT.A.CÀ opera come una rete di cittadini che, attraverso progetti collaborativi, promuovono un nuovo concetto di sviluppo turistico e sostenibile. L'obiettivo è creare una normalità trasformativa in cui il turismo non sfrutta il territorio ma ne sostiene la prosperità, promuovendo una cultura politica e sociale di inclusione e rispetto.

IT.A.CÀ quindi non è soltanto un festival, ma **un movimento che agisce come un laboratorio per il turismo responsabile**, promuovendo il rispetto per il territorio e per le persone che lo abitano.

8) Promozione e messa a disposizione del Territorio Turistico di materiale foto e video, anche realizzato con drone:

● **foto/video** Grazie alla collaborazione con fotografi e videomaker volontari, come nelle scorse edizioni, verrà realizzato un ricco archivio fotografico per promuovere e documentare le attività, i luoghi, le peculiarità territoriali e le comunità locali. Allo stesso modo, sarà prodotto materiale video che non solo promuova gli eventi del festival, ma anche le aree metropolitane in cui si svolgono. Un'attenzione particolare sarà data alla fruibilità del materiale per persone con disabilità visive e uditive. Il sito internet e i canali social dedicati al festival, grazie all'importante seguito che hanno, rappresentano strumenti basilari per la promozione del progetto attraverso immagini e video.

● **drone** Non abbiamo ancora testato questo campo ma contiamo di farlo presto cercando volontari pratici di questo tipo di riprese o seguendo noi stessi corsi di formazione ad hoc o infine avvalendoci di esperti.

Eventuale integrazione con progetti di promozione turistica promossi da altri enti sovraordinati, come ad esempio Apt Servizi, Regione Emilia-Romagna o Territorio Turistico Bologna-Modena:

Cartellone turistico Bologna Estate, condivisione promozione con Regione E-R e con APT Servizi, collaborazione con eXtraBO, Bologna Welcome, IF - Imola Faenza Tourism Company

Eventuale integrazione con progetti di promozione turistica promossi da altri enti sovraordinati, come ad esempio Apt Servizi, Regione Emilia-Romagna o Territorio Turistico Bologna-Modena:

IT.A.CÀ è l'unico Festival sul turismo responsabile in Italia e in Europa e coinvolge una vasta rete di oltre 700 realtà locali, regionali, nazionali e internazionali. Nel 2018, è stato premiato dalla World Tourism Organization delle Nazioni Unite come uno dei progetti turistici più innovativi nella categoria "Innovation in Non-Governmental Organizations". Il format del festival, adottato in diverse città e territori italiani, si inserisce in un contesto più ampio di promozione del turismo responsabile al livello nazionale, grazie a main media partnership in testate di calibro nazionale e alla costante collaborazione con AITR – Associazione Italiana Turismo Responsabile.

IT.A.CÀ promuove itinerari a piedi e percorsi ciclabili, come la Via degli Dei, la Ciclovia del Sole e la Ciclovia del Reno, valorizzando il territorio a vari livelli. Come nel 2024, anche quest'anno ci cercherà di collaborare con le tappe del territorio modenese IT.A.CÀ Spilamberto – Valle Panaro e IT.A.CÀ Valli Mirandolesi nel modenese, anche attraverso un piano di comunicazione per rafforzare il brand IT.A.CÀ nel Territorio Turistico Bologna-Modena. Tra l'altro, per il 2025, si prospetta l'attivazione di una nuova tappa del Festival a Modena. A livello regionale, oltre alle tappe di Bologna e Modena, IT.A.CÀ sostiene percorsi a piedi e in bici, valorizza le peculiarità locali, promuove la sostenibilità ambientale e sociale e diffonde pratiche di design for all/accessibilità nel Ravennate.

Breve report dell'edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità:

L'edizione 2024 del festival IT.A.CÀ ha registrato un **importante successo in termini di partecipazione**, con la quasi totalità degli eventi al completo e con molti partecipanti che hanno seguito più attività, consolidando un legame più stretto con il festival e dimostrando un forte interesse per i temi proposti.

Un ulteriore aspetto positivo è stato l'aumento di **persone che si sono offerte di collaborare attivamente al progetto** dopo aver preso parte alle attività, come avvenuto già nelle edizioni precedenti, generando un impatto positivo sull'organizzazione e sull'implementazione delle attività.

Tra gli aspetti su cui si intende lavorare, figura l'obiettivo di un **maggiore coinvolgimento delle persone con disabilità**, anche se la partecipazione di quest'anno è stata soddisfacente. Al contempo, si prevede di rafforzare il coinvolgimento della **comunità migrante**, che spesso manca di informazione o accesso a questo tipo di iniziative, collaborando più strettamente con cooperative e associazioni attive nell'accoglienza per rendere il festival sempre più inclusivo.

Per il **superamento di queste criticità**, l'edizione 2025 introdurrà misure mirate all'ampliamento della partecipazione accessibile e all'integrazione delle persone migranti, già in fase di progettazione delle attività, proponendo un festival che continua a evolversi come piattaforma partecipativa e inclusiva. In questo senso, abbiamo da poco attivato una collaborazione con l'**Associazione Diritto alla Parola OdV** che ha come obiettivo l'accoglienza alle persone migranti e che gestisce la **scuola di italiano Penny Wirton Bologna** ospitata negli spazi della Biblioteca Salaborsa.

Di seguito alcune delle **attività organizzate nell'edizione 2024** del festival mentre al seguente link trovate il **programma completo** <https://www.festivalitaca.net/portfolio-articoli/it-a-ca-bologna-6/>.

– ITINERARIO A PIEDI | MONGHIDORO ANDATA E RITORNO: UN ITINERARIO PER VIAGGIATORI

NOMADI <https://www.festivalitaca.net/evento/itinerario-a-piedi-monghidoro-andata-e-ritorno-un-itinerario-perviaggiatori-nomadi/>

– ITINERARIO A PIEDI | PAESAGGI URBANI 2024: DUE PASSI IN BARCA

<https://www.festivalitaca.net/evento/itinerario-a-piedi-paesaggi-urbani-2024-due-passi-in-barca/>

– ITINERARIO A PIEDI + PROIEZIONE | PUNK IN BOLOGNA – 2° EDIZIONE

<https://www.festivalitaca.net/evento/itinerario-a-piedi-proiezione-punk-in-bologna/>

– ITINERARIO A PIEDI | RADICI OPERAIE. STORIE DI FABBRICHE, DI LAVORO E DI LOTTE

<https://www.festivalitaca.net/evento/itinerario-a-piedi-storie-di-fabbriche-e-di-lotte-gli-anni-settanta-in-bolognina/>

– ITINERARIO A PIEDI + CONCERTO ITINERANTE E LABORATORIO DI DANZE DELL'APPENNINO |

LA RETTA È PER CHI HA FRETTA. TRACCE E TRAME, STORIE TRA DUE BORGHI D'APPENNINO

<https://www.festivalitaca.net/evento/itinerario-a-piedi-concerto-itinerante-e-laboratorio-di-danze-dellappennino-laretta-e-per-chi-ha-fretta-tracce-e-trame-storie-tra-due-borgh-i-dappennino/>

– ITINERARIO IN BICI | SETTEMBRE IN SELLA: PEDALANDO TRA STORIA E SAPORI

<https://www.festivalitaca.net/evento/itinerario-in-bici-settembre-in-sella-pedalando-tra-storia-e-sapori/>

– ITINERARIO IN BICI, VISITA GUIDATA E TAVOLATA COLLETTIVA| IN BICI IN BASSA E AL DÀGG' E MÈŽ TÓTT A TÈVLA!

<https://www.festivalitaca.net/evento/itinerario-in-bici-visita-guidata-e-tavolatacollettiva-in-bici-in-bassa-e-al-dagg-e-mez-tott-a-tevla-a-mezzogiorno-e-mezza-tutti-a-tavola/>

– ITINERARIO A PIEDI, APERITIVO E CONDIVISIONE | CEMENTO AMATO

<https://www.festivalitaca.net/evento/itinerario-a-piedi-aperitivo-e-musica-cemento-amato/>

– ITINERARIO A PIEDI | SCARICALASINO – UN CORO DI VOCI TRA LE VALLI SAVENA E IDICE

<https://www.festivalitaca.net/evento/itinerario-a-piedi-scaricalasino-un-coro-di-voci-tra-le-valli-savena-e-idice/>

– ITINERARIO A PIEDI E AZIONE COLLETTIVA DI ARTE PUBBLICA | RADICI RESISTENTI

<https://www.festivalitaca.net/evento/itinerario-a-piedi-e-azione-collettiva-di-arte-pubblica-radici-resistenti/>

– ITINERARIO IN BICI | BORGHI, NATURA, ARTE AGRICOLTURA TRA MEDIOEVO E CONTEMPORANEITÀ

<https://www.festivalitaca.net/evento/itinerario-in-bici-borgh-i-natura-arte-agricoltura-tramedioevo-e-contemporaneita/>

– ITINERARIO A PIEDI, CONCERTI, FOREST BATHING E TANTO ALTRO | AGROECOLOGIA VOL.1: CURA, CULTURA E NATURA

<https://www.festivalitaca.net/evento/itinerario-a-piedi-concerti-forest-bathing-etanto-altro-agricologia-vol-1-cura-cultura-e-natura/>

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Coprogettazione delle attività di progetto	Numero delle realtà territoriali partecipanti ai focus group e ai tavoli di lavoro; Effettivo coinvolgimento nella realizzazione delle attività di progetto; Analisi dei feedback risultanti dall'incontro di chiusura del progetto.
Realizzazione attività di progetto (Itinerari a piedi e in bicicletta, Eventi culturali e laboratori) - Attività accessibili per persone con disabilità	Numero di partecipanti; Feedback e recensioni sui canali social; Copertura media locale; Questionari di gradimento; Numero di presenze presso le strutture ricettive locali con cui ci si

	propone di attivare una convenzione; Questionari specifici sull'accessibilità; Analisi del coinvolgimento attraverso i partner esperti di accessibilità.
Attività di comunicazione del progetto	Statistiche di visualizzazione; Interazioni social; Copertura di media regionali e nazionali.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 27.000,00 (iva inclusa)

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 27.000,00 (iva inclusa)

PUNTEGGIO: 80

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

YODA APS SPESA AMMESSA	Spese di preventivo IVA esclusa	Spese di preventivo IVA inclusa	Note
1. Promozione e comunicazione on line e off line			
Media e social media marketing	€	€ 2.500,00	
Web content (redazione e ottimizzazione contenuti, e-news...)	€	€ 2.500,00	
Stampa di materiale informativo (Specificare in note tipologia, quantitativi, lingua)	€	€	
<i>Realizzazione spot audio-video promozionale accessibile</i>	€	€ 600,00	
<i>Ufficio Stampa</i>	€	€ 2.000,00	
<i>Grafica</i>	€	€ 1.000,00	
Totale spese per azioni di promozione	€	€ 8.600,00	
2. Promozione istituzionale			
Fiere *	€	€	
Press tour ed educational tour *	€	€	
Serate promozionali e workshop *	€	€	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni similari</i>	€	€	
*Le Azioni rientrano nel PPCT e/o nel Piano di APT servizi? <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO Se NO specificare motivazioni.....			
Totale spese per fiere e altri eventi promozionali	€	€	
3. Applicazioni per dispositivi mobili			
Realizzazioni e integrazioni di applicazioni per dispositivi mobili	€	€	
Ottimizzazione dei siti per fruizione da mobile	€	€ 500,00	

<i>Specificare eventuali ulteriori azioni similari</i>	€	€	
Totale spese per applicazioni per dispositivi mobili	€	€ 500,00	
4. Iniziative complementari all'offerta turistica del TT Bo-Mo			
Ideazione, realizzazione e promozione di itinerari tematici e esperienze	€	€ 10.500,00	
<i>Progettazione e realizzazione accessibilità itinerari ed esperienze</i>	€	€ 6.000,00	
Totale spese per itinerari turistici ed esperienze	€	€ 16.500,00	
5. Altre spese	€	€	
<i>Trasporto e vitto per progettazione e realizzazione attività (esperti, guide, artisti, volontari, staff, partner di progetto)</i>	€	€ 900,00	
<i>SIAE</i>	€	€ 250,00	
<i>Service</i>	€	€ 250,00	
Totale altre spese	€	€ 1.400,00	
IMPORTO TOTALE DEL PROGETTO	€ 27.000,00 (iva inclusa)		

**9) COMUNE DI LIZZANO IN BELVEDERE - LOOKAP! METAMORFOSI E L'APPENNINO
RITROVATO: ARTE DIFFUSA, NATURA ED ESCURSIONI**

P.G. n. 75132 del 18/11/2024

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. Cooperativa Madreselva
2. Comune di Alto Reno Terme
3. Asd Appennino Geopark

DESCRIZIONE SINTETICA

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

OBIETTIVI:

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

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 bambini e alle famiglie che vogliono passare un week-end in Appennino godendo di un turismo esperienziale fatto su misura.

COMUNICAZIONE E MARKETING:

- Realizzazione di un dépliant pieghevole complessivo dell'offerta e di due pieghevoli distinti secondo le attività (escursioni e arte) affinché possa essere presente in tutte le strutture ricettive e uffici d'informazione della zona, nell'ufficio ExtraBo dedicato alla Città Metropolitana di Bologna, ma anche nei siti degli uffici turistici di città limitrofe, come Modena e Pistoia;
- Divulgazione del progetto nei siti degli alberghi e strutture ricettive e attraverso portali Turistici e canali social come, Discover Alto Reno Terme, Bologna Welcome, ExtraBo. Vivi Appennino Bolognese, Corno alle Scale e altri siti locali;
- Divulgazione del progetto attraverso il calendario Bologna Estate 2025 e la Redazione Locale presente nello IAT-R di Sasso Marconi;
- Utilizzo di strumenti di comunicazione social media (web marketing) attraverso le pagine Facebook degli uffici IAT, della guida turistica "Michela Marcacci - GuidAppenninoTrekking" e della Cooperativa Madreselva quale soggetti coinvolti, oltre all'utilizzo di canali di comunicazione come radio, webradio, giornali e quotidiani locali;
- Collaborazione con fotoreporter e blogger per la creazione di storytelling, materiale fotografico e racconto del territorio utili per aumentare la visibilità, la divulgazione del progetto e l'appetibilità del territorio;

AZIONI

- Un **calendario di escursioni guidate**, programmate tutti i week-end da luglio a settembre, di durata variabile dalla mezza giornata alla giornata intera, in modo da incontrare le esigenze di ogni tipologia di visitatore, dall'escursionista più esperto al meno. Saranno previste n 20 escursioni negli ambiti territoriali interessati, naturalistiche (Parchi, Sentieri Cai), storico-culturali (Centri Cittadini, Storia termale, Musei), enogastronomiche (Degustazioni, visite a caseifici e birrifici locali), musicali (Collaborazione con "Criminali") e tematiche (in base agli eventi del territorio) ;

- Possibilità di **escursioni guidate personalizzate**, i turisti possono scegliere l'escursione in base ai propri interessi e necessità contattando direttamente la Guida al di fuori delle escursioni programmate e concordando con lei l'itinerario scelto;
- Possibilità di **richieste su tutto il territorio**: la guida rimane a disposizione del visitatore per qualsiasi necessità turistica ed escursionistica dando consigli, informazioni e suggerendo percorsi e attività. Sarà contattabile attraverso i recapiti e-mail e telefonico, ma anche sui social dedicati.
- **Mostre a tema** presso Il Rifugio Segavecchia a cura della Cooperativa Madreselva, presso la Biblioteca Il Martignano di Lizzano in Belvedere e la Biblioteca G.Martinelli di Porretta Terme;
- **Laboratori e letture "Storie Selvatiche"** presso le Biblioteche Comunali, una serie di incontri cadenzati settimanalmente dedicati ai più giovani, con particolare attenzione alle tematiche ambientali, alla natura e al nostro territorio montano;
- **Spettacolo teatrale** nello storico Paese di Monteacuto delle Alpi in collaborazione con la biblioteca di Crinale Solea;
- **Aperitivo bio** con musica e spettacolo presso la realtà florovivaistica del "Canappennino" nel borgo di Castelluccio con possibilità di visita al Castello Manservisi e presso altre aziende agricole locali che accetteranno di essere messe in rete;
- **Proiezioni per bambini e ragazzi** presso il Cinema Teatro "La Pergola" in collaborazione con la Cineteca di Bologna.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO

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

PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE

giugno - luglio – agosto – settembre 2025

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

- 1) **Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti:**

Tutto il progetto si concentra essenzialmente su alcune linee guida presenti nelle premesse dell'avviso PTPL 2025 stesso, ovvero:

- Promozione del territorio naturalistico dell'area appenninica che ci circonda con particolare interesse verso il Parco Regionale del Corno alle Scale, Il Parco dei Laghi Suviana e Brasimone, la Piccola Cassia in Gaggio Montano e nella variante che passa da Porretta Terme;
 - Visite legate al termalismo, alla storia centenaria delle acque di Porretta Terme;
 - Collaborazione con il progetto musico-naturale "Crinali" con escursioni organizzate ad hoc da parte della guida ed eventi musicali in punti prestabiliti;
 - Per quanto riguarda i motori: visite organizzate all'interno del museo DEMM di Porretta Terme;
 - Visite nei borghi storici del territorio (Castelluccio, Lustrola, Monteacuto delle Alpi, Pianaccio).
- 2) **Coerenza con gli obiettivi delle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027 e con il quadro di riferimento di cui alle premesse dell'Avviso PTPL 2025:**
 - Promozione turistica delle eccellenze enogastronomiche del territorio con visite alle aziende agricole locali e eventi organizzati per valorizzare i prodotti dell'Appennino;
 - Promozione del patrimonio musicale con visite ai Murales del Porretta Soul Festival e escursioni nel week-end dell'evento;

Il progetto nella sua interezza è studiato per valorizzare gli elementi identitari del territorio sia con la creazione di itinerari volti a far conoscere l'Appennino bolognese usando una promozione integrata tra cartaceo e web/social con fotografie in grado di catturare l'attenzione del turista, che con azioni culturali ed artistiche (mostre, laboratori, letture, proiezioni ecc ...) in grado di mettere in contatto i più giovani con le ricche realtà del territorio stesso. Verrà così dato spazio, non solo alla natura (centrale nel nostro territorio), ma anche alle antiche tradizioni e musiche che la modernità ci porta a dimenticare.

3) Coerenza interna fra gli obiettivi, i mercati, le azioni e i costi:

Verranno organizzate visite in alcune realtà produttive del territorio (Caseifici, Birrifici, Aziende Agricole ...) e degustazioni di prodotti locali. Verrà incentivato l'acquisto da parte del turista di prodotti tipici e dell'artigianato mostrati in tali visite.

4) Riduzione dell'impatto ambientale con indicazione delle relative misure previste

Dove possibile i turisti e la guida si muoveranno usando i trasporti pubblici. Visto il territorio in cui si opera, la creazione di materiale informativo cartaceo resta essenziale, seppur ridotta in quantità minore rispetto agli anni precedenti. Parallelamente l'iniziativa verrà promossa sui social collegati e sui siti comunali e di promozione turistica ad ampio raggio, nonché nel punto informativo di extraBo, nel Cartellone Bologna Estate e nei siti della Redazione Locale.

5) Azioni di promozione del turismo accessibile, in particolare in riferimento all'accessibilità a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive:

Le escursioni storico-culturali e quelle naturalistiche più semplici saranno rese disponibili anche a persone con disabilità motorie, sensoriali e cognitive. Nel depliant contenente il dettaglio delle escursioni verrà esplicitato il grado di difficoltà e di accessibilità.

Tutti gli spettacoli, le mostre e le letture saranno adatte a persone con qualsiasi tipo di disabilità cercando di organizzarsi al meglio per quanto riguarda le criticità territoriali. Per questo lasceremo sempre un numero per informazioni e prenotazioni in modo che chiunque abbia difficoltà potrà comunicarcele per tempo.

6) Previsione di vendita di biglietti a carico dell'utente finale per poter usufruire dei servizi promossi:

NO

7) Elementi di innovazione progettuale nell'ambito di iniziative consolidate del territorio, ovvero progetti inediti:

Nuovo progetto basato su passeggiate per un'immersione nei luoghi e nei suoni della natura. Lo chiamano Forest Bathing, un bagno nella foresta che, secondo diversi studi, regolarizza il sistema cardiocircolatorio ed incrementa la funzione del sistema immunitario. Il primo percorso a essere interessato dal progetto è il "Sentiero dei sette casoni" che parte dalla strada panoramica (percorso salute) che collega Lizzano in Belvedere con Vidiciatico per svilupparsi a mezza costa sul versante nord di Monte Pizzo. Il nome del percorso è legato al fatto che lungo questo sentiero sono situati sette metati, chiamati localmente "casoni", ossia costruzioni in pietra dove si essiccavano le castagne da portare al mulino. La scelta di questo sentiero è legata sia alla vicinanza con i centri turistici di Lizzano e Vidiciatico, sia perché la castanicoltura, fino a pochi decenni fa, era una delle principali attività per gli abitanti del Comune di Lizzano in Belvedere, per la presenza di alberi secolari. Lungo il percorso sono individuati punti di contemplazione o meditazione in prossimità dei "casoni" o di castagni secolari o altri alberi particolarmente suggestivi.

8) Promozione e messa a disposizione del Territorio Turistico di materiale foto e video, anche realizzato con drone:

Come l'anno scorso, ogni guida scatterà fotografie e farà video che renderà poi fruibili ai Comuni coinvolti ed a Città Metropolitana in modo da rendere l'esperienza "Appennino" ancora più attrattiva. La guida verrà dotata di "GoPro" di proprietà comunale.

Eventuale integrazione con progetti di promozione turistica promossi da altri enti sovraordinati, come ad esempio Apt Servizi, Regione Emilia-Romagna o Territorio Turistico Bologna-Modena:

Collaborazione con evento "Crinali" e con evento "La Notte Celeste" con creazione di visite ed escursioni a tema concordate con gli organizzatori per valorizzare gli eventi stessi.

Breve report dell'edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità:

Il progetto "L'Appennino Ritrovato" proposto per l'estate 2024, ha confermato la formula e progettazione degli ultimi anni e ha previsto la calendarizzazione delle escursioni dal 2 luglio al 2 settembre, prevedendo due escursioni guidate a settimana nelle giornate del sabato e della domenica. Le escursioni si sono svolte per la maggior parte all'interno del territorio comunale di Alto Reno Terme e quattro appuntamenti sono stati invece dedicati al territorio di Lizzano in Belvedere. Sono stati identificati itinerari che prevedessero diversi gradi di difficoltà per permettere la partecipazione di una diversificata tipologia di partecipanti, dalle visite turistiche in centro paese a Porretta Terme, a itinerari escursionistici con diverso chilometraggio e dislivello. Le escursioni del sabato, di tipologia escursionistica, si sono svolte sui numerosi sentieri del territorio, prevedendo itinerari per lo più ad anello con lunghezza variabile dai 5 ai 12 km adatti quindi ad escursionisti allenati, ma anche a persone con un basso livello di allenamento fisico. Le tematiche, scelte per la valorizzazione dei territori, vanno da quelle naturalistiche e ambientali (fauna, flora, geologia e geomorfologia) a quelle storiche (storia antica, medievale, storia moderna, seconda guerra mondiale e linea gotica), artistiche (arte religiosa, maestri comacini e scalpellini) ed enogastronomiche. Le escursioni e visite guidate programmate la domenica invece sono state dedicate alla storia e cultura locale con itinerari limitrofi di difficoltà turistica o escursionistica facile. Si è cercato di coinvolgere gli operatori del territorio, in particolare aziende agricole e di ristorazione, per favorire la valorizzazione delle produzioni locali e l'enogastronomia. Importante la collaborazione con associazioni e proloco del territorio per la valorizzazione dei piccoli borghi e un'accoglienza dei clienti dedicata. Le escursioni proposte hanno avuto durata variabile di mezza giornata o giornata intera, in modo da incontrare le esigenze sia di visitatori e famiglie senza allenamento particolare, sia di escursionisti più esperti. È stata prevista la possibilità di visite guidate personalizzate in giornate diverse dal sabato e dalla domenica: i clienti hanno potuto scegliere l'escursione in base ai propri interessi, contattando direttamente la guida. È inoltre stata garantita la disponibilità telefonica da parte della guida sette giorni su sette, per informazioni e necessità turistiche dei clienti. Associazione Appennino Geopark – APS Via Vigne 43, 40030 Castel di Casio (Bo) C.F. 91387430373 – Partita iva 03526411206 Mail: info@appenninogeopark.com Web: www.appenninogeopark.com. La guida che si è occupata interamente del progetto, è Michela Marcacci, guida ambientale escursionistica regolarmente autorizzata dalla Regione Emilia Romagna (tesserino n 33 rilasciato il 23/09/2019 Prov Bo) e provvista di assicurazione RC (assicurazione AIGAE Tessera n ER444). La partecipazione alle escursioni è stata gratuita per i turisti al fine di incentivare il pernottamento nelle strutture ricettive di Alto Reno Terme e Lizzano in Belvedere.

Il progetto e le escursioni sono stati apprezzati e molto richiesti. La partecipazione è stata molto elevata: in particolare le escursioni del sabato sono sempre state al completo e richiesto la creazione di liste d'attesa (max 15 turisti ad escursione). Numerosissime sono state le prenotazioni che arrivavano dalle vicine città e paesi, in particolare da Bologna ed è constatabile come, attraverso uno straordinario passaparola, contribuiscano a fare conoscere l'Appennino. I clienti degli alberghi sono certamente stati maggiormente presenti nelle visite guidate della domenica e richiesto anche visite guidate personalizzate infrasettimanali. La scelta di programmare il calendario escursionistico con appuntamenti al sabato e alla domenica, ha certamente ottenuto buoni risultati

in termini di pernottamenti, riuscendo a sfruttare e monitorare il progetto, per un diretto aumento delle presenze turistiche nel territorio comunale in particolare di Alto Reno Terme (ma con una minor scelta delle strutture alberghiere a favore di quelle extra-alberghiere).

Look Ap 2024 La collaborazione con la Cooperativa Madreselva ha dimostrato, come sempre, di riuscire a collegare varie realtà territoriali (borghi, aziende agricole, rifugi, biblioteca comunale, trekking, escursioni, attività artistiche), confermando il successo degli eventi dell'edizione Look Ap 2024 che hanno coinvolto educatori, guide escursionistiche, artisti e Pro Loco: hanno realizzato eventi nei borghi antichi del territorio in sinergia con le azioni turistiche culturali attuate a seguito del finanziamento PNRR Borghi di Montecatone delle Alpi.

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
Numero di partecipanti per ogni laboratorio, mostra, lettura, spettacolo	Registrazione dei partecipanti

TOTALE SPESE PREVISTE: € 17.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 17.000,00

PUNTEGGIO: 60

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

COMUNE DI LIZZANO IN BELVEDERE SPESA AMMESSA	Spese di preventivo IVA esclusa	Spese di preventivo IVA inclusa	Note
1. Promozione e comunicazione on line e off line			
Media e social media marketing	€	€ 200,00	
Web content (redazione e ottimizzazione contenuti, e-news...)	€	€ 300,00	
Stampa di materiale informativo (Specificare in note tipologia, quantitativi, lingua)	€	€ 2.000,00	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni di promozione e comunicazione</i>	€	€	
Totale spese per azioni di promozione	€	€ 2.500,00	
2. Promozione istituzionale			
Fiere *	€	€	
Press tour ed educational tour *	€	€	
Serate promozionali e workshop *	€	€	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni similari</i>	€	€	
*Le Azioni rientrano nel PPCT e/o nel Piano di APT servizi? <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO			

Se NO specificare motivazioni.....			
Totale spese per fiere e altri eventi promozionali	€	€	
3. Applicazioni per dispositivi mobili			
Realizzazioni e integrazioni di applicazioni per dispositivi mobili	€	€	
Ottimizzazione dei siti per fruizione da mobile	€	€	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni similari</i>	€	€	
Totale spese per applicazioni per dispositivi mobili	€	€	
4. Iniziative complementari all'offerta turistica del TT Bo-Mo			
Ideazione, realizzazione e promozione di itinerari tematici e esperienze	€	€14.500,00	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni complementari all'offerta del TT</i>	€	€	
Totale spese per itinerari turistici ed esperienze	€	€ 14.500,00	
5. Altre spese	€	€	
<i>Specificare eventuali ulteriori spese</i>	€	€	
Totale altre spese	€	€	
IMPORTO TOTALE DEL PROGETTO	€ 17.000,00 (iva inclusa)		

10) NUOVO CIRCONDARIO IMOLESE - BE IN WONDER LAND - CULTURE SPORT NATURE IN IMOLA AREA

P.G. n. 75134 del 18/11/2024

DESCRIZIONE SINTETICA

Il Nuovo Circondario Imolese dal 2020 gestisce la gestione del turismo in forma associata tra i dieci comuni del proprio territorio in base a ad apposita convenzione, attivando a tal fine numerose e diversificate azioni ed iniziative proponendo con formula identificativa ed identitaria unitaria il turismo nell'area imolese.

Tra le varie attività, nel 2025, per il quarto anno consecutivo intende realizzare il Progetto "BE IN WONDER LAND - culture sport nature in Imola area", già ammesso a finanziamento in base agli Avvisi Pubblici PTPL- Ambito 2- delle annualità 2022-23-24 .

In considerazione dei positivi risultati sia in termini di partecipazione che di gradimento dei numerosi turisti che hanno sperimentato le numerose esperienze proposte nelle precedenti edizioni nel territorio circondariale, la Giunta Circondariale ha deliberato di ripetere l'iniziativa anche per l'anno 2025.

Il Progetto ha come finalità principali:

- lo sviluppo di un prodotto turistico di valorizzazione e promozione dell'area territoriale di riferimento, tramite la realizzazione di una campagna di branding, programmata sia per i mercati consolidati sia per ampliare segmenti di prodotto specifici ritenuti particolarmente adatti a raggiungere l'obiettivo;

- la valorizzazione delle eccellenze del territorio a valenza turistica (culturali, agroalimentari, ambientali), promuovendo un turismo sostenibile basato sulla conoscenza delle identità, dei patrimoni e delle risorse naturali e culturali ed un turismo diffuso che utilizzi le leve della destagionalizzazione e delocalizzazione;
- lo sviluppo dell'offerta turistica dell'area di riferimento offrendo un prodotto turistico omogeneo e di qualità da realizzare e gestire insieme nei Comuni del Nuovo Circondario utilizzando ed ampliando sia i fattori identitari che le peculiarità specifiche degli stessi.

Il Progetto presenta, quale di punto di forza sperimentato, la propria brand identity, appunto "BE IN WONDER LAND", per contraddistinguere proposte di percorsi storico-naturalistici sia nei centri urbani che nelle alture e pianure dei Comuni del Nuovo Circondario Imolese, con l'accompagnamento di guide specializzate e, per l'edizione 2025, affiancate da esperti sulla storia, l'arte, l'ambiente e le eccellenze agroalimentari dei luoghi di visita.

Il tutto in coerenza con le "Linee Guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027", approvate con D.G.R. n.1413/2024 e con il P.P.C.T. per l'anno 2025 approvato con Delibera di Consiglio Metropolitan n.41-2024.

Il progetto 2025 di Be in Wonderland intende quindi proporre esperienze di c.d. "public history" strutturate con proposte di trekking, passeggiate, visite, ecc. immersive in luoghi specifici, percorsi, ecc. in maniera mettere a disposizione del turista anche conoscenze che evidenzino il rapporto fra storia, territorio e paesaggio. A tal fine, gran parte delle iniziative che verranno calendarizzate vedranno la presenza, appunto, di esperti (di storia, arte, ambiente, natura, astrofisica, ornitologia, colture e prodotti agro-alimentari, ecc.) con il ruolo di illustrare sotto altre prospettive i territori e, contestualmente, dialogare in maniera interattiva con i partecipanti alle esperienze.

Tali proposte si propongono di esercitano una grande attrazione e partecipazione di turisti e viaggiatori interessati oltre che ad effettuare le camminate sotto il profilo "turistico-sportivo" anche per conoscere e i nessi tra il passato e un territorio inteso come paesaggio umano in cui è iscritta la storia, divenendo quindi veri e propri "percorsi di conoscenza".

Si prevede la realizzazione di un massimo di 20 esperienze, come sopra descritte, alcune anche in notturna, con una partecipazione media di circa 30-50 persone a itinerario nel periodo da maggio a dicembre, in quanto si è constatato che esiste un forte interesse a tali tipologie di esperienze anche nei mesi autunnali e invernali, con conseguente indotto a livello turistico anche in periodi tradizionalmente "destagionalizzati".

Particolare attenzione verrà dedicata a proposte di esperienze accessibili, con possibilità di partecipazione di persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive, anche in collaborazione con associazioni del territorio.

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

La promozione avverrà sia nei formati tradizionali (depliant, brossure, ecc.), attraverso i social del Nuovo Circondario imolese (siti web, facebook, ecc), degli uffici turistici del Territorio (IAT-R, IAT, WELCOME ROOM), di ExtraBO e IF – Imola Faenza, ecc.

L'edizione 2024 a causa dei danni alluvionali di settembre/ottobre, ha generato dalla necessità di tracciare nuovi percorsi "sicuri" nelle aree fortemente colpite dall'emergenza alluvionale, con particolare riferimento a tutta la Vallata del Santerno.

AZIONI

1. Ideazione di itinerari tematici opportunamente studiati per garantire l'accessibilità anche ad un'utenza diversamente abile e a basso impatto ambientale;
2. inserimento degli itinerari all'interno dei siti e social turistici dei Comuni, nel sito della redazione locale, e degli altri portali turistici della destinazione (eXtraBO, IF, Bologna Welcome, ecc.);
3. realizzazione e stampa materiali promozionali dedicati (depliant, brochure - mappe, ecc.), con distribuzione presso tutti IAT- R e IAT, WELCOME ROOM, ExtraBo e altri punti strategici sotto il profilo della ricettività turistica (IF, Terme, Golf, ecc.);

4. Realizzazione di foto e video, anche con l'uso di drone, per il successivo utilizzo per la promozione turistica degli itinerari più rappresentativi con messa a disposizione dello stesso al Territorio Turistico, previa condivisione
5. attivazione di campagne di web marketing e social marketing;
6. coinvolgimento delle attività economiche connesse al progetto (commercio, agricoltura, artigianato, ecc.)to territoriale interessato.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO

L'ambito territoriale interessato è quello dei 10 Comuni del Nuovo Circondario Imolese.

PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE

Periodo estivo e autunnale

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

- 1) **Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti:**

L'elaborazione e la realizzazione di una proposta ampia che valorizza la storia, l'identità, le peculiarità, le eccellenze di un territorio di 130.000 abitanti consentirà di incrementare i flussi turistici rafforzando la rete fra comuni e qualificando l'offerta turistica locale.

- 2) **Coerenza con gli obiettivi delle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027 e con il quadro di riferimento di cui alle premesse dell'Avviso PTPL 2025:**

- Cultura (Borgo di Dozza, Ponte Alidosi di Castel del Rio, Rocca di Imola, Rocca di Dozza, ecc.)
- Outdoor Active&Slow (– Cammini da consolidare)
- Natura e Benessere
- Food & Wine

- 3) **Coerenza interna fra gli obiettivi, i mercati, le azioni e i costi:**

Il budget previsto consentirà di realizzare un programma unitario di esperienze in grado di rivolgerci non solo ai residenti del Nuovo Circondario Imolese ma di coinvolgere anche il pubblico bolognese e dei territori limitrofi di Faenza e Ravenna.

- 4) **Riduzione dell'impatto ambientale con indicazione delle relative misure previste**

Le attività che saranno programmate saranno rispettose dell'ambiente con particolare riferimento ad una gestione accurata dei rifiuti che, se prodotti durante gli eventi, saranno raccolti attraverso la promozione della raccolta differenziata.

- 5) **Azioni di promozione del turismo accessibile, in particolare in riferimento all'accessibilità a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive:**

Organizzazione e promozione di Passeggiate accessibili a persone con disabilità motorie.

- 6) **Previsione di vendita di biglietti a carico dell'utente finale per poter usufruire dei servizi promossi:**

NO

7) Elementi di innovazione progettuale nell'ambito di iniziative consolidate del territorio, ovvero progetti inediti:

L'elemento di innovazione risiede nel programmare ogni anno iniziative nuove per riscoprire la storia del territorio.

8) Promozione e messa a disposizione del Territorio Turistico di materiale foto e video, anche realizzato con drone:

- foto/video durante le iniziative verranno fatte foto funzionale alla promozione degli eventi previsti nella programmazione e di uno o più video promozionali

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

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

TOTALE SPESE PREVISTE: € 10.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 10.000,00

PUNTEGGIO: 68

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

NUOVO CIRCONDARIO IMOLESE SPESA AMMESSA	Spese di preventivo IVA esclusa	Spese di preventivo IVA inclusa	Note
1. Promozione e comunicazione on line e off line			
Media e social media marketing	€	€ 500,00	
Web content (redazione e ottimizzazione contenuti, e-news...)	€	€	
Stampa di materiale informativo (Specificare in note tipologia, quantitativi, lingua)	€	€ 3.500,00	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni di promozione e comunicazione - Servizi fotografici - video</i>	€	€ 1.500,00	
Totale spese per azioni di promozione	€	€ 5.500,00	
2. Promozione istituzionale			
Fiere *	€	€	
Press tour ed educational tour *	€	€	

Serate promozionali e workshop *	€	€	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni similari</i>	€	€	
*Le Azioni rientrano nel PPCT e/o nel Piano di APT servizi? <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO Se NO specificare motivazioni.....			
Totale spese per fiere e altri eventi promozionali	€	€	
3. Applicazioni per dispositivi mobili			
Realizzazioni e integrazioni di applicazioni per dispositivi mobili	€	€	
Ottimizzazione dei siti per fruizione da mobile	€	€	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni similari</i>	€	€	
Totale spese per applicazioni per dispositivi mobili	€	€	
4. Iniziative complementari all'offerta turistica del TT Bo-Mo			
Ideazione, realizzazione e promozione di itinerari tematici e esperienze	€	€ 4.500,00	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni complementari all'offerta del TT</i>	€	€	
Totale spese per itinerari turistici ed esperienze	€	€ 4.500,00	
5. Altre spese	€	€	
<i>Specificare eventuali ulteriori spese</i>	€	€	
Totale altre spese	€	€	
IMPORTO TOTALE DEL PROGETTO	€ 10.000,00 (iva inclusa)		

11) COMUNE DI CASTEL SAN PIETRO TERME - LA NOTTE CELESTE

P.G. n. 75157 del 18/11/2024

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. COMUNE DI ALTO RENO TERME

DESCRIZIONE SINTETICA

Il progetto "La Notte Celeste", edizione 2025, è l'appuntamento termale più importante della stagione per gli stabilimenti e i comuni termali dell'Emilia Romagna.

Si tratta di progetto afferente a iniziativa promossa da altro ente sovraordinato (APT Servizi).

La manifestazione consolidata si svolge ogni anno in tutte le città termali dell'Emilia Romagna nelle stesse giornate stabilite a livello regionale in collaborazione con APT Servizi.

Il principale mercato obiettivo di riferimento del progetto è “Natura e Benessere” con particolare riferimento al sistema termale e al settore wellness, quale elemento principale per il potenziamento della attrattività turistica e per incrementare il numero di presenze, contribuendo a creare un’immagine positiva di territorio in cui vivere momenti in pieno relax e a contatto con la natura.

Gli altri obiettivi di riferimento sono:

- “Musica” in modo da realizzare un progetto turistico in cui benessere, attività all’aria aperta, cultura e performance artistico musicali si incontrano in piena sinergia
- “Food&Wine” con degustazioni di prodotti del territorio

La promozione del termalismo e del turismo termale, risulta sempre più orientata ad offrire proposte indirizzate a un target familiare per favorire il benessere psico-fisico delle persone. Sviluppare il turismo termale significa anche creare un’immagine positiva ed uno sviluppo economico non solo per i Comuni termali, ma anche per tutta l’area metropolitana di Bologna.

Si tratta di un progetto turistico per valorizzare il “prodotto terme” con un ampio cartellone condiviso, che prevede animazioni, spettacoli, musica, intrattenimenti, laboratori, escursioni e attività all’aria aperta.

Il progetto intende valorizzare turisticamente il concetto del “benessere” quale opportunità per migliorare la qualità della vita in piena armonia tra corpo, mente e spirito.

Verranno organizzate escursioni alla scoperta delle aree territoriali coinvolte, visite agli stabilimenti termali ed alle sorgenti delle acque termali, spettacoli di arte performativa, intrattenimenti musicali, laboratori e giochi per bambini.

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

Tutti gli eventi in programma verranno pubblicati sul sito ufficiale www.lanotteceleste.it ed inoltre la promozione dell’iniziativa verrà effettuata utilizzando l’immagine coordinata realizzata da APT Servizi.

AZIONI

1. Programmazione, organizzazione e realizzazione della manifestazione “La Notte Celeste nei due comuni termali
2. Creazione di momenti di attrazione per i giovani, bambini e famiglie
3. Realizzazione di spettacoli ed eventi musicali dal pomeriggio sino a notte, specie nella giornata del sabato
4. Organizzazione di escursioni, esperienze, visite guidate presso le sorgenti termali, con apertura serale degli stabilimenti
5. Organizzazione di spettacoli musicali e di arti performative

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO

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

PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE

La manifestazione si svolgerà in date fissate a livello regionale da APT Servizi della Regione Emilia – Romagna, indicativamente tra giugno e agosto 2025.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

- 1) **Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l’attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l’offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti:**

L’offerta è rivolta ai turisti e visitatori alla ricerca di benessere psicofisico, svago, cultura e attività all’aria aperta. Con questo progetto incentrato sugli obiettivi “Natura e Benessere”, “Musica” e “Food&Wine”, si vuole potenziare l’attrattività turistica con particolare attenzione ai punti di forza propri dei territori

caratterizzati dalle sorgenti di acqua termali, al fine di attrarre nuovi visitatori e contribuire a rafforzare l'immagine positiva di un territorio in cui gli elementi distintivi sono il benessere e il vivere slow.

2) Coerenza con gli obiettivi delle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027 e con il quadro di riferimento di cui alle premesse dell'Avviso PTPL 2025:

Il prodotto turistico che si intende promuovere riguarda il settore del wellness e del sistema termale. Gli interventi saranno realizzati in coerenza con le "Linee guida triennali per la promo – commercializzazione turistica regionale triennio 2025 – 2027" e in piena sinergia con APT Servizi. Il progetto è finalizzato a promuovere il sistema termale presente sul territorio e a favorire la destagionalizzazione dei flussi turistici per rafforzare sempre di più il mercato di riferimento. Si realizzerà una sinergia esecutiva tra pubblico e organizzazioni territoriali private di tutta la filiera turistica del wellness, con un rafforzamento dell'identità e dell'immagine del Territorio Turistico Bologna – Modena.

In particolare, il progetto vuole sviluppare azioni di promozione e valorizzazione dell'identità del territorio, al fine di ampliare il numero di visitatori e turisti degli stabilimenti termali delle aree territoriali coinvolte.

I Comuni di Castel San Pietro Terme e di Alto Reno Terme si identificano, da sempre, con le acque termali sulfuree e salsobromiodiche, conosciute fin dall'antichità per le proprietà benefiche e curative.

Il progetto vuole inoltre favorire l'accessibilità e la sostenibilità ambientale per un turismo slow e all'aria aperta.

3) Coerenza interna fra gli obiettivi, i mercati, le azioni e i costi:

Gli obiettivi del progetto sono "Natura e Benessere", "Musica" e "Food&Wine".

Il progetto risulta quindi in piena coerenza con i principi contenuti nell'Avviso PTPL 2025 per il Territorio di Bologna ed in ossequio con quanto espresso nelle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027. Le azioni e i costi per l'organizzazione di manifestazioni di promozione del turismo termale, di escursioni, di esperienze, di intrattenimenti artistico musicali rispecchiano gli obiettivi indicati e sono indirizzati principalmente al Mercato Nazionale ed Europeo.

4) Riduzione dell'impatto ambientale con indicazione delle relative misure previste

Nelle due località termali si organizzeranno manifestazioni, spettacoli, eventi musicali, escursioni, esperienze, visite guidate termali all'insegna della sostenibilità in modo da minimizzare e ridurre l'impatto ambientale (al riguardo, in primis, tutti gli eventi saranno "plastic free").

5) Azioni di promozione del turismo accessibile, in particolare in riferimento all'accessibilità a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive:

Le attività e le esperienze che verranno organizzate saranno all'insegna del relax, della ricerca del benessere per raggiungere una piena armonia tra corpo e mente. Il progetto prevede azioni finalizzate a coinvolgere in prima battuta un target familiare in modo da garantire la massima accessibilità a tutti, con particolare riferimento ai bambini, alle famiglie e alle persone con disabilità. Il progetto è infatti finalizzato all'inclusione sociale da parte di tutti, nessuno escluso.

6) Previsione di vendita di biglietti a carico dell'utente finale per poter usufruire dei servizi promossi:

NO

7) Elementi di innovazione progettuale nell'ambito di iniziative consolidate del territorio, ovvero progetti inediti:

Quale elemento innovativo dell'edizione 2025, il progetto "La Notte Celeste", vuole valorizzare a livello turistico gli antichi e suggestivi antichi parchi degli stabilimenti termali dei due Comuni partecipanti, ricchi di

piante rare e alberi secolari, facendoli divenire sede dei principali spettacoli artistico musicali previsti in programma, nonché sedi di visite guidate ed iniziative collaterali a carattere storico-naturalistico.

8) Promozione e messa a disposizione del Territorio Turistico di materiale foto e video, anche realizzato con drone:

- foto/video verranno realizzati materiali fotografici e audiovisivi a disposizione del territorio turistico

Eventuale integrazione con progetti di promozione turistica promossi da altri enti sovraordinati, come ad esempio Apt Servizi, Regione Emilia-Romagna o Territorio Turistico Bologna-Modena:

Tutte le attività di programmazione e di comunicazione saranno realizzate in stretta sinergia con APT Servizi, la Regione Emilia – Romagna e il Territorio Turistico Bologna – Modena. Il progetto prevede azioni di promozione sia tramite i canali digitali che attraverso stampe di materiali nelle forme tradizionali nelle tipologie: manifesti, locandine, depliant.

Il materiale sarà distribuito presso i punti di maggior frequentazione turistica del territorio metropolitano (IAT-R, IAT, Welcome Room, ExtraBo, IF, Bologna Welcome, Centri termali, ecc.).

L’evento sarà promosso attraverso i canali web regionali, delle rispettive redazioni locali, degli stabilimenti termali e altri siti di promozione turistica collegati.

Si realizzeranno azioni di promozione in grado di sviluppare elementi identitari del territorio termale in sinergia con APT Servizi e con gli stabilimenti termali presenti nell’area di riferimento.

Breve report dell’edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità:

La Notte Celeste è una manifestazione consolidata e ogni anno viene potenziata per rafforzare sempre di più la sua attrattività. Nel 2024 si è realizzato un programma indirizzato principalmente a un target familiare con l’obiettivo scoprire gli stabilimenti termali e le sorgenti delle aree coinvolte.

Nei due stabilimenti termali si sono organizzate iniziative di intrattenimento di Street Food, laboratori per bambini, luna park, giochi, escursioni, camminate, presentazione di libri, dj set e spettacoli di acqua e fuoco. Non sono emerse particolari criticità, dato l’elevato numero di partecipanti (stimate oltre 6.000 persone), ma ci sono alcuni elementi innovativi che verranno messi in atto nel 2025: in particolar modo la necessità di potenziare gli spettacoli artistico musicali e di arti performative per consolidare il target relativo alle famiglie e cercare di coinvolgere sempre di più un target giovanile di “Millennials” e “Generazione Z” (tipologia di pubblico meno presente nelle precedenti edizioni e verso cui intensificare le azioni di promozione). La Notte Celeste è stato uno dei momenti più partecipati della stagione estiva degli stabilimenti termali nei Comuni di Castel San Pietro Terme e di Alto Reno Terme, territori in cui le sorgenti di acque termali rappresentano un forte elemento identitario e di attrazione turistica con correlati indotti economici.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Partner e operatori economici coinvolti	<input type="checkbox"/> Numero operatori economici e partner coinvolti nel progetto
Eventi	<input type="checkbox"/> Numero eventi realizzati <input type="checkbox"/> Numero partecipanti agli eventi e iniziative (es. camminate, escursioni, visite guidate, spettacoli)
Materiali di promozione	<input type="checkbox"/> Numero azioni di promozione digitale <input type="checkbox"/> Numero pubblicazioni sui giornali e riviste <input type="checkbox"/> Numero dépliant distribuiti

TOTALE SPESE PREVISTE: € 26.000,00
TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 26.000,00
PUNTEGGIO: 60
FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

NUOVO CIRCONDARIO IMOLESE SPESA AMMESSA	Spese di preventivo IVA esclusa	Spese di preventivo IVA inclusa	Note
1. Promozione e comunicazione on line e off line			
Media e social media marketing	€ 819,68	€ 1.000,00	
Web content (redazione e ottimizzazione contenuti, e-news...)	€	€	
Stampa di materiale informativo (Specificare in note tipologia, quantitativi, lingua)	€ 4.098,37	€ 5.000,00	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni di promozione e comunicazione</i>	€	€	
Totale spese per azioni di promozione	€ 4.918,05	€ 6.000,00	
2. Promozione istituzionale			
Fiere *	€	€	
Press tour ed educational tour *	€	€	
Serate promozionali e workshop *	€	€	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni similari</i>	€	€	
*Le Azioni rientrano nel PPCT e/o nel Piano di APT servizi? <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO Se NO specificare motivazioni.....			
Totale spese per fiere e altri eventi promozionali	€	€	
3. Applicazioni per dispositivi mobili			
Realizzazioni e integrazioni di applicazioni per dispositivi mobili	€	€	
Ottimizzazione dei siti per fruizione da mobile	€	€	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni similari</i>	€	€	
Totale spese per applicazioni per dispositivi mobili	€	€	
4. Iniziative complementari all'offerta turistica del TT Bo-Mo			
Ideazione, realizzazione e promozione di itinerari tematici e esperienze	€ 16.393,45	€ 20.000,00	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni complementari all'offerta del TT</i>	€	€	
Totale spese per itinerari turistici ed esperienze	€ 16.393,45	€ 20.000,00	
5. Altre spese	€	€	

<i>Specificare eventuali ulteriori spese</i>	€	€	
Totale altre spese	€	€	
IMPORTO TOTALE DEL PROGETTO	€ 26.000,00 (iva inclusa)		

12) MUTUA SALSAMENTARI 1876 BOLOGNA - TAGLIERE SALSAMENTARI 1876 DE.CO.

P.G. n. 75161 del 18/11/2024
Integrazione P.G. n. 76044 del 21/11/2024
Integrazione P.G. n. 76099 del 21/11/2024
Integrazione P.G. n. 76273 del 21/11/2024
Integrazione P.G. n. 76455 del 22/11/2024
Integrazione P.G. n. 76537 del 22/11/2024

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. Comune di Zola Predosa
2. Comune di Ozzano dell'Emilia
3. Comune di San Giorgio di Piano
4. Comune di Casalecchio di Reno
5. Comune di San Lazzaro di Savena
6. PARTNER PRIVATI: Associazione Culturale APS TERRITORI® Narrative Italian Landscape sistema di co-progettazione per la sostenibilità e la comunicazione riguardanti territori, persone, arte, turismo, ambiente.
7. ASCOM CONFCOMMERCIO
8. CONFESERCENTI
9. CES.CONF
10. IPSAR – ISTITUTO ALBERGHIERO VERONELLI
11. Comune di Bologna (De.Co.)
12. Slow Food Condotta di Ravenna
13. ANT

DESCRIZIONE SINTETICA

Il progetto "Il Tagliere dei Salsamentari De.Co. 1876" si propone di valorizzare e promuovere il ricco patrimonio enogastronomico del territorio bolognese, con un focus particolare sui prodotti a Denominazione Comunale (De.Co.). Un pensiero che attraversa un percorso storico che parte dalla bolla papale del 1661 e arriva fino ai giorni nostri, il progetto sottolinea l'importanza dei prodotti tipici locali nell'identità e nell'economia del territorio.

Obiettivi principali:

- Valorizzazione dei prodotti De.Co.: Promuovere e tutelare i prodotti a Denominazione Comunale, sottolineando la loro qualità, la tradizione e il legame con il territorio.
- Sostegno alla filiera corta: Favorire il rapporto diretto tra produttori e consumatori, valorizzando le piccole realtà produttive e le tecniche di lavorazione artigianali.
- Promozione turistica: Posizionare il territorio bolognese come destinazione enogastronomica di eccellenza, attrarre visitatori interessati a scoprire i sapori autentici e le tradizioni locali.
- Educazione alimentare: Sensibilizzare i consumatori all'importanza di una alimentazione sana e sostenibile, legata al territorio e alla stagionalità dei prodotti.

- **Innovazione:** Il progetto si presenta come un'iniziativa innovativa nel panorama della valorizzazione dei prodotti locali, coniugando tradizione e modernità.
- **Sostenibilità:** L'attenzione alla filiera corta e alla qualità dei prodotti è in linea con i principi della sostenibilità ambientale ed economica.
- **Territorialità:** Il progetto è fortemente radicato nel territorio e contribuisce a rafforzare l'identità locale.
- **Partecipazione:** Il coinvolgimento dei Comuni di: Zola Predosa, Ozzano dell'Emilia, San Giorgio di Piano, Casalecchio di Reno, San Lazzaro di Savena, produttori locali, delle associazioni di categoria e degli enti pubblici è fondamentale per la riuscita del progetto.
- **Impatto economico:** Il progetto ha il potenziale di generare un impatto positivo sull'economia locale, favorendo lo sviluppo del turismo e la creazione di nuove opportunità lavorative.
- **Misurabilità:** Gli obiettivi del progetto sono misurabili attraverso indicatori specifici, come ad esempio l'aumento delle vendite dei prodotti De.Co., il numero di visitatori attratti, il grado di soddisfazione dei consumatori.

Il progetto "Il Tagliere dei Salsamentari De.Co. 1876" rappresenta quindi un'opportunità unica per valorizzare il patrimonio enogastronomico del territorio bolognese e promuovere, anche attraverso un turismo enogastronomico rinnovato, più consapevole e più attento, lo sviluppo sostenibile del territorio. L'iniziativa, grazie alla sua originalità e alla sua capacità di coinvolgere diversi attori locali, ha un alto potenziale di successo e contribuisce a posizionare Bologna come una delle principali destinazioni enogastronomiche italiane.

AZIONI

1. Produzione e pubblicazione del libro [titolo da definire], un Manuale sulla salumeria bolognese e il Tagliere dei Salsamentari De.Co. 1876 in condivisione con i Partner istituzionali come Comuni, produttori e associazioni di categoria.

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

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

Convocazione per conferenza stampa di presentazione dell'avanzamento del progetto in oggetto. Definizione di eventi pubblici di presentazione e promozionali.

3.

a) Promozione del prodotto turistico Bologna Modena attraverso le diverse azioni. b) Laboratori e altre azioni partecipative.

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

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

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO

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

PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE

Anno 2025

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

- 1) Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti:**

Possiamo dire che, anche grazie al progetto Tagliere dei Salsamentari De.Co. 1876, il turismo enogastronomico nel territorio bolognese è in costante crescita. Sempre più visitatori sono attratti dalla possibilità di scoprire i segreti della produzione dei salumi, di partecipare a degustazioni guidate e di visitare le aziende agricole locali. Attraverso itinerari personalizzati, è possibile visitare aziende agricole, laboratori artigianali e ristoranti, e assaggiare prodotti di altissima qualità. Con il nostro progetto stiamo sollecitando chiunque oggi espone il marchio De.Co. a contribuire a spostare l'ago della bilancia verso l'alta qualità e la genuinità. Una azione che diviene sempre più cogente affinché, l'esperienza del turista, ma anche del residente, sia unica e "ripetibile" e induca tutti ad elevarsi.

- 2) Coerenza con gli obiettivi delle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027 e con il quadro di riferimento di cui alle premesse dell'Avviso PTPL 2025:**

Le azioni di promozione proprie non sono solo coerenti, ma si integrano con le linee guida e altresì con quelle della Destinazione della Città Metropolitana di Bologna, del Territorio turistico Bologna Modena, e quelle relative alla commercializzazione del prodotto turistico della Fondazione Bologna Welcome con relativa ricaduta economica sul territorio della Città metropolitana di Bologna e del Territorio Turistico limitrofo.

- 3) Coerenza interna fra gli obiettivi, i mercati, le azioni e i costi:**

Si dichiara la conformità e la coerenza rispetto alle linee guida triennali di Città Metropolitana sia per gli obiettivi che i costi e i mercati. Si precisa che in riferimento ai mercati l'obiettivo del presente progetto sarà rafforzare quello territoriale, regionale e nazionale, incrementare quello europeo e extra-europeo segnatamente verso USA, Giappone, Cina e del Sud America. Per altri Paesi, ora coinvolti in vicende belliche, siamo pronti ad approcciarli quando le condizioni di sicurezza saranno tali da poter effettuare scambi.

- 4) Riduzione dell'impatto ambientale con indicazione delle relative misure previste**

attraverso la pubblicazione del nostro libro si sensibilizzeranno in particolar modo atti virtuosi come l'attenzione alla filiera corta, alla qualità, all'attenzione nella produzione dei prodotti circa lo spreco e il riutilizzo di materie prime, attenzione nella trasformazione da materia prima a secondaria, il tutto affinché anche il consumo degli stessi sia in linea con i principi della sostenibilità ambientale ed economica.

- 5) Azioni di promozione del turismo accessibile, in particolare in riferimento all'accessibilità a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive:**

Una particolare sensibilità è rivolta alla integrazione di persone è manifesta.

- 6) Previsione di vendita di biglietti a carico dell'utente finale per poter usufruire dei servizi promossi:**

NO

7) Elementi di innovazione progettuale nell'ambito di iniziative consolidate del territorio, ovvero progetti inediti:

Fermo restando il concetto e il rispetto della tradizione, il settore della salumeria è sempre stato all'avanguardia. Il libro, con l'edizione anche di un manuale inedito, segue a quello pubblicato nel 1948 dal Socio della Mutua Salsamentari, Gaetano Lanzarini, può definirsi una vera innovazione organizzativa dell'arte salumiera, un vero e proprio vademecum della Bottega Moderna. Al suo interno si racconta come i salumieri bolognesi abbiano saputo applicare un'innovazione di processo e adattarsi ai cambiamenti del mercato, conquistando i palati di tutto il mondo. L'innovazione incrementale è alla base del Progetto Tagliere dei Salsamentari De.Co. 1876, che garantisce il continuo e graduale miglioramento di prodotti o servizi esistenti, ed è inedito e rigenerativo per il territorio tutto in quanto in continuità con le istanze che furono alla radice della nascita della Società di Mutuo Soccorso, introducendo ancora oggi nuove idee e soluzioni per affrontare problemi sociali.

8) Promozione e messa a disposizione del Territorio Turistico di materiale foto e video, anche realizzato con drone:

- **foto/video** Immagini e video realizzati in previsione del libro saranno messi a disposizione
- **drone** Non ancora realizzato

Eventuale integrazione con progetti di promozione turistica promossi da altri enti sovraordinati, come ad esempio Apt Servizi, Regione Emilia-Romagna o Territorio Turistico Bologna-Modena:

Come detto anche più sopra, con questo Progetto ci si integra, rapporta e collabora con diversi attori del territorio, Enti, Amministrazioni e con tutti coloro che partecipano alla promozione turistica del territorio stesso.

Breve report dell'edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità:

Il Comitato di valutazione già istituito nella fase di start-up del progetto del Tagliere dei Salsamentari De.Co. rappresentato dai signori Davide Simoni, Roberto Melloni, Mirco Montebugnoli e Giorgio Mingardi, nel rispetto degli obiettivi prefissati e di supervisione dei contenuti e delle modalità di svolgimento delle azioni e delle singole iniziative ha constatato che i risultati ottenuti sono in linea e quindi non si discostano dagli obiettivi prefissati nel programma di lavoro predisposto per l'anno 2024.

Più precisamente il gruppo di lavoro ha confermato coesione e condivisione di idee e visioni che hanno prodotto un clima di lavoro ottimale e produttivo. La ripartizione dei compiti per ruoli è avvenuta in maniera naturale e questi elementi hanno fatto sì che le azioni di progetto prefissate siano state portate a termine con puntualità e precisione. Siamo quindi pronti e preparati per affrontare la terza fase di progetto che prevede diversi elementi innovativi - tra questi un libro - manuale - tutorial inedito e coinvolgente.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCANTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCANTRO DEI RISULTATI
<p>1. Produzione e pubblicazione del libro [titolo da definire], un Manuale sulla salumeria bolognese e il Tagliere dei Salsamentari De.Co. 1876 in condivisione con i Partner istituzionali come Comuni, produttori e associazioni di categoria.</p> <p>2. Ampliamento e ulteriore sviluppo del gruppo di lavoro. Programmazione delle attività della social media manager e implementazione del team di gestione dei profili social della Mutua SALSAMENTARI e del TAGLIERE DEI SALSAMENTARI e del sito dedicato al progetto. Presentazione e Pubblicizzazione del progetto, attraverso i media e altre azioni di comunicazione che previste.</p> <p>Identità visiva; diffusione del logo Tagliere dei Salsamentari 1876; diffusione del manifesto e del Codice Etico del tagliere; implementazione della Mappa virtuale su Google Maps con Account Salsamentari; ideazione di altri percorsi in gratuità sulla Città Metropolitana di Bologna e sul Territorio Turistico Bologna-Modena e creazione di itinerari turistici sulla Città Metropolitana di Bologna e sul Territorio Turistico Bologna-Modena; Progettazione di ulteriori strumenti web, itinerari, foto, video, schede digitali con contenuti sui luoghi e produttori da visitare, su servizi turistici e attività Salsamentari coinvolte. Progettazione di strumenti audiovisivi del progetto. Convocazione per conferenza stampa di presentazione dell'avanzamento del progetto in oggetto. Definizione di eventi pubblici di presentazione e promozionali.</p> <p>3.</p> <p>a) Promozione del prodotto turistico Bologna Modena attraverso le diverse azioni. b) Laboratori e altre azioni partecipative.</p> <p>c) Risultati delle diverse azioni e creazione di un format dei Salsamentari.</p> <p>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.</p>	<p>MONITORAGGIO. Un Comitato di valutazione è stato istituito nella fase di start-up del progetto. Suo compito è stato nel 2023 e sarà in seguito quello di monitorare le attività previste dal Progetto nel rispetto degli obiettivi prefissati e di supervisionare i contenuti e le modalità di svolgimento delle azioni delle singole iniziative e dei rispettivi risultati. Il Comitato, dopo i primi incontri di insediamento e di indirizzo, si riunirà con cadenza mensile. Nello specifico, si prevede una valutazione di processo ed una valutazione di risultato. Ogni 3 mesi il Comitato elaborerà un report che registi lo stato di 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>Si è infine riscontrato un reale incremento di interesse al progetto Tagliere dei Salsamentari De.Co. 1876 da parte di esercenti e consumatori.</p>

TOTALE SPESE PREVISTE: € 32.786,83 (iva esclusa) somma corretta d'ufficio

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 32.786,83 (iva esclusa) somma corretta d'ufficio

PUNTEGGIO: 50

FASCIA DI VALUTAZIONE: BASSA

MUTUA SALSAMENTARI 1876 BOLOGNA SPESA AMMESSA	Spese di preventivo IVA esclusa	Spese di preventivo IVA inclusa	Note
1. Promozione e comunicazione on line e off line			
Media e social media marketing	€ 3.688,52	€ 4.500,00	
Web content (redazione e ottimizzazione contenuti, e-news...)	€ 2.868,85	€ 3.500,00	
Stampa di materiale informativo (Specificare in note tipologia, quantitativi, lingua)	€ 18.442,60	€ 22.500,00	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni di promozione e comunicazione</i>	€	€	
Totale spese per azioni di promozione	€ 24.999,97	€ 30.500,00	
2. Promozione istituzionale			
Fiere *	€	€	
Press tour ed educational tour *	€ 1.229,50	€ 1.500,00	
Serate promozionali e workshop *	€ 4.098,36	€ 5.000,00	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni similari</i>	€	€	
*Le Azioni rientrano nel PPCT e/o nel Piano di APT servizi? <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO Se NO specificare motivazioni.....			
Totale spese per fiere e altri eventi promozionali	€ 5.327,86	€ 6.500,00	
3. Applicazioni per dispositivi mobili			
Realizzazioni e integrazioni di applicazioni per dispositivi mobili	€	€	
Ottimizzazione dei siti per fruizione da mobile	€ 1.229,50	€ 1.500,00	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni similari</i>	€	€	
Totale spese per applicazioni per dispositivi mobili	€ 1.229,50	€ 1.500,00	
4. Iniziative complementari all'offerta turistica del TT Bo-Mo			
Ideazione, realizzazione e promozione di itinerari tematici e esperienze	€ 1.229,50	€ 1.500,00	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni complementari all'offerta del TT</i>	€	€	
Totale spese per itinerari turistici ed esperienze	€ 1.229,50	€ 1.500,00	
5. Altre spese	€	€	
<i>Specificare eventuali ulteriori spese</i>	€	€	
Totale altre spese	€	€	
IMPORTO TOTALE DEL PROGETTO	€ 32.786,88 (iva esclusa) € 32.786,83 (iva esclusa)		

Corretto d'ufficio errore somma importi iva esclusa.

13) COMUNE DI SAN GIOVANNI IN PERSICETO - FOOD & SOUL: VIAGGI TRA SAPORI, MUSICA E SPIRITUALITA'

P.G. n. 75174 del 18/11/2024
Integrazione P.G. n. 78908 del 02/12/2024
Integrazione P.G. n. 78945 del 02/12/2024

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. Comune di Crevalcore

DESCRIZIONE SINTETICA

Nell'anno del Giubileo universale del 2025 si propone un affascinante viaggio nel tempo, nella storia e nella musica alla scoperta di luoghi custodi della bellezza del patrimonio religioso, architettonico e culturale del territorio.

I percorsi proposti permettono di esplorare con lentezza luoghi spesso nascosti o situati in aree rurali, godendo della tranquillità e del fascino dei paesaggi. Si rivolge a vari target turistici interessati alla cultura e alla spiritualità, oltre che alla natura e al turismo sostenibile.

Il progetto prevede dei tour cicloturistici e di trekking urbani con tappe che toccano chiese storiche, piccoli oratori, santuari, ex conventi e cappelle, offrendo ai turisti la possibilità di immergersi nella storia religiosa e artistica della zona. L'itinerario si snoda attraverso piste ciclabili, borghi e piccoli centri abitati.

Un tour tra chiostri, chiese e musica è un'esperienza che unisce la bellezza architettonica dei luoghi sacri, la spiritualità e il potere evocativo della musica dal vivo.

Gli obiettivi principali del progetto Food & Soul: viaggi tra sapori, musica e spiritualità sono:

- Incrementare il turismo culturale della Pianura e dei suoi Borghi, attirando un pubblico locale e nazionale interessato alla storia, all'arte e alla musica;
- Promuovere il patrimonio artistico e religioso dei comuni della Pianura attraverso visite guidate a luoghi sacri storici;
- Creare un'offerta unica di concerti di musica classica, corale e sacra, sfruttando l'acustica e l'atmosfera suggestiva delle chiese;
- Coinvolgere i produttori delle De.Co (Brazadela/Africanetto) e dei prodotti a Km 0;
- Incrementare la cultura del turismo lento e responsabile;
- Implementare la visita: ai Musei diocesani come il Museo di Arte Sacra, alle chiese presenti sul territorio ad es. San Silvestro e la Rotonda (Oratorio della Natività di Maria);
- far scoprire luoghi piccoli e solitamente non accessibili in quanto privati es la chiesa di Santa Croce e il Santuario Madonna della Valle.

AZIONI

Ecco una descrizione di come potrebbe svolgersi un itinerario suggestivo di questo tipo:

1. 1. Introduzione al Tour e alla Storia Locale

Si parte da un punto di incontro comune, dove una guida esperta racconta la storia locale, spiegando l'importanza storica e artistica dei luoghi che si incontrano lungo il percorso. Con l'aiuto di una mappa, si delineano le tappe principali, accennando ai momenti musicali che accompagneranno la visita.

2. Percorsi a piedi o in bicicletta

Le tappe dei diversi percorsi prevedono sosta e visita ai chiostri medievali; chiese storiche e monumentali; oratori; pievi e altri gioielli d'architettura/arte sacra. Questi luoghi offrono uno spazio raccolto e silenzioso, ideale per immergersi in una dimensione di pace e di raccoglimento. La guida si sofferma sulle caratteristiche

uniche di ogni edificio descrivendo: le decorazioni, gli affreschi, gli elementi simbolici, la maestosa architettura gotica o barocca e le opere d'arte in essi custoditi, che richiamano la vita spirituale del luogo.

3. Momento Musicale

In uno di questi luoghi si tiene un breve concerto di musica classica o corale, una breve performance di organo o di canto sacro dove i suoni riecheggiano creando un'atmosfera magica trasportando i visitatori in una dimensione spirituale senza tempo.

4. Pausa e Degustazione

I tour prevedono una sosta dove i visitatori possono rilassarsi e degustare prodotti deCo e i tipici locali. È un momento conviviale, che permette ai partecipanti di scambiare impressioni e godere dell'atmosfera.

Caratteristiche del Tour

- Durata: circa 3-4 ore
- Guida esperta: storico dell'arte o maestro di musica
- Eventi musicali: esibizioni brevi di musica sacra, organistica, corale o strumentale
- Atmosfera: spirituale, artistica e immersiva

Questi tour rappresentano un'esperienza unica, in cui storia, architettura e musica si fondono, regalando ai partecipanti emozioni intense e un profondo senso di connessione con il passato e la bellezza senza tempo dei luoghi sacri.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO

La Pianura di riferimento dello Iat-R

PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE

Gennaio – Marzo

Definizione dei tour/percorsi (da max 20-30 km per tour in bicicletta e max 1,5-2 km per i trekking) ideali per bilanciare attività, scoperta e relax.

Identificazione delle tappe e relativi punti di interesse inserendo nel tragitto soste in luoghi di interesse culturale identificati come rilevanti ai fini degli obiettivi prefissati.

Contati con i gestori/proprietari dei luoghi; con i cori o le bande dei comuni interessati; con le scuole di musica e con artisti diversi e con i produttori locali per la pausa degustazione.

Contati con le associazioni del Terzo settore (es. Fiab e Proloco) per definizione del loro supporto al progetto.

Determinazione della logistica e offerta del servizio di noleggio bici.

Accordi con una guida esperta che accompagni il gruppo e redazione di una mappa che fornisca percorsi e informazioni sui luoghi visitati.

Prenotazione e vendita in presenza presso lo IAT-R e online attraverso il sito Turismo in pianura.

Aprile – Novembre

Realizzazione di almeno 5 tour da svolgersi nei fine settimana e/o in concomitanza con Fiere e Sagre tipiche (Es Festa della Musica). I tour saranno garan□□ senza numero minimo di iscritti e le partenze saranno dallo IAT-R o dai luoghi individuati nel percorso.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

- 1) Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti:**

Nel progetto Food & Soul: viaggi tra sapori, musica e spiritualità i tour definiti offrono un'esperienza che va oltre la semplice visita turistica, toccando aspetti spirituali, culturali e storici profondamente significativi.

Ecco alcuni elementi attrattivi che rendono questi tour affascinanti e unici:

1. Patrimonio Artistico e Architettonico

I luoghi identificati sono capolavori di architettura e arte che testimoniano secoli di storia e abilità artistica.

I visitatori possono ammirare dettagli come le vetrate colorate, gli altari scolpiti e le cupole affrescate, scoprendo la simbologia e i significati nascosti dietro ogni opera.

2. Musica Sacra e Corale

Le esibizioni musicali eseguiti in luoghi dall'acustica straordinaria, amplificano l'esperienza emotiva e offrono un'ulteriore immersione nell'atmosfera sacra e suggestiva del luogo.

3. Esperienza Storica e Culturale

Ogni luogo sacro ha una storia unica, legata a eventi storici, leggende e figure spirituali. Attraverso le spiegazioni delle guide, i visitatori scoprono vicende affascinanti e imparano a conoscere personaggi come santi, mistici o monaci che hanno influenzato la storia e la cultura locale.

4. Visita a Reliquie e Opere d'Arte Sacra

I luoghi religiosi identificati raccolgono oggetti di culto e opere d'arte sacra, come ad esempio il Santuario di Santa Clelia Barbieri a Le Budrie che custodisce il reliquiario con le ossa della Santa e il Museo d'Arte Sacra che conserva una reliquia di San Nicola da Bari. Questi elementi hanno un grande valore storico e religioso e attirano sia fedeli sia appassionati di storia dell'arte. Le reliquie raccontano storie di miracoli e leggende, mentre le opere d'arte sacra riflettono la devozione e il genio artistico di epoche passate.

5. Chiostrì, Oratori e Pievi

Questi luoghi sono veri e propri testimoni silenziosi della vita monastica di un tempo. Sebbene molti oggi siano stati restaurati o riconvertiti, la loro architettura e i dettagli presenti raccontano ancora la quotidianità dei religiosi che li frequentavano, offrendo un'idea della loro vita fatta di preghiera, lavoro e contemplazione.

6. Incontri con Comunità Religiose

Alcune tappe offrono l'opportunità di interagire con comunità religiose. Questi incontri permettono ai visitatori di conoscere meglio la vita monastica e le pratiche spirituali quotidiane, creando un'occasione di confronto e di arricchimento culturale.

7. Simbologia e Iconografia Religiosa

Attraverso la spiegazione di simboli e icone, i visitatori possono scoprire il significato profondo di molti elementi visivi presenti nei luoghi sacri, come i colori delle vetrate, le figure dei santi o le scene bibliche raffigurate. Questo approfondimento culturale e spirituale aggiunge valore all'esperienza, rendendo la visita più coinvolgente.

Questi tour si distinguono per la loro capacità di creare un'esperienza immersiva e multisensoriale.

Attraverso la combinazione di arte, storia e spiritualità, questi tour permettono ai partecipanti di riscoprire il legame tra passato e presente e di vivere un'esperienza di arricchimento personale e culturale.

2) Coerenza con gli obiettivi delle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027 e con il quadro di riferimento di cui alle premesse dell'Avviso PTPL 2025:

Gli obiettivi principali del progetto Food & Soul: viaggi tra sapori, musica e spiritualità elencati sopra si intersecano con gli obiettivi indicati nelle Linee guida:

City Break

- offerta museale integrata con siti storici;
- Palazzi e siti storici pubblici e privati.

Cultura

- Collaborazione con gli organizzatori delle mostre e loro promozione;
- Borghi del Territorio Turistico Bologna-Modena con le proprie ville, rocche e castelli.

Outdoor Active&Slow

- Giubileo 2025;
- Tracciati interregionali, come la Ciclovía del Sole;
- Cicloturismo nei sub-ambiti metropolitani

Pianura bolognese: Ciclovía del Navile, Ciclovía del Reno.

Food&Wine

Visite alle aziende e alle aree di produzione delle eccellenze del Territorio Turistico Bologna-Modena e dei prodotti che hanno ottenuto il marchio De.Co.;

Special interest - Musica

Valorizzazione del patrimonio musicale presente a Bologna e a livello metropolitano;

3) Coerenza interna fra gli obiettivi, i mercati, le azioni e i costi:

Mercati di Riferimento

Target di riferimento: Pubblico locale e nazionale amante della cultura e della musica, incluse famiglie e giovani interessati a esperienze autentiche.

Coerenza interna tra gli obiettivi e le azioni

La creazione di itinerari tematici per i luoghi sacri, con guide esperte che raccontano la storia, l'arte e l'architettura è coerente con l'obiettivo di promuovere il patrimonio artistico e religioso e con il posizionamento culturale del progetto.

L'organizzazione di concerti di musica sacra, corale e classica, con esibizioni di ensemble e artisti locali supporta l'obiettivo di offrire un'esperienza artistica completa.

Marketing e promozione

Sviluppo di una campagna digitale che include social media e canali dedicati a turismo religioso e musicale come il sito <https://monasteriemiliaromagna.it/it#> in collaborazione con APT Emilia Romagna.

Coinvolgimento delle attività locali

Creazione di pacchetti turistici che includano pasti in ristoranti locali e degustazioni di prodotti tipici per arricchire l'esperienza dei turisti. Questa azione sostiene l'obiettivo di favorire l'economia locale, creando opportunità di guadagno per le attività del territorio.

Costi

I costi per l'organizzazione delle visite guidate e delle degustazioni saranno in parte coperti dalla vendita dei biglietti stabiliti in € 15,00 in linea con quanto già avviene per VisitPersiceto.

I costi per gli artisti consisteranno in contributi ad associazioni e scuole di musica presenti sul territorio e saranno coperti in parte da risorse proprie e del contributo PTPL. La spesa per i concerti è giustificata dall'obiettivo di creare un'offerta culturale unica che attragga visitatori e supporti il posizionamento premium del progetto.

I costi per l'affitto dei luoghi sarà minimo in quanto molti sono parte del patrimonio degli enti

Costi di promozione: Grazie al supporto della DMO che investe in itinerari e al collegamento con la RL in capo allo IAT-R gli investimenti in campagne digitali e contenuti per i social media saranno assorbiti dai costi già sostenuti in altri filoni di progetto. Il materiale cartaceo necessario da produrre sarà coperto in parte da risorse proprie e del contributo PTPL.

4) Riduzione dell'impatto ambientale con indicazione delle relative misure previste

I tour a piedi e in bicicletta offrono ai partecipanti la possibilità di muoversi senza emissioni di CO₂ nell'ambiente. Naturalmente non è previsto l'utilizzo di materiale a perdere. La degustazione di prodotti locali e a Km 0 permette di offrire ai turisti cibi più ricchi di nutrienti, di limitare i trasporti e la catena di distribuzione riducendo così le emissioni di CO₂ e l'inquinamento legato ai trasporti, all'imballaggio e alla refrigerazione.

5) Azioni di promozione del turismo accessibile, in particolare in riferimento all'accessibilità a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive:

I tour sono studiati per essere accessibili anche ai ciclisti meno allenati e sono percorribili con ogni tipo di bici, sono accessibili ai portatori di disabilità: motorie attraverso la possibilità di noleggiare bici dedicate, cognitive attraverso la narrazione con le CAA dei siti culturali e sensoriali attraverso la possibilità dell'affiancamento di guide specializzate nel linguaggio LIS.

6) Previsione di vendita di biglietti a carico dell'utente finale per poter usufruire dei servizi promossi:

Si

7) Elementi di innovazione progettuale nell'ambito di iniziative consolidate del territorio, ovvero progetti inediti:

L'elemento di innovazione progettuale è la sfida di mettere insieme, nel nostro territorio, elementi di cultura enogastronomica con elementi di carattere storico artistico con narrazione da parte di guide specializzate in diversi ambiti. (arte, tradizione, storia, natura)

8) Promozione e messa a disposizione del Territorio Turistico di materiale foto e video, anche realizzato con drone:

- **foto/video** tutto il materiale prodotto sarà a disposizione del Territorio Turistico e per la DMO

Eventuale integrazione con progetti di promozione turistica promossi da altri enti sovraordinati, come ad esempio Apt Servizi, Regione Emilia-Romagna o Territorio Turistico Bologna-Modena:

<https://monasteriemiliaromagna.it/it#> in collaborazione con APT Emila Romagna

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Gennaio – Marzo Coordinamento, programmazione e ideazione tour	5 tour
Aprile – Novembre Vendita tour	n. partecipanti

TOTALE SPESE PREVISTE: € 20.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 15.000,00

PUNTEGGIO: 62

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

SAN GIOVANNI IN PERSICETO "FOOD & SOUL" SPESA RIMODULATA AMMESSA	Spese di preventivo IVA esclusa	Spese di preventivo IVA inclusa	Note
1. Promozione e comunicazione on line e off line			
Media e social media marketing	€ 2.049,18 € 1.536,89	€ 2.500,00 € 1.875,00	
Web content (redazione e ottimizzazione contenuti, e-news...)	€	€	
Stampa di materiale informativo (Specificare in note tipologia, quantitativi, lingua)	€ 2.049,18 € 1.536,89	€ 2.500,00 € 1.875,00	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni di promozione e comunicazione</i>	€	€	
Totale spese per azioni di promozione	€ 4.098,36 € 3.073,77	€ 5.000,00 € 3.750,00	

2. Promozione istituzionale			
Fiere *	€	€	
Press tour ed educational tour *	€	€	
Serate promozionali e workshop *	€	€	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni similari</i>	€	€	
*Le Azioni rientrano nel PPCT e/o nel Piano di APT servizi? <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO Se NO specificare motivazioni.....			
Totale spese per fiere e altri eventi promozionali	€	€	
3. Applicazioni per dispositivi mobili			
Realizzazioni e integrazioni di applicazioni per dispositivi mobili	€	€	
Ottimizzazione dei siti per fruizione da mobile	€	€	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni similari</i>	€	€	
Totale spese per applicazioni per dispositivi mobili	€	€	
4. Iniziative complementari all'offerta turistica del Territorio Turistico di Bologna-Modena			
Ideazione, realizzazione e promozione di itinerari tematici esperienze	€ 8.196,72 € 6.147,54	€ 10.000,00 € 7.500,00	
<i>Arricchire la proposta di ville e castelli con i luoghi sacri</i>	€ 4.098,36 € 3.073,77	€ 5.000,00 € 3.750,00	
Totale spese per itinerari turistici ed esperienze	€ 12.295,08 € 9.221,31	€ 15.000,00 € 11.250,00	
5. Altre spese	€	€	
<i>Specificare eventuali altre spese</i>	€	€	
Totale altre spese	€	€	
IMPORTO TOTALE DEL PROGETTO (min. Euro 5.000,00 max. Euro 40.000,00)	€ 20.000,00 (iva inclusa) € 15.000,00 (iva inclusa)		

San Giovanni: non ammesse spese per € 5.000,00 poiché coperte da entrate non ammissibili a contributo.

14) COMUNE DI CASTEL SAN PIETRO TERME - OUTDOOR TOURS - TURISMO ENOGASTRONOMICO ED ESPERIENZIALE

P.G. n. 75184 del 18/11/2024

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. COMUNE DI MEDICINA (BO)
2. COMUNE DI CASALFIUMANESE (BO)
3. COMUNE DI CASTEL DEL RIO (BO)

DESCRIZIONE SINTETICA

“Outdoor Tours” è un progetto di promozione turistica locale consolidato sul territorio Comunale dei Comuni aderenti, finalizzato alla valorizzazione dei luoghi di piccole dimensioni, in grado di offrire esperienze sostenibili e accessibili in coerenza con le Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027.

È un progetto di rete in collaborazione con i Comuni di Medicina, Casalfiumanese, Castel del Rio ed il Comune Capofila Castel San Pietro Terme.

Il mercato obiettivo di riferimento è “Outdoor Active&Slow” e “Food&Wine”, con particolare riferimento alla promozione turistica delle eccellenze enogastronomiche del territorio, che si esplica nell’ambito di iniziative tematiche anche con la organizzazione di momenti “focus” delle eccellenze enogastronomiche. Tra questi: con percorsi sensoriali ed esperienziali di olio EVO extravergine di oliva; degustazione di vini tipici e visite presso le cantine del territorio; degustazioni di prodotti tipici come la cipolla di Medicina, il Marrone di Castel del Rio IGP, lo Squacquerone di Romagna DOP, i mieli vergini dell’Appennino, la Ciambella di Casalfiumanese. Con queste azioni si contribuisce a potenziare l’attrattiva turistica della destinazione e la valorizzazione delle produzioni locali, nonché a realizzare l’immagine turistica di un territorio attivo e fruibile tutto l’anno, favorendone la destagionalizzazione.

I territori di riferimento sono luoghi in cui lo stile di vita slow è uno dei principali elementi attrattivi; luoghi in cui il visitatore può trascorrere esperienze in totale immersione nella natura e nelle aree verdi lontano dalla frenesia delle grandi città.

Tra le iniziative enogastronomiche non potranno mancare esperienze sensoriali dedicate ai vini tipici con la presenza di cantine vinicole. A tal fine saranno pertanto organizzati tour (camminate, visite, esperienze) per offrire al turista la possibilità di conoscere i territori, i piccoli borghi e i prodotti locali.

Si prevede il coinvolgimento ed integrazione con le attività economiche commerciali, aziende agricole e aziende del settore del turismo e servizi per potenziare la partnership pubblico– privata per promozione del territorio.

Elemento innovativo del progetto 2025 sarà la realizzazione, in particolare, di ricercati e raffinati percorsi di vino e di cultura, all’insegna della contaminazione tra arte, territorio e passione. Saranno organizzati tour per conoscere i territori di vini tipici, le cantine e le vigne: luoghi magici in cui passione e amore per questo prodotto sarà valorizzato con eventi culturali (musiche, esposizioni, conversazioni, ecc.) creando atmosfere, sfumature e sensazioni uniche.

Il progetto sarà realizzato con iniziative ad accesso libero e senza la vendita di biglietti a carico dell’utente, garantendo a tutte e tutti la fruizione dei servizi promossi.

I temi della sostenibilità e dell’accessibilità sono al centro del progetto per garantire l’inclusione delle persone, senza nessuna discriminazione in particolare con riferimento all’accessibilità delle persone con disabilità motorie, sensoriali e cognitive.

AZIONI

All'interno del progetto rientra l'organizzazione di alcune manifestazioni tematiche di particolare attrazione turistica che si svolgono annualmente nei comuni aderenti e che, grazie al Progetto in oggetto, saranno promozionati in maniera coordinata in ossequio anche alle disposizioni dell'Avviso Pubblico, utilizzando i loghi previsti per i PTPL. Elemento questo che ne accrescerà il valore e la partecipazione turistica. Tra questi la manifestazione "Very Slow" che si tiene a Castel San Pietro Terme in primavera, evento per la promozione delle eccellenze enogastronomiche slow, a km 0 e dei prodotti tipici locali, comprendendo un ampio cartello di iniziative e attività all'aria aperta con degustazioni di vini con sommelier esperti, di prodotti tipici locali e focus illustrativi ed esperienziali.

Ed ancora la rinomata e storica manifestazione di Luglio denominata "Medicipolla", che si svolge nel secondo fine settimana di luglio a Medicina. Un evento incentrato sulla valorizzazione della "Cipolla tipica di Medicina", prodotto cardine dell'agricoltura medicinese comprendente prevede esperienze rievocative del passato a carattere "antica fiera rurale", tra cui: esposizioni zootecniche, degustazioni di specialità gastronomiche a base di cipolla realizzate con la collaborazione del Consorzio Cipolla di Medicina e dell'Associazione Confraternita della Cipolla ed intrattenimenti a forte vocazione turistica.

All'interno del progetto si prevede, per un migliore visibilità e promozione del Progetto, la realizzazione di una immagine coordinata comune da utilizzare nei materiali promozionali per promuovere le azioni del progetto. Tra le varie iniziative si prevede l'organizzazione di "Incontri DiVini", l'Emilia-Romagna incontra lo Champagne con degustazione di vini e escursione dall'Oasi del Quadrone alla Croce del Nord, con degustazione di prodotti tipici.

Analogamente saranno inserite nel programma eventi ad alta attrattività turistica dei prodotti tipici dei Comuni di Castel Del Rio (Marrone) e Casalfiumanese (Ciambella) come sopra specificati.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO

Territorio Turistico Bologna-Modena con particolare riferimento alla Città Metropolitana di Bologna e al circondario imolese. Le azioni verranno realizzate nei diversi Comuni coinvolti: Castel San Pietro Terme, Medicina, Casalfiumanese, Castel del Rio.

PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE

Le azioni verranno realizzate nel corso dell'anno 2025, in particolare con riferimento alla primavera e all'autunno.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

- 1) Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti:**

L'offerta è rivolta ai turisti e visitatori alla ricerca di esperienze all'aria aperta, di scoperta delle antiche tradizioni rurali e, soprattutto di conoscenza delle tipicità enogastronomiche. Con questo progetto incentrato sugli obiettivi "OutdoorActive&Slow" e "Food&Wine" si vuole potenziare l'attrattività turistica con particolare attenzione ai punti di forza dei un territorio caratterizzato da piccoli borghi al fine di attrarre nuovi visitatori e contribuire a rafforzare l'immagine positiva di un territorio caratterizzato da ampi spazi verdi, paesaggi ed eccellenze enogastronomiche, promuovendo esperienze turistiche "slow". Le attività verranno realizzate in diversi periodi dell'anno all'interno dei quattro comuni coinvolti in modo da facilitare la mobilità tra i territori coinvolti.

2) Coerenza con gli obiettivi delle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027 e con il quadro di riferimento di cui alle premesse dell'Avviso PTPL 2025:

Il progetto intende sviluppare e promuovere azioni in piena in coerenza con le “Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027” con le premesse dell'Avviso PTPL 2025 e in sinergia con le azioni di promozione del Territorio Turistico Bologna-Modena e di APT servizi.

Si vuole pertanto puntare a un turismo di qualità e potenziare la collaborazione con le realtà territoriali private e le imprese. In particolare, il progetto vuole sviluppare azioni di promozione e valorizzazione dei prodotti tradizionali locali, favorire l'accessibilità e la mobilità turistica per un turismo slow e all'aria aperta.

Promuovere i valori turistici identitari significa puntare sulle peculiarità dei territori e dei prodotti locali che rendono unica la nostra destinazione turistica. Tra gli obiettivi del progetto rientra la realizzazione di azioni di valorizzazione delle eccellenze enogastronomiche e dei paesaggi in cui organizzare attività all'aperto ed escursioni, con particolare attenzione alla “Food Valley”, alle esperienze e al “Turismo Slow”.

Si vuole inoltre promuovere la sostenibilità ambientale e sociale in modo da ridurre l'impatto ambientale e incoraggiare azioni turistiche in grado di garantire l'inclusione sociale e l'accessibilità dei visitatori.

3) Coerenza interna fra gli obiettivi, i mercati, le azioni e i costi:

Gli obiettivi del progetto sono “Outdoor Active&Slow” e “Food&Wine”. Sono stati scelti sulla base degli obiettivi espressi nelle premesse dell'Avviso PTPL 2025 per il territorio di Bologna e in piena coerenza con i mercati espressi nelle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027, in particolar modo in riferimento al Mercato Nazionale, in modo da fidelizzare i visitatori e turistici conquistati negli ultimi anni in modo da aumentare la qualità delle offerte turistiche esperienziali. Un' altro mercato di grande interesse in base ai soggiorni nei Comuni coinvolti è il Mercato Domestico Europeo, con particolare riferimento al Nord Europa e ai paesi DACH. Tutte le azioni e i costi del progetto sono in linea con gli obiettivi e i mercati di riferimento precedentemente espressi.

4) Riduzione dell'impatto ambientale con indicazione delle relative misure previste

La sostenibilità ambientale è un elemento fondamentale nei progetti turistici incentrati sulle esperienze enogastronomiche ed è sinonimo di attenzione al rispetto dell'ambiente. Prevedere delle misure per la riduzione e il contenimento dell'impatto ambientale stimola la partecipazione delle giovani generazioni particolarmente sensibili a tali tematiche (in primis i target “Millennials” e “Generazione X”) e contribuisce a creare un'immagine positiva di tutto il progetto.

Tutte le azioni del progetto saranno programmate e realizzate tenendo conto della riduzione dell'impatto ambientale, come ad esempio l'utilizzo di stoviglie e posate compostabili per le degustazioni ed esperienze culinarie a base di prodotti locali a Km 0.

5) Azioni di promozione del turismo accessibile, in particolare in riferimento all'accessibilità a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive:

Le azioni del progetto saranno progettate garantendo la massima accessibilità anche delle persone con disabilità motorie, sensoriali e cognitive con esperienze che possono essere fruite da tutti, con particolare riferimento a un target familiare e garantire l'inclusione sociale.

6) Previsione di vendita di biglietti a carico dell'utente finale per poter usufruire dei servizi promossi:

NO

7) Elementi di innovazione progettuale nell’ambito di iniziative consolidate del territorio, ovvero progetti inediti:

“Outdoor tour” è un progetto consolidato nelle aree di riferimento con ottimo successo di pubblico. Per il 2025 si prevedono azioni innovative di coinvolgimento attivo e la valorizzazione delle cantine del territorio anche al fine di creare una rete a valenza turistica fruibile per tutto l’anno da parte del turista, potenziando a tal fine in tali location escursioni outdoor e visita alle cantine, in abbinamento con spettacoli di intrattenimento artistico – musical, come sopra descritto.

8) Promozione e messa a disposizione del Territorio Turistico di materiale foto e video, anche realizzato con drone:

- foto/video Sì, verranno realizzati foto e video, a disposizione del Territorio turistico.

Eventuale integrazione con progetti di promozione turistica promossi da altri enti sovraordinati, come ad esempio Apt Servizi, Regione Emilia-Romagna o Territorio Turistico Bologna-Modena:

Il progetto verrà realizzato in sinergia con il Territorio Bologna – Modena e APT Servizi, in coerenza con le “Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027”, al fine di realizzare un’immagine coordinata di tutte le iniziative e le esperienze che si realizzeranno nei territori coinvolti.

Breve report dell’edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità:

Il Progetto, come sopra evidenziato, ha una ripetitività pluriennale, con la partecipazione dei territori dei comuni aderenti legati dalla presenza di tipicità agro-alimentari di grande interesse a livello sovracomunale.

Il progetto, come sopra evidenziato, prevede la partecipazione di territori comunali limitrofi, piccoli borghi ed ampie aree verdi.

Negli anni sono progressivamente migliorate le azioni realizzate e si è creato quindi un vero e proprio progetto per lo sviluppo del turismo outdoor dei territori lontani dalla frenesia delle grandi città in modo da promuovere l’immagine dei luoghi di piccole dimensioni e renderli sempre più attrattivi per i mercati turistici.

Il progetto del 2024 è stato caratterizzato sia dalle esperienze outdoor, ma anche dal turismo enogastronomico con eventi tematici e degustazione, come ad esempio l’olio extravergine di oliva e la cipolla di Medicina il Marrone di Castel Del Rio. All’interno del progetto le manifestazioni del territorio finanziate dal PTPL 2024, come “Very Slow” e “Medicipolla” hanno ottenuto un ampio successo in termini di pubblico e di ritorno d’immagine per creare sempre di più una “brand identity” caratterizzata da esperienze outdoor e degustazioni di prodotti locali.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Degustazione di vini del territorio	<input type="checkbox"/> Numero delle degustazioni <input type="checkbox"/> Numero dei partecipanti <input type="checkbox"/> Provenienza dei visitatori
Degustazione di prodotti tipici	<input type="checkbox"/> Numero delle degustazioni <input type="checkbox"/> Numero dei partecipanti <input type="checkbox"/> Provenienza dei visitatori
Eventi enogastronomici	<input type="checkbox"/> Numero eventi <input type="checkbox"/> Numero dei partecipanti <input type="checkbox"/> Numero delle iniziative realizzate
Escursioni outdoor	<input type="checkbox"/> Numero delle escursioni

	<input type="checkbox"/> Numero dei partecipanti <input type="checkbox"/> Provenienza dei visitatori
Materiale di promozione	<input type="checkbox"/> Numero depliant, volantini, locandine <input type="checkbox"/> Numero azioni di promozione stampa <input type="checkbox"/> Numero notizia per siti web e post realizzati

TOTALE SPESE PREVISTE: € 40.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 40.000,00

PUNTEGGIO: 65

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

COMUNE DI CASTEL SAN PIETRO TERME SPESA AMMESSA	Spese di preventivo IVA esclusa	Spese di preventivo IVA inclusa	Note
1. Promozione e comunicazione on line e off line			
Media e social media marketing	€ 1.639,35	€ 2.000,00	
Web content (redazione e ottimizzazione contenuti, e-news...)	€ 819,68	€ 1.000,00	
Stampa di materiale informativo (Specificare in note tipologia, quantitativi, lingua)	€ 5.819,68	€ 7.100,00	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni di promozione e comunicazione</i>	€	€	
Totale spese per azioni di promozione	€ 8.278,71	€ 10.100,00	
2. Promozione istituzionale			
Fiere *	€	€	
Press tour ed educational tour *	€	€	
Serate promozionali e workshop *	€	€	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni similari</i>	€	€	
*Le Azioni rientrano nel PPCT e/o nel Piano di APT servizi? <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO Se NO specificare motivazioni.....			
Totale spese per fiere e altri eventi promozionali	€	€	
3. Applicazioni per dispositivi mobili			
Realizzazioni e integrazioni di applicazioni per dispositivi mobili	€ 1.885,25	€ 2.300,00	
Ottimizzazione dei siti per fruizione da mobile	€	€	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni similari</i>	€	€	
Totale spese per applicazioni per dispositivi mobili	€ 1.885,25	€ 2.300,00	
4. Iniziative complementari all'offerta turistica del TT Bo-Mo			

Ideazione, realizzazione e promozione di itinerari tematici e esperienze	€ 19.344,27	€ 23.600,00	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni complementari all'offerta del TT</i>	€	€	
Totale spese per itinerari turistici ed esperienze	€ 19.344,27	€ 23.600,00	
5. Altre spese	€	€	
<i>Specificare eventuali ulteriori spese</i>	€ 3.278,69	€ 4.000,00	
Totale altre spese	€ 3.278,69	€ 4.000,00	
IMPORTO TOTALE DEL PROGETTO	€ 40.000,00 (iva inclusa)		

15) PRO LOCO DI MINERBIO APS - CONCORSO PIANISTICO INTERNAZIONALE CITTÀ DI MINERBIO

P.G. n. 75203 del 18/11/2024
Integrazione P.G. n. 77962 del 28/11/2024
Integrazione P.G. n. 78429 del 29/11/2024

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. COMUNE DI MINERBIO
2. COMUNE DI BARICELLA
3. Associazione Amici della Musica

DESCRIZIONE SINTETICA

Il Concorso Pianistico/Rassegna Internazionale Città di Minerbio e 2024 si è riconfermato accrescendo il suo successo. I candidati iscritti sono stati circa 100, provenienti da 18 nazioni. Il livello artistico della competizione è stato notevole. I candidati hanno avuto a disposizione pianoforti di altissima qualità, servizio video professionale e diretta streaming delle loro performance. Hanno potuto esibirsi in numerosi concerti e partecipato ad altre attività quali Masterclasses, guide all'ascolto, incontri. Si è creato il clima del festival e per più di una settimana tutti il territorio si è animato di musica e di giovani con la passione per la musica colta. Anche nel 2025 La manifestazione coinvolgerà i territori di Bologna, Minerbio, Baricella, Granarolo, Malalbergo, Altedo, San Leo (RI), Busseto (PR). si riproporrà l'attribuzione di borse di studio/concerti premio in altre città di ER/partecipazione gratuita a Masterclass(Accademia pianistica di Imola ed altro); si vuole creare nuovo pubblico e educazione all'ascolto tramite attività preparatorie presso scuole/biblioteche e concerti anche in zone periferiche(Bologna nell'oratorio Santa Cecilia ,Minerbio, San Gabriele BO, Altedo, Busseto PR, San Leo RN); Cittadini e commercianti dei territori coinvolti partecipano attivamente: si realizzerà ospitalità diffusa presso famiglie/volontariato di giovani e anziani.

Si prevede, come nelle edizioni passate, per tutti i giorni dell'evento il pieno nelle strutture ricettive del territorio con particolare attenzione a quelle che propongono esperienze enogastronomiche locali.

La Pro Loco predisporrà convenzioni per Hotel, Agriturismi e Bred&Breakfast a costi scontati per i pianisti, loro famiglie, amici e accompagnatori.

Per l'edizione del 2025 si amplierà la proposta turistica nei territori oggetto del Concorso, proponendo oltre a visite guidate nei Comuni in cui si svolge l'evento anche nei territori di Bologna e Ferrara, approfittando della visibilità data dall'importanza a livello internazionale del Concorso si proporranno ai visitatori itinerari guidati alla conoscenza del territorio e delle città.

AZIONI

1. Progettazione e Promozione della manifestazione attraverso organismi nazionali ed internazionali che favoriscono lo sviluppo di rapporti con enti che curano la diffusione della cultura e del turismo culturale musicale nei paesi europei ed extra europei
2. accordi con gli stakeholders quali: Comuni, Enti, Banche, privati del territorio che finanziano l'evento, accordi con le strutture ricettive e la ristorazione locale per definire le linee guida della parte di accoglienza dei Pianisti/Turisti culturali
3. Sostenere la collaborazione tra Assessorati regionali, come quella tra il turismo e la cultura.
VALORIZZAZIONE DELLA STORIA DEI LUOGHI E DELLE TRADIZIONI LOCALI EMILIANO- ROMAGNOLE tipologie di pubblico: turisti stranieri, turisti locali, tutti i cittadini,

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO

Area della Città metropolitana di Bologna, Ferrara, Comuni di Busseto, San Leo

PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE

27 settembre, dal 30 settembre al 5 ottobre, il 26 Ottobre

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

- 1) **Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti:**

diffondere la conoscenza del territorio del suo contesto socio culturale e della sua storia, un vero e proprio spaccato di vita dei luoghi per chiunque cittadino o forestiero voglia non solo conoscerlo ma viverne le emozioni.

- 2) **Coerenza con gli obiettivi delle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027 e con il quadro di riferimento di cui alle premesse dell'Avviso PTPL 2025:**

Per l'edizione del Concerto Pianistico città di Minerbio del 2025 si è sviluppata una progettazione dell'evento che ha preso in considerazione le linee guida previste nel Bando utilizzando le opportunità dovute alle peculiarità dell'evento e alle sue particolari caratteristiche di promozione della manifestazione nei paesi europei ed extra europei

- 3) **Coerenza interna fra gli obiettivi, i mercati, le azioni e i costi:**

Nelle edizioni precedenti si è giunti alla copertura dei costi senza modificare obiettivi, mercati, azioni

- 4) **Riduzione dell'impatto ambientale con indicazione delle relative misure previste**

non vi è alcun impatto ambientale come verificato nelle precedenti edizioni, la maggior parte dei partecipanti e degli spettatori accede mediante mezzi pubblici

- 5) **Azioni di promozione del turismo accessibile, in particolare in riferimento all'accessibilità a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive:**

l'evento si svolge nei teatri con accessibilità a persone con disabilità e loro accompagnatori o se necessario saranno fornite Guide / Tutor dall'organizzazione

- 6) **Previsione di vendita di biglietti a carico dell'utente finale per poter usufruire dei servizi promossi:**

NO

- 7) **Elementi di innovazione progettuale nell'ambito di iniziative consolidate del territorio, ovvero progetti inediti:**

nel portale della Manifestazione sarà predisposto l'inserimento di itinerari turistici ed enogastonomici

- 8) **Promozione e messa a disposizione del Territorio Turistico di materiale foto e video, anche realizzato con drone:**

- foto/video proposizione in streaming dell'evento su you tube per tutta la durata dell'evento.

Eventuale integrazione con progetti di promozione turistica promossi da altri enti sovraordinati, come ad esempio Apt Servizi, Regione Emilia-Romagna o Territorio Turistico Bologna-Modena:

Interazioni ed accordi con Bologna Welcome, APT servizi.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Promozione internazionale dell'evento	Conteggio delle presenze durante l'evento
Valorizzazione dei luoghi	Numero di partecipanti alle visite guidate

TOTALE SPESE PREVISTE: € 39.460,00 (iva inclusa)

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 39.460,00 (iva inclusa)

PUNTEGGIO: 58

FASCIA DI VALUTAZIONE: BASSA

PRO LOCO DI MINERBIO APS SPESA AMMESSA	Spese di preventivo IVA esclusa	Spese di preventivo IVA inclusa	Note
1. Promozione e comunicazione on line e off line			
Media e social media marketing	€ 1.000,00	€ 1.220,00	
Web content (redazione e ottimizzazione contenuti, e-news...)	€ 2.000,00	€ 2.440,00	
Stampa di materiale informativo (Specificare in note tipologia, quantitativi, lingua)	€ 2.000,00	€ 2.440,00	
<i>Iscrizione a EMCY/Alink</i>	€ 2.100,00	€ 2.100,00	
<i>Ufficio stampa</i>	€ 2.000,00	€ 2.440,00	
Totale spese per azioni di promozione	€ 9.100,00	€ 10.640,00	
2. Promozione istituzionale			
Fiere *	€	€	

Press tour ed educational tour *	€	€	
Serate promozionali e workshop *	€ 2.000,00	€ 2.440,00	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni similari</i>	€ 1.000,00	€ 1.220,00	
*Le Azioni rientrano nel PPCT e/o nel Piano di APT servizi? <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO Se NO specificare motivazioni.....			
Totale spese per fiere e altri eventi promozionali	€ 3.000,00	€ 3.660,00	
3. Applicazioni per dispositivi mobili			
Realizzazioni e integrazioni di applicazioni per dispositivi mobili	€ 2.000,00	€ 2.440,00	
Ottimizzazione dei siti per fruizione da mobile	€ 2.000,00	€ 2.440,00	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni similari</i>	€	€	
Totale spese per applicazioni per dispositivi mobili	€ 4.000,00	€ 4.880,00	
4. Iniziative complementari all'offerta turistica del TT Bo-Mo			
Ideazione, realizzazione e promozione di itinerari tematici e esperienze	€ 2.000,00	€ 2.440,00	
<i>Ufficio stampa</i>	€ 2.000,00	€ 2.440,00	
Totale spese per itinerari turistici ed esperienze	€ 4.000,00	€ 4.880,00	
5. Altre spese			
<i>Noleggi</i>	€ 2.000,00	€ 2.400,00	
<i>Giuria/borse di studio</i>	€ 13.000,00	€ 13.000,00	
Totale altre spese	€ 15.000,00	€ 15.400,00	
IMPORTO TOTALE DEL PROGETTO	€ 39.460,00 (iva inclusa)		

16) CITTÀ METROPOLITANA DI BOLOGNA - Iniziative turistiche di interesse metropolitano

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

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

DESCRIZIONE SINTETICA DEL PROGETTO

La Città metropolitana di Bologna, nelle funzioni di Destinazione turistica, coerentemente con quanto realizzato nelle annualità precedenti, propone nell'annualità 2025 la realizzazione di azioni di comunicazione e promozione integrate e trasversali a supporto dell'offerta turistica del territorio.

Al fine di sostenere l'attrattività e la qualificazione dell'offerta territoriale attraverso lo sviluppo di strategie trasversali e condivise attente alla sostenibilità, si propone di supportare Accordi territoriali di sviluppo, con particolare attenzione ai Cammini e al turismo attivo e lento in generale. La Via degli Dei, la Via della Lana e della Seta, la Via Mater Dei rappresentano i principali cammini che attraversano l'Appennino bolognese collegandolo con le vicine province toscane. Anno dopo anno questi Cammini, anche grazie al supporto fornito tramite il PTPL, accolgono sempre più numerosi camminatori e pellegrini, dall'Italia e dall'estero. La Via degli Dei, in particolare, si è qualificata come secondo cammino italiano, dopo la Via Francigena. L'obiettivo è rendere sempre più attrattivi anche gli altri cammini, sia quelli citati sia eventuali nuovi in corso di strutturazione, per favorire la decongestione del turismo dal capoluogo, l'internazionalizzazione degli arrivi anche in ambito metropolitano e la stagionalizzazione dei flussi. Per ciascun cammino si prevede, pertanto, di finanziare azioni di promozione turistica in accordo con gli enti interessati dai percorsi, in una logica di integrazione dell'offerta e di razionalizzazione degli interventi, anche in considerazione delle opportunità che possono emergere dal 2025 Anno del Giubileo.

Inoltre, si intende proseguire la promozione degli eventi e delle iniziative dedicati alla fruizione responsabile del territorio metropolitano, valorizzando in particolare le tradizioni enogastronomiche, le tipicità agroalimentari bolognesi, l'offerta sportiva del territorio e l'escursionismo a piedi e in bicicletta, con particolare attenzione al rilancio delle zone del territorio più colpite dalle recenti alluvioni.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 66.000,00 (iva inclusa)

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 66.000,00 (iva inclusa)

MODENA

1) UNIONE DEL FRIGNANO - FRIGNANO EXPERIENCE 2.0: APPENNINO DA VIVERE

P.G. n. 39860 del 18/11/2024

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI

DESCRIZIONE SINTETICA DEL PROGETTO

In continuità con la prima edizione, il progetto “FRIGNANO EXPERIENCE 2.0: APPENNINO DA VIVERE” si prefigge l’obiettivo primario di continuare a consolidare l’offerta turistica del territorio, rilanciando e rafforzando un’immagine omogenea incentrata sulle tradizioni dell’Appennino Modenese e sulle esperienze slow & outdoor.

Anche nel 2025, infatti, si presterà particolare attenzione alla valorizzazione dell’identità del Frignano tramite la promozione coordinata delle attrazioni naturali e delle peculiarità culturali della montagna, soprattutto in occasione delle manifestazioni dedicate alle eccellenze culinarie locali, che rappresentano senza dubbio un efficace strumento di richiamo di flussi turistici “destagionalizzati”.

Un’ulteriore finalità progettuale prevede l’implementazione di azioni sinergiche volte a rafforzare la rete tra Cultura, Artigianato, Gastronomia e Turismo per aumentare l’attrattiva complessiva dell’Appennino: nel 2024, lo sviluppo di attività e di iniziative relative alle tipicità e alle tradizioni locali ha permesso di stimolare nuovi arrivi e di incrementare le presenze sul territorio al di fuori dell’alta stagione estiva.

Alla luce dei risultati raggiunti dalla prima edizione di “Frignano Experience”, dunque, si confermano in vista

del 2025 i seguenti obiettivi generali:

- presentare il Frignano come un territorio sempre più coeso e omogeneo;
- valorizzare il patrimonio naturalistico e culturale della montagna mediante la combinazione di eventi ed esperienze;
- formulare proposte diversificate per attrarre varie fasce di pubblico;
- migliorare ulteriormente la presenza sul web e sui social della destinazione Frignano e delle sue linee di prodotto;
- attivare inedite linee comunicative sui diversi canali della Redazione Locale di riferimento (Facebook, Instagram, YouTube, TikTok).

Azioni:

1. BUON APPENNINO FESTIVAL 2.0: sapori, tradizioni e sentieri del Frignano

Nel 2025 si lavorerà per replicare il successo riscosso dalla prima sperimentazione di un calendario coordinato di eventi, dedicati alla gastronomia, alle usanze, ai prodotti tipici e all’artigianato artistico del Frignano, che incentivi la riscoperta del ricco patrimonio storico-culturale della montagna modenese.

In particolare, nell’ambito della nuova edizione del “Buon Appennino Festival 2.0”, saranno valorizzati i seguenti appuntamenti concentrati durante i mesi autunnali:

- PAVULLO NEL FRIGNANO: Festa della Crescentina (Settembre/Ottobre 2025);
- FANANO: “Ste Sroden – Tradizioni e sapori d’autunno” (Ottobre 2025);
- FIUMALBO: “El Serodane de Fiumalbo tra Saperi e Sapori” (Ottobre 2025);
- LAMA MOCOONO: “Parmigiano Reggiano da Gustare” (Ottobre 2025);
- MONTECRETO: “Festa della Castagna” (Ottobre 2025);
- PIEVEPELAGO: “Festa del Fungo Porcino” (Settembre 2025);
- POLINAGO: “Ricotta & Turtloun” (Giugno o Autunno 2025);
- RIOLUNATO: “Sagra della Ricotta” (Ottobre 2025);
- SERRAMAZZONI: “Festa dei frutti dimenticati d’Appennino” (Ottobre/Novembre 2025);

- **SESTOLA:** “La Fola dla Chersenta – I sapori della tradizione” (Ottobre 2025).

Per pubblicizzare adeguatamente il calendario, utilizzando i mezzi di comunicazione on-line e off-line (il materiale cartaceo risulta ancora il supporto informativo preferito dall’utenza degli uffici in Appennino), sarà realizzato un pieghevole in lingua italiana, caratterizzato da una grafica distintiva, che verrà stampato e distribuito tra i Comuni dell’Unione e consegnato anche ai presidi turistici del Territorio Turistico (in particolare, IAT-R di Modena). Parallelamente, sarà aperta una sezione ad hoc sul sito della Redazione Locale dove divulgare tutte le informazioni inerenti al progetto.

2. PERCORSO A TAPPE 2.0

Diversamente dalla prima edizione di “Frignano Experience”, nel 2025 saranno promosse una serie di escursioni di gruppo in concomitanza delle manifestazioni inserite nel “Buon Appennino Festival 2.0”. Nell’intento di soddisfare le aspettative dei numerosi turisti che, nel corso del 2024, hanno manifestato un crescente interesse per le esperienze nella natura, il “Percorso a Tappe 2.0” diventerà una rassegna dinamica e coinvolgente per scoprire il territorio: a ogni evento previsto dal “Buon Appennino Festival 2.0”, infatti, saranno associate una o più passeggiate guidate da professionisti abilitati. Dal momento che le iniziative si svolgeranno prevalentemente nei mesi autunnali, il fascino del foliage rappresenterà l’elemento identitario alla base del “Percorso” itinerante.

Ai fini del progetto, verrà privilegiata la percorrenza di sentieri accessibili e adatti a tutti (senza particolari difficoltà tecniche o dislivelli).

3. COMUNICAZIONE E PROMOZIONE TURISTICA

La gestione dei social di InAppenninoModenese ha raggiunto nel 2024 traguardi di assoluto rilievo: i 31.100 follower su Facebook, i 14.600 su Instagram e i 2000 su TikTok (in netto aumento rispetto agli ultimi mesi del 2023) testimoniano una crescente attenzione degli utenti nei confronti delle bellezze naturali, delle attrazioni storico-culturali e delle tradizioni della montagna.

Come si vedrà al successivo punto n. 7, nel 2025 si rafforzerà e si innoverà la social media strategy dei canali comunicativi della Redazione Locale, tramite l’incremento dell’engagement rate della community e il potenziamento di apprezzati brand territoriali (gastronomia tipica, artigianato tradizionale, sagre, foliage).

Di conseguenza, le pagine social continueranno a essere il fulcro della promozione dell’offerta turistica dell’Appennino, al pari delle attività di web content dirette al sito www.inappenninomodenese.com (portale ufficiale di riferimento per i Comuni dell’Unione), che garantiranno agli utenti l’immediato reperimento di informazioni costantemente aggiornate.

Ambito territoriale interessato:

Il progetto interesserà l’ambito territoriale costituito dai 10 comuni appartenenti all’Unione dei Comuni del Frignano: Sestola, Fanano, Montecreto, Riolunato, Pievepelago, Fiumalbo, Lama Mocogno, Pavullo, Serramazzone e Polinago.

Periodo di svolgimento delle azioni previste:

Tutte le azioni previste dal progetto verranno realizzate tra il 1° gennaio e il 31 dicembre 2025.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l’attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l’offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti:

La destagionalizzazione dei flussi rappresenta certamente la sfida più urgente e impegnativa che l’Appennino Modenese si prefigge di fronteggiare con “FRIGNANO EXPERIENCE 2.0”, un progetto nato dalla volontà di rafforzare i legami tra cucina, tradizioni, eventi e ambiente naturale: le esperienze sensoriali e le sagre gastronomiche, in particolare in autunno, racchiudono un enorme potenziale di attrazione turistica per il territorio, a maggior ragione se supportate da efficaci strategie comunicative sui social.

Profittando delle date ravvicinate, con il “Buon Appennino Festival 2.0” e il relativo “Percorso a Tappe 2.0” si intende dare al turista un’occasione unica per esplorare il Frignano, esortandolo a estendere i periodi di permanenza. Le manifestazioni, infatti, saranno fortemente interconnesse tra loro per favorire l’organizzazione di viaggi itineranti alla scoperta delle eccellenze locali.

2) Coerenza con gli obiettivi delle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027 e con il quadro di riferimento di cui alle premesse dell’Avviso PTPL 2025:

Sulla scorta degli obiettivi delineati dalle Linee Guida Triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale, le iniziative inserite in “FRIGNANO EXPERIENCE 2.0: APPENNINO DA VIVERE” intendono sostanzialmente capitalizzare i valori turistico-identitari della montagna modenese, al fine di sfruttare al massimo la loro essenza comunicativa e il loro potere evocativo: la gastronomia locale, le sagre, l’artigianato tradizionale, il foliage autunnale e l’opportunità di vivere esperienze all’aria aperta contribuiscono, infatti, a conferire al territorio un’immagine forte, omogenea e distintiva.

Inoltre, il progetto riconosce la necessità di strutturare un unico programma di attività, consolidando le sinergie già in funzione e sviluppando nuovi sistemi di promozione, per accrescere ulteriormente la qualità e l’appeal dei prodotti turistici di punta della montagna modenese.

Tutte le attività, infine, figurano tra le priorità di azione di cui la Provincia di Modena è capofila:

- “Cultura – produzioni tematiche e artigianato artistico;
- Outdoor Active & Slow – percorsi sull’Appennino Tosco-Emiliano;
- Natura & Benessere – esperienze per famiglie;
- Food & Wine – autunno in appennino tra sagre e foliage.”

3) Coerenza interna fra gli obiettivi, i mercati, le azioni e i costi:

Considerati gli obiettivi, il progetto è stato concepito per raggiungere principalmente il mercato Italia.

Poiché i “Baby Boomers” rappresentano ormai un pubblico “fidelizzato”, “FRIGNANO EXPERIENCE 2.0” desidera innanzitutto continuare a suscitare l’interesse e la curiosità della Generazione X e dei Millennials, ovvero due target group che hanno risposto assai positivamente alle azioni svolte nel corso della prima edizione, dimostrandosi particolarmente attratti dalle tradizioni e dai prodotti locali.

Tramite investimenti mirati sulla social media strategy e sulla realizzazione di accattivanti rubriche digitali, si tenterà altresì di catturare l’attenzione dei turisti più “emozionali” e dei giovanissimi alla ricerca di esperienze culturali e sociali autentiche.

Il piano finanziario risulta estremamente coerente con le finalità perseguite: i costi saranno equamente suddivisi per potenziare la promozione on-line degli attrattori e delle eccellenze dell’Appennino e per alimentare nello stesso tempo il bacino di iniziative coordinate destinate ad aumentare la visibilità dei prodotti turistici locali a livello sovra-territoriale e regionale.

4) Riduzione dell’impatto ambientale con indicazione delle relative misure previste:

La sostenibilità nel turismo è la condizione basilare che permette sia di incontrare e soddisfare i bisogni economici, sociali ed estetici dei turisti, sia di salvaguardare la crescita e lo sviluppo futuro delle aree ospitanti, preservando l’integrità socio-culturale, gli equilibri fondamentali della natura e la biodiversità dei territori.

Nella realizzazione del progetto si adotterà, dunque, la sostenibilità come principio guida attraverso l’implementazione delle seguenti azioni:

- eco-gestione delle manifestazioni tramite la riduzione e la separazione dei rifiuti;
- organizzazione (a ridosso degli eventi previsti dal “Buon Appennino Festival 2.0”) di “giornate ecologiche” finalizzate alla pulizia dei boschi dalla spazzatura con il supporto di associazioni ed enti (Gruppo Naturalistico Modenese, Ente Parchi Emilia Centrale, corpo delle guide GEV...);
- educazione al rispetto e alla conoscenza della flora e della fauna del Frignano in occasione delle escursioni esperienziali inserite nel “Percorso a Tappe 2.0”;

- promozione delle attività progettuali volte a garantire la sostenibilità ambientale, sociale e culturale dell'Appennino mediante una campagna ad hoc sui canali social di riferimento (es. presentazione degli antichi mestieri coinvolgendo le professionalità locali, tutela delle materie prime, salvaguardia della natura...).

5) Azioni di promozione del turismo accessibile, in particolare in riferimento all'accessibilità a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive:

Assicurare la completa accessibilità alle iniziative, rispettando le esigenze di diverse tipologie di fruitori, rappresenta un fattore chiave per il progetto "FRIGNANO EXPERIENCE 2.0".

Tutte le manifestazioni contemplate dal cartellone "Buon Appennino Festival 2.0" si svolgeranno in spazi agevolmente raggiungibili anche da persone con difficoltà o disabilità motorie. Nell'ambito degli eventi gastronomici, inoltre, sarà opportunamente incentivata l'organizzazione di laboratori didattici creativi e di attività manuali per abbattere ogni barriera culturale e/o cognitiva.

Anche le escursioni correlate ("Percorso a tappe 2.0") seguiranno tracciati liberi da ostacoli per consentire una più ampia partecipazione: a tal proposito, le guide proporranno principalmente itinerari inseriti nella brochure "Sentieri per Tutti" (realizzata nel 2024 dallo IAT di Sestola con i contributi del PTPL-ambito 1). In conclusione, per facilitarne la comprensione, i contenuti social e i materiali audio-visivi prodotti saranno accompagnati da voice-over debitamente sottotitolati.

6) Previsione di vendita di biglietti a carico dell'utente finale per poter usufruire dei servizi promossi:
NO

7) Elementi di innovazione progettuale nell'ambito di iniziative consolidate del territorio, ovvero progetti inediti:

Il progetto "FRIGNANO EXPERIENCE 2.0: APPENNINO DA VIVERE" riprende sostanzialmente i contenuti e gli obiettivi della prima edizione nell'intento di colmare alcune lacune organizzative emerse nel corso del 2024. In particolare, il "Percorso a Tappe" si trasformerà in una rassegna di esperienze outdoor condotte da guide abilitate, fortemente interconnessa con il calendario "Buon Appennino Festival 2.0", allo scopo di valorizzare organicamente le innumerevoli sfaccettature dell'offerta turistica della montagna modenese (gastronomia, sagre, artigianato tradizionale, foliage autunnale, itinerari sensoriali...).

Sotto il profilo della promozione sui canali social si apporteranno rilevanti novità: grazie al coinvolgimento di influencer e di professionalità locali, si cercherà di incrementare l'interazione con l'utenza, realizzando contenuti attivi, dinamici e persino ludici che coinvolgano in prima persona non solo i followers, ma anche i partecipanti alle varie iniziative in programma. A titolo esemplificativo e non esaustivo, verrà inaugurata una rubrica costituita da video divulgativi dedicati in primis alle tipicità culinarie (illustrazione di ricette e curiosità gastronomiche...) e all'artigianato locale (tecniche di produzione, materie prime, antichi mestieri...). L'introduzione di elementi di innovazione si configura come uno step necessario per potenziare la "Brand Awareness" del progetto.

8) Promozione e messa a disposizione del Territorio Turistico di materiale foto e video, anche realizzato con drone:

- foto/video: grazie a "FRIGNANO EXPERIENCE 2.0" verrà ampliato l'archivio audio-visivo della Redazione Locale da condividere con il Territorio Turistico. La produzione di nuovo materiale interesserà innanzitutto i seguenti ambiti: cucina locale, artigianato tradizionale e manifestazioni gastronomiche. Ovviamente non mancheranno foto/video diretti alla promozione degli incantevoli scorci panoramici e delle suggestive oasi naturalistiche dell'Appennino.

- drone: le riprese aeree, invece, si focalizzeranno sugli scenari naturali autunnali (foliage) e sui centri storici dei Comuni del Frignano.

Eventuale integrazione con progetti di promozione turistica promossi da altri enti sovraordinati, come ad esempio Apt Servizi, Regione Emilia-Romagna o Territorio Turistico Bologna-Modena:

Alcuni contenuti social creati per il progetto saranno prontamente condivisi con la DMO di riferimento della Provincia di Modena per potenziare la rubrica settimanale gestita in collaborazione (in uscita ogni mercoledì sui canali di InAppenninoModenese e VisitModena), finalizzata a promuovere congiuntamente Città, Pianura e Appennino tramite una linea comunicativa strategica concordata.

Breve report dell'edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità (solo per progetti ricorrenti già presentati nelle scorse edizioni del PTPL):

Come già segnalato al punto 7), la prima edizione del progetto "FRIGNANO EXPERIENCE", pur riscuotendo un notevole successo in termini di pubblico e di visibilità sui canali social, non ha pienamente conseguito i risultati sperati.

Le iniziative previste dal "Buon Appennino Festival" hanno indubbiamente suscitato la curiosità di target group diversi e proficuamente arricchito l'offerta dell'Appennino soprattutto in autunno, un periodo caratterizzato da afflussi turistici limitati. Tuttavia, la promozione condivisa del calendario è stata influenzata da tempistiche eccessivamente ristrette: nel 2025 occorrerà sicuramente anticipare la pubblicazione dei programmi, per rendere la comunicazione coordinata ancora più efficace.

Nel corso della prima edizione di "Frignano Experience", inoltre, si è riscontrato un particolare interesse da parte dell'utenza verso le escursioni di gruppo: le passeggiate (con guida) organizzate da alcuni Comuni in occasione delle manifestazioni inserite nel "Buon Appennino Festival" hanno registrato, infatti, numeri importanti.

Ecco allora che la seconda stagione del "Percorso a Tappe" sarà essenzialmente rinnovata: il cartellone unico di itinerari accessibili – connessi agli eventi gastronomici – sarà sostituito da una rassegna dinamica di esperienze guidate nella natura da pianificare in concomitanza con le iniziative del "Buon Appennino Festival 2.0".

Criteri e modalità di riscontro dei risultati:

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
BUON APPENNINO FESTIVAL 2.0	Visualizzazioni della scheda sul sito InAppenninoModenese + Numero di download della brochure promozionale
PERCORSO A TAPPE 2.0	Numero di iscritti/partecipanti alle escursioni guidate
RAFFORZAMENTO DELLA SOCIAL MEDIA STRATEGY	Visualizzazioni dei contenuti sui canali social di InAppenninoModenese + Interazioni con gli utenti

TOTALE SPESE PREVISTE: € 40.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 40.000,00

PUNTEGGIO: 79

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

PIANO FINANZIARIO:

TIPOLOGIE DI SPESA	Spese di preventivo IVA esclusa	Spese di preventivo IVA inclusa	Note
1. Promozione e comunicazione on line e off line			
Media e social media marketing	€	€ 8.000,00	
Web content (redazione e ottimizzazione contenuti, e-news...)	€	€ 7.000,00	
Stampa di materiale informativo (Specificare in note tipologia, quantitativi, lingua)	€	€ 2.000,00	
Specificare eventuali ulteriori azioni di promozione e comunicazione	€	€ 5.000,00	
Totale spese per azioni di promozione	€	€ 22.000,00	
2. Promozione istituzionale			
Fiere *	€	€	
Press tour ed educational tour *	€	€	
Serate promozionali e workshop *	€	€	
Specificare eventuali ulteriori azioni similari	€	€	
*Le Azioni rientrano nel PPCT e/o nel Piano di APT servizi? <input type="checkbox"/> S I <input type="checkbox"/> NO			
Se NO specificare motivazioni.....			
Totale spese per fiere e altri eventi promozionali	€	€	
3. Applicazioni per dispositivi mobili			
Realizzazioni e integrazioni di applicazioni per dispositivi mobili	€	€	
Ottimizzazione dei siti per fruizione da mobile	€	€	
Specificare eventuali ulteriori azioni similari	€	€	
Totale spese per applicazioni per dispositivi mobili	€	€	
4. Iniziative complementari all'offerta turistica del Territorio Turistico di Bologna-Modena			
Ideazione, realizzazione e promozione di itinerari tematici e esperienze	€	€ 14.000,00	
Specificare eventuali ulteriori azioni complementari all'offerta del Territorio Turistico	€	€ 4.000,00	
Totale spese per itinerari turistici ed esperienze	€	€ 18.000,00	
5. Altre spese			
Specificare eventuali altre spese	€	€	
Totale altre spese	€	€	
IMPORTO TOTALE DEL PROGETTO (min. Euro 5.000,00 max Euro 40.000,00)	€ 40.000,00		

2) COMUNE DI SASSUOLO - LE VIE DEL DUCATO

P.G. n. 40019 del 18/11/2024

P.G. n. 40034 del 18/11/2024

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

Comune di Pavullo nel Frignano

DESCRIZIONE SINTETICA DEL PROGETTO

L'obiettivo del progetto proposto dal Comune di Sassuolo, in collaborazione con il Comune di Pavullo nel Frignano, è la creazione di una commistione tra il patrimonio storico del Ducato Estense e la ducale Via Vandelli, storicamente percorsa dai viaggiatori e dai pellegrini proprio nei territori sotto il dominio della famiglia d'Este e attualmente in ascesa di popolarità.

Sono molti i turisti che stanno riscoprendo l'essenza del viaggio lento e la dimensione dei cammini e dell'escursionismo sta avendo un ampio riscontro: considerando anche l'importanza che ricopriranno le vie di pellegrinaggio nell'anno del Giubileo, l'esperienza del cammino storico può offrire un'ulteriore opportunità per valorizzare il territorio nella totalità della sua ricchezza culturale.

La variante della Via Vandelli che parte da Sassuolo e permette di raggiungere Pavullo nel Frignano congiunge due preziose residenze ducali estensi: il Palazzo Ducale di Sassuolo e il Palazzo Ducale di Pavullo. Il primo, denominato anche "Delizia", una delle più importanti residenze barocche dell'Italia settentrionale, per la sua sontuosa architettura circondata da spazi verdi e per la ricchezza delle decorazioni dei suoi ambienti; il secondo, una residenza estiva ottocentesca, che attualmente ospita le Gallerie Civiche ed è sede di eventi espositivi e culturali multidisciplinari e multimediali. L'obiettivo che il progetto si pone è di rilanciare l'itinerario della Via Vandelli che si interpone tra questi due beni architettonici, fortificando il valore storico di questa antica rotta attraverso la possibilità di arricchire l'esperienza con la visita ai due Palazzi Ducali che si incontrano sul cammino.

L'accostamento di due linee di prodotti turistici vuole favorire la permanenza dei turisti all'interno della provincia intercettando e mettendo in comunicazione due target turistici non sempre in dialogo: i viandanti, amanti dei cammini e dell'escursionismo, e gli appassionati di cultura, borghi e dimore storiche.

La promozione dell'itinerario e dei beni coinvolti avverrà tramite diversi strumenti: partirà dall'ideazione di materiale informativo e fotografico utile per far conoscere il tracciato e continuerà con una campagna social in sinergia con i profili dei due comuni coinvolti e con quelli dedicati al Ducato Estense, il brand messo a punto nell'ambito dell'omonimo progetto realizzato dal Segretariato del MIC per l'Emilia-Romagna, in collaborazione col Segretariato MIC per la Toscana, per la valorizzazione culturale e turistica dei territori anticamente legati alla famiglia d'Este.

Seppur privilegiando una comunicazione digitale, il progetto prevede anche l'introduzione di materiale informativo cartaceo, utile per la conoscenza di questo itinerario tematico e per la migliore fruizione del percorso da parte dei viandanti di tutte le età di passaggio negli Uffici di Informazione e Accoglienza Turistica dei comuni e nei due beni architettonici coinvolti. Una seconda azione di promozione è legata all'introduzione di un gadget tematico di inizio percorso, ad esempio una medaglietta.

Azioni:

1. Creazione di una campagna di promozione dell'itinerario tematico che si svilupperà in due direzioni:
Campagna promozionale online:

Individuazione di un'immagine identitaria e di una linea di comunicazione per il posizionamento online del percorso, con conseguente avvio di una campagna che ispiri e coinvolga diversi target turistici: gli escursionisti, i viandanti, gli amanti della cultura e delle dimore storiche, i giovani, gli appassionati d'arte contemporanea, gli amatori dell'artigianato artistico, le scuole.

Campagna promozionale offline:

Ideazione di un depliant informativo che contenga informazioni storiche relative al Palazzo Ducale di Sassuolo, al Palazzo Ducale di Pavullo, alla Via Vandelli e informazioni tecniche sul percorso per permettere l'avvicinamento all'itinerario promosso anche ai target meno utilizzatori degli strumenti online. Si prevede la stampa di n. 1000 copie da distribuire tramite l'Ufficio di Informazione e Accoglienza Turistica di Sassuolo, il Palazzo Ducale di Sassuolo, la Welcome Room e il Palazzo Ducale di Pavullo nel Frignano, le strutture ricettive e alberghiere dei due territori e limitrofi.

2. Ideazione di un gadget tematico, ad esempio una medaglietta, da distribuire all'inizio del cammino tramite lo IAT del Comune di Sassuolo ai viaggiatori che intraprendono il percorso da Sassuolo.

Ambito territoriale interessato:

Italia

Periodo di svolgimento delle azioni previste:

Gennaio 2025 - Dicembre 2025

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti:

Il progetto intende coniugare il successo crescente dei cammini con la concomitanza dell'anno del Giubileo, al fine di far conoscere uno dei percorsi escursionistici che attraversano la provincia e trasformarlo in una chiave per sottolineare l'attrattività del territorio aumentando al contempo la visibilità dei Palazzi Ducali di Sassuolo e Pavullo nel Frignano.

Partire da un turismo naturalistico e di prossimità, per avvicinarlo al patrimonio culturale che si intrinseca al percorso, sottolineando l'inestricabile legame tra ambiente, storia, arte e cultura.

La promozione di destinazioni alternative può, inoltre, mitigare la pressione turistica sulle mete più popolari e creare opportunità di crescita nelle località meno conosciute.

2) Coerenza con gli obiettivi delle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027 e con il quadro di riferimento di cui alle premesse dell'Avviso PTPL 2025:

La proposta riguarda la valorizzazione di due beni storici del Ducato Estense e di un importante cammino che attraversa il territorio modenese, la Via Vandelli. La strategia di comunicazione intende, quindi, instaurare un dialogo fra due linee di prodotto: Cultura e Outdoor Active&Slow.

Gli obiettivi del progetto riguardano un turismo verde, sostenibile e responsabile con focus sullo slow tourism, il trekking, i cammini, le vie di pellegrinaggio, le dimore storiche e i borghi.

La volontà è quella di aumentare la consapevolezza dell'attrattività del territorio e far conoscere e approfondire la storia del Ducato Estense attraverso il cammino della Via Vandelli.

E' previsto lo studio di una strategia di comunicazione per la promozione in campo social per arricchire la proposta turistica e migliorare l'esperienza dei turisti con interessi specifici.

3) Coerenza interna fra gli obiettivi, i mercati, le azioni e i costi:

In un'ottica di turismo sostenibile nel tempo, questa nuova proposta per vivere il territorio attraverso un itinerario naturalistico rafforza le potenzialità del patrimonio storico-artistico del ducato e punta a soddisfare diversi target di mercato.

Le azioni proposte in campo digitale consentono di ottimizzare i costi e diminuire l'impatto sull'ambiente, creando un'offerta che possa raggiungere e ispirare diversi tipi di turisti, potenziando i flussi interni ed esterni alla provincia.

4) Riduzione dell'impatto ambientale con indicazione delle relative misure previste:

L'azione mira a privilegiare la creazione di contenuti e materiale digitale, per sostenere il posizionamento de "La Via del Ducato" nell'offerta turistica territoriale ed è volta all'ideazione di una solida campagna promozionale social a impatto zero. Per minimizzare l'impatto ambientale è prevista la predisposizione di un'esigua fornitura di materiale informativo cartaceo, volta unicamente a integrare l'offerta turistica proposta dall' Ufficio IAT di Sassuolo e dalla Welcome room di Pavullo nel Frignano, garantendo così l'accesso all'informazione anche alle generazioni meno inserite nel mondo digitale e ai turisti di passaggio che non conoscono ancora le potenzialità del territorio.

5) Azioni di promozione del turismo accessibile, in particolare in riferimento all'accessibilità a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive:

Il Palazzo Ducale di Sassuolo è accessibile a persone con disabilità motorie grazie a uno specifico ascensore con fermata al primo piano. Il percorso di visita al piano nobile, facilitato dal personale di accoglienza, è interamente percorribile. Prossimo all'ascensore, è presente un bagno attrezzato.

Il Palazzo Ducale di Pavullo nel Frignano è accessibile in ingresso tramite una rampa e internamente tramite ascensore.

6) Previsione di vendita di biglietti a carico dell'utente finale per poter usufruire dei servizi promossi:

- NO

7) Elementi di innovazione progettuale nell'ambito di iniziative consolidate del territorio, ovvero progetti inediti:

La ricerca dell'innovazione è costituita dalla proposta di un itinerario tematico che coinvolge due diversi mercati e interessi turistici, tra loro compatibili e in dialogo, ampliando la platea di turisti interessati alle ricchezze del nostro territorio. L'obiettivo è quello di dare nuovo slancio all'attrattività di due residenze estive ducali, collegate da un cammino storico, per vivere il patrimonio culturale dei territori del vasto Ducato Estense, tra la pianura e l'Appennino Modenese.

8) Promozione e messa a disposizione del Territorio Turistico di materiale foto e video, anche realizzato con drone:

- **foto/video:** è prevista la realizzazione di nuovo materiale fotografico per il materiale promozionale digitale e cartaceo e video promozionali per le campagne social, compatibilmente con le risorse economiche disponibili derivanti dal budget di progetto;
- **drone:** è prevista la possibilità di realizzare riprese e scatti aerei per il materiale promozionale digitale, compatibilmente con le risorse economiche disponibili derivanti dal budget di progetto.

Eventuale integrazione con progetti di promozione turistica promossi da altri enti sovraordinati, come ad esempio Apt Servizi, Regione Emilia-Romagna o Territorio Turistico Bologna-Modena:

Non prevista

Breve report dell'edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità (solo per progetti ricorrenti già presentati nelle scorse edizioni del PTPL):

Si tratta della prima edizione del progetto

Criteri e modalità di riscontro dei risultati:

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Azione di promozione online e offline	N. Ingressi al Palazzo Ducale di Sassuolo
	N. Ingressi al Palazzo Ducale di Pavullo nel
	Frignano
	N. contatti relativi alle categorie attinenti a questo progetto presso lo IAT di Sassuolo / Welcome Room di Pavullo nel Frignano
	Dati analitici relativi all'interazione con i profili social coinvolti nelle azioni di promozione
	N. copie del materiale stampato utilizzate
	N. di gadget tematici distribuiti

TOTALE SPESE PREVISTE: € 5.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 5.000,00

PUNTEGGIO: 66

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

PIANO FINANZIARIO

TIPOLOGIE DI SPESA	Spese di preventivo IVA esclusa	Spese di preventivo IVA	Note
1. Promozione e comunicazione on line e off line			
Media e social media marketing	€ 1.000,00	€ 1.220,00	
Web content (redazione e ottimizzazione contenuti, e-news...)	€	€	
Stampa di materiale informativo (Specificare in note tipologia, quantitativi, lingua)	€ 655,74	€ 800,00	n. 1000 copie di depliant informativo in lingua italiana
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni di promozione e comunicazione</i>	€ 819,67	€ 1.000,00	
Totale spese per azioni di promozione	€ 2.475,41	€ 3.020,00	
2. Promozione istituzionale			
Fiere *	€	€	
Press tour ed educational tour *	€	€	

Serate promozionali e workshop *	€	€	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni similari</i>	€	€	
*Le Azioni rientrano nel PPCT e/o nel Piano di APT servizi? <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO Se NO specificare motivazioni.....			
Totale spese per fiere e altri eventi promozionali	€	€	
3. Applicazioni per dispositivi mobili			
Realizzazioni e integrazioni di applicazioni per dispositivi mobili	€	€	
Ottimizzazione dei siti per fruizione da mobile	€	€	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni similari</i>	€	€	
Totale spese per applicazioni per dispositivi mobili	€	€	
4. Iniziative complementari all'offerta turistica del			
Ideazione, realizzazione e promozione di itinerari tematici e esperienze	€	€	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni complementari all'offerta del Territorio</i>	€	€	
Totale spese per itinerari turistici ed esperienze	€	€	
5. Altre spese			
<i>Produzione gadget</i>	€ 622,95	€ 760,00	
<i>Produzione foto e video</i>	€ 1.000,00	€ 1.220,00	
Totale altre spese	€ 1.622,95	€ 1.980,00	
IMPORTO TOTALE DEL PROGETTO (min. Euro)	€ 5.000,00		

3) COMUNE DI MARANELLO per STTI - A SMART CULTURAL VALLEY

P.G. n. 40032 del 18/11/2024
INTEGRAZIONI 40296 del 20/11/2024

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. COMUNE DI FIORANO MODENESE
2. COMUNE DI FORMIGINE
3. COMUNE DI FRASSINORO
4. COMUNE DI MONTEFIORINO
5. COMUNE DI PALAGANO
6. COMUNE DI PRIGNANO s/S

DESCRIZIONE SINTETICA DEL PROGETTO

I Comuni che hanno dichiarato di aderire al presente progetto sono parte attiva del Sistema Turistico Territoriale Intercomunale (STTI), composto da Maranello, Fiorano Modenese, Formigine, Frassinoro, Montefiorino, Palagano e Prignano s/S., in forza di una convenzione, che é stata rinnovata nel 2023 per la durata di 5 anni (Rep. N. 6909 del 11/05/2023). Nel mese di ottobre 2023, come assentito dalla stessa convenzione, Terme della Salvarola ha rinnovato l'Accordo con il Sistema Turistico come azienda privata.

Il territorio dei comuni partecipanti al Progetto copre una superficie complessiva di 386,35 km quadrati. In un territorio così vasto e molto diversificato nelle sue caratteristiche, l'attenzione è principalmente rivolta a farlo conoscere in tutte le sue sfaccettature. Il progetto prevede la realizzazione di un piano di promozione concentrato su due principali filoni strategici e creativi, per dare continuità e valorizzare i progetti di marketing e comunicazione già realizzati in questi ultimi anni a favore dell'intero territorio del STTI. Il progetto ha come obiettivo strategico il rafforzamento dell'immagine turistica del territorio del STTI e il supporto alle azioni che vengono attuate dalla DMO del territorio modenese in coerenza con gli obiettivi in materia di prodotti e mercati fissati dalle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale, nonché con la strategia contenuta nel Programma di Promo-Commercializzazione Turistica (PPCT)

2025. Il piano di promozione avrà la finalità di valorizzare le esperienze che si possono vivere nel territorio collegate ai relativi prodotti turistici, cercando di favorire una permanenza più lunga sul territorio. Il progetto ha l'obiettivo di promuovere le seguenti linee di prodotto: City Break, Cultura, Outdoor Active & Slow, Natura e benessere, Food&Wine, Special interest - Motori, Sport, puntando non solo al mercato nazionale, ma anche a quello internazionale, vista la crescente presenza di turisti stranieri.

Obiettivi specifici del progetto sono i seguenti:

- potenziare l'immagine del brand turistico associato a tutto il territorio del STTI;
- migliorare e agevolare la fruizione delle informazioni turistiche sui punti di interesse di tutto il territorio;
- “tesaurizzare” il patrimonio artistico e storico del territorio del STTI;
- coordinare la diffusione e promozione del progetto in collegamento con la DMO del territorio della Provincia di Modena.

Azioni:

1. Partecipare a una fiera di settore come occasione per far conoscere e valorizzare il brand del STTI. Il STTI aveva partecipato un paio di anni fa al Salone Internazionale Svizzero delle Vacanze ed è stato premiato con lo Swiss Tourism Award “Per la valorizzazione di un territorio simbolo mondiale di velocità e dalle molteplici anime di turismo lento”. È stata un'esperienza ricca e produttiva di numerosi contatti che si sono tradotti in un crescente interesse verso le eccellenze racchiuse nei territori del STTI. Nel 2025 si vorrebbe ripetere questo tipo di esperienza e partecipare con un proprio stand al TTG Travel Experience, in quanto rappresenta un punto di

incontro e un laboratorio di idee per operatori di tutto il mondo, nonché una fonte di informazione ed ispirazione per la ricerca di nuove tendenze, format turistici e suggestioni dei consumatori.

2. Realizzare un innovativo progetto di digitalizzazione integrata, basato sulla piattaforma Artplace, puntando a:

1) implementare l'accessibilità culturale e intellettuale dei contenuti

2) ampliare il bacino dei pubblici

3) migliorare la user experience dei visitatori. Artplace si basa su un approccio data driven mediante l'utilizzo della tecnologia iBeacon, per la mappatura del territorio e dei punti di interesse fruibile comodamente dallo smartphone, per la diffusione dei contenuti relativi ai percorsi, ai beni culturali e paesaggistici del territorio preso in esame. Per fare questo si prevede l'installazione di 200 dispositivi beacon sparsi per tutto il territorio del STTI, posizionati presso i punti d'interesse di carattere culturale e naturalistico secondo una metodologia innovativa e ragionata in base ai principi della Smart City. I visitatori saranno così guidati nel visitare i principali centri urbani e i punti d'interesse del territorio, valorizzando le risorse del territorio attraverso informazioni multimediali direttamente sullo smartphone.

3. “capitalizzare” i valori turistici identitari dei territori facenti parte del STTI, come elementi che possono rendere uniche le esperienze che si possono fare

4. programmare inserzioni, pubblicazioni e campagne pubblicitarie che permettano la promozione del progetto attraverso diversi canali di comunicazione, online e offline;

5. Monitorare la progressiva realizzazione del progetto, attraverso indicatori di valutazione.

Ambito territoriale interessato:

Tutti i Comuni del Sistema Turistico Territoriale Intercomunale

Periodo di svolgimento delle azioni previste:

Le azioni saranno realizzate in base ai tempi di risposta della concessione di contributo: Giugno 2025 - dicembre 2025, fatto salvo che la risposta non giunga prima.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti:

Il progetto ha due assi portanti che dovrebbero sostenere un'efficace promozione turistica del STTI. Da un lato partecipare ed essere presenti al TTG, che è una delle principali piattaforme per la promozione del turismo italiano e internazionale e quindi rappresenta un'opportunità straordinaria per rafforzare le collaborazioni tra gli operatori del settore, le Regioni, gli enti locali, stimolare nuovi investimenti, favorire sinergie internazionali e promuovere la Regione Emilia-Romagna e l'Italia tutta, come destinazione di eccellenza.

D'altro lato l'adozione dell'applicazione ArtPlace e della tecnologia iBeacon, consentirà di ottenere numerosi vantaggi a livello di attrattività turistica, implementando l'interazione e l'engagement tra utenti e il contesto turistico e culturale e consentendo di arricchire e migliorare la fruizione dell'esperienza da parte dei turisti. Grazie alla tecnologia iBeacon i visitatori potranno godere di un'audioguida personalizzata, utilizzando uno strumento familiare come il proprio smartphone, potendo avere informazioni in più lingue. Riassumendo i vantaggi di questa tecnologia sono:

- **Risparmio energetico:** nel contesto di un sistema di localizzazione, i beacon fungono da trasmettitori di segnali. Grazie all'uso di una versione a basso consumo del Bluetooth (BLE), possono funzionare per anni con una singola batteria.
- **Precisione:** i beacon operano alla frequenza di 2,4 GHz, la stessa utilizzata comunemente nelle reti Wi-Fi. Grazie alla loro notevole flessibilità, i problemi legati alle interferenze possono essere compensati in modo semplice.
- **Sicurezza e privacy:** siccome i beacon emettono segnali in uscita, non presentano rischi di sicurezza intrinseci nella trasmissione stessa. Uno dei punti di forza dei beacon è legato alla privacy, poiché consentono agli utenti di controllare e gestire le proprie impostazioni attivando o disattivando il Bluetooth e i servizi di posizione.
- **Economicità:** i costi principali associati ad un'infrastruttura beacon includono l'hardware (che comprende anche i costi di installazione), il servizio dati e i ricevitori. Il numero dei dispositivi necessari dipende dalle dimensioni dell'area da digitalizzare e dalla copertura richiesta.

2) Coerenza con gli obiettivi delle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027 e con il quadro di riferimento di cui alle premesse dell'Avviso PTPL 2025:

Il progetto è coerente con le linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027 in quanto punta ad incrementare il turismo in entrata nella nostra Regione, sia con riferimento al mercato italiano, che a quello estero, anche di lungo raggio, sviluppando e facendo crescere elementi quali l'unicità, l'inclusività e la sostenibilità, principalmente attraverso prodotti legati a "La via Emilia Experience the italian lifestyle" (Motor valley), al "turismo sostenibile e responsabile"

3) Coerenza interna fra gli obiettivi, i mercati, le azioni e i costi:

Il Progetto è coerente in quanto ha come obiettivo strategico il rafforzamento dell'immagine turistica del territorio del STTI, in coerenza con gli obiettivi in materia di prodotti e mercati fissati dalle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale 2025-2027, nonché con la strategia contenuta nel Programma di Promo-Commercializzazione Turistica (PPCT) 2025. Saranno valorizzate le esperienze che si possono vivere nel territorio collegate ai relativi prodotti turistici previsti dal PPCT 2025, tutti presenti nel territorio del STTI, cercando di favorire una permanenza più lunga sul territorio. Il mercato nazionale, ma anche a quello internazionale (Paesi DACH e paesi extra europei), costituiscono già una presenza turistica importante, che attraverso il progetto potrà essere consolidata e incrementata.

4) Riduzione dell'impatto ambientale con indicazione delle relative misure previste:

La tecnologia iBeacon è a basso impatto ambientale e comporta un importante risparmio energetico: nel contesto di un sistema di localizzazione, i beacon fungono da trasmettitori di segnali. Grazie all'uso di una versione a basso consumo del Bluetooth (BLE), possono funzionare per anni con una singola batteria. Diversamente dai sistemi universali come il GPS, richiedono installazione e manutenzione solo per la sostituzione delle batterie o dei beacon stessi.

5) Azioni di promozione del turismo accessibile, in particolare in riferimento all'accessibilità a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive:

I beacon costituiscono senza dubbio una tecnologia che consente di aumentare il livello di accessibilità:

- Fornitura di informazioni in tempo reale e geolocalizzate: i beacon possono essere utilizzati per fornire indicazioni in tempo reale alle persone con disabilità visiva o uditiva. Ad esempio, un beacon può essere utilizzato per infrastrutturare un itinerario di visita e fornire informazioni sulla modalità di fruizione dello stesso a una persona ipovedente o ipovedente.
 - Personalizzazione dell'esperienza: i beacon consentono di customizzare l'esperienza di visita delle persone con disabilità. Ad esempio, un beacon può essere utilizzato per fornire informazioni in un formato accessibile a una persona con disabilità visiva.
 - Indicazioni sul percorso: i beacon possono essere utilizzati per fornire informazioni sui percorsi di visita del territorio del museo. Un dispositivo beacon può essere, infatti, impiegato per indicare a una persona con disabilità motoria che un percorso è accessibile.
 - Informazioni sui punti di interesse: i beacon possono essere utilizzati per favorire la fruizione di informazioni accessibili sui punti d'interesse (POI) individuati lungo i percorsi di visita outdoor e indoor.
- In conclusione, la tecnologia beacon possiede un potenziale significativo per migliorare l'accessibilità dei luoghi di attrazione turistica per persone con fragilità.

6) Previsione di vendita di biglietti a carico dell'utente finale per poter usufruire dei servizi promossi: NO

7) Elementi di innovazione progettuale nell'ambito di iniziative consolidate del territorio, ovvero progetti inediti:

Il progetto non propone una iniziativa consolidate

8) Promozione e messa a disposizione del Territorio Turistico di materiale foto e video, anche realizzato con drone:

Ogni anno viene dedicato un budget per realizzare servizi fotografici nell'ambito del territorio del STTI, per realizzare e aggiornare la banca dati di immagini e di video.

Vi è la disponibilità a mettere a disposizione del TT BOMO la documentazione fotografica e video del STTI per la sua promozione. I video sono realizzati anche con l'uso del drone.

Eventuale integrazione con progetti di promozione turistica promossi da altri enti sovraordinati, come ad esempio Apt Servizi, Regione Emilia-Romagna o Territorio Turistico Bologna-Modena:

Il Progetto è coerente ed allineato con gli obiettivi delle “Linee guida triennali per la promocommercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027” e con il PPCT 2025. La partecipazione al TTG é stata prevista come azione progettuale, poiché ad essa si attribuisce una forte potenzialità per la valorizzazione e promozione di elementi identitari in grado di innalzare la capacità di attrazione del territorio del Sistema turistico territoriale intercomunale. Disponibilità a valutare ogni opportuno coordinamento con il TT e APT servizi.

Criteri e modalità di riscontro dei risultati:

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Partecipazione con un proprio stand al TTG Travel Experience	numero di contatti in occasione della fiera e n. brochures distribuite
progetto di digitalizzazione integrata (Beacon)	mappatura e piano di installazione entro settembre 2025
“capitalizzare” i valori turistici identitari dei territori facenti parte del STTI	offerta di nuove e originali esperienze per i turisti da fruire nel STTI (non meno di 10)
programmare campagne pubblicitarie	definizione di apposita campagna pubblicitaria per ogni azione di progetto
monitoraggio	costante controllo sulla realizzazione e rispetto tempistica per le azioni di progetto

TOTALE SPESE PREVISTE: € 39.996,82

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 39.996,82

PUNTEGGIO: 80

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

PIANO FINANZIARIO

TIPOLOGIE DI SPESA	Spese di preventivo IVA esclusa	Spese di preventivo IVA inclusa	Note
1. Promozione e comunicazione on line e off line			
Media e social media marketing	€	€	
Web content (redazione e ottimizzazione contenuti, e-news...)	€	€	
Stampa di materiale informativo (Specificare in note tipologia, quantitativi, lingua)	€	€	
Specificare eventuali ulteriori azioni di promozione e comunicazione	€	€	
Totale spese per azioni di promozione	€	€	
2. Promozione istituzionale			

Fiere *	€ 10.301,00	€ 12.567,22	
COSTO STAND TTG TRASFERTA	€ 336,36 (IVA al 10%)	€ 370	
Press tour ed educational tour *	€	€	
Serate promozionali e workshop *	€	€	
Specificare eventuali ulteriori azioni similari	€	€	
*Le Azioni rientrano nel PPCT e/o nel Piano di APT servizi? xS I NO			
Se NO specificare motivazioni Sono progettate per la promozione specifica del territorio di riferimento, per l'inaugurazione della ciclovia del Mito e per la promozione dei cammini.....			
Totale spese per fiere e altri eventi promozionali	€	€	
3. Applicazioni per dispositivi mobili			
Realizzazioni e integrazioni di applicazioni per dispositivi mobili	€15.680,00	€19.129,60	n. 140 beacon per i 7 Comuni STTI (acquisto, installazione, licenza d'uso, manutenzione pannelli segnaletici)
Ottimizzazione dei siti per fruizione da mobile	€	€	
Specificare eventuali ulteriori azioni similari	€	€	
Totale spese per applicazioni per dispositivi mobili	€	€ 19.129,60	
4. Iniziative complementari all'offerta turistica del Territorio Turistico di Bologna-Modena			
Ideazione, realizzazione e promozione di itinerari tematici e esperienze	€ 6.500,00	€ 7.930,00	
Specificare eventuali ulteriori azioni complementari all'offerta del Territorio Turistico	€	€	
Totale spese per itinerari turistici ed esperienze	€	€ 7.930,00	
5. Altre spese			
Specificare eventuali altre spese	€	€	
Totale altre spese	€	€	
IMPORTO TOTALE DEL PROGETTO (min. Euro 5.000,00 max Euro 40.000,00)	€ 39.996,82		

4) COMUNE DI CARPI - CARPI TOURISM IDENTITY

P.G. n. 40040 del 18/11/2024

DESCRIZIONE SINTETICA DEL PROGETTO

Il progetto ha l'obiettivo di definire un'identità turistica per la città di Carpi nell'ambito del turismo slow e sostenibile, con specifica attenzione ai temi delle strade e dei cammini storici, con riferimento all'anno giubilare 2025.

Il progetto si sviluppa attraverso quattro azioni:

- Studio per la definizione di un'identità turistica di Carpi

Lo studio è finalizzato all'elaborazione di un piano strategico, per individuare strumenti di miglioramento dell'attrattività turistica della Città di Carpi, che contemperi:

un'indicazione in ordine all'effettivo posizionamento cui la Città di Carpi può concretamente aspirare e, dunque, caratterizzata da un adeguato equilibrio tra risorse impiegate e risultato atteso;

un'indicazione, declinata in fasi cronologicamente successive, delle azioni da perseguire, in relazione a punti di forza, di debolezza, alle opportunità e ai rischi;

una valutazione e indicazione di quali possano essere gli stakeholder e i potenziali partner da coinvolgere per la realizzazione del piano strategico;

una specifica indicazione di quali siano le azioni concretamente perseguibili per lo sviluppo del piano di promozione;

- Attività di promozione sulle ciclovie, in particolare in raccordo con le tematiche del Giubileo 2025 (Cammino di Santa Giulia e Via Romea Germanica Imperiale): si tratta di iniziative finalizzate all'attrazione di cicloturisti e altri che si dedicano al turismo slow sul territorio, da sviluppare in raccordo con le associazioni sopraccitate, quali incontri, accoglienza di gruppi che partecipano a eventi di bike tourism, proposta di esperienze sul territorio legate all'enogastronomia, proposta di pacchetti. Tali attività sono da realizzare in coordinamento con la DMO del territorio della Provincia di Modena, nel periodo tra la tarda primavera e l'autunno 2025;

- Interventi di promozione su media specifici legati al turismo slow e sostenibile: si tratta di campagne promozionali su media tradizionali e digitali dedicati al turismo slow e sostenibile, nonché al bike tourism, da sviluppare dalla tarda primavera all'autunno 2025;

- Produzione di materiale digitali e cartacei per i cicloturisti: le attività sopra definite determinano la necessità di produrre contenuti digitali e materiali cartacei adeguati a questo turismo, e in particolare mappe del territorio, integrazione di contenuti digitali alle app già esistenti, da fornire anche agli operatori economici del territorio.

Ambito territoriale interessato:

Territorio di Carpi, in relazione ai territori circostanti attraversati dalle sopraccitate vie, in stretta correlazione inoltre con le ciclovie che scendono da nord, in particolare lungo la direttrice del Brennero

Periodo di svolgimento delle azioni previste:

gennaio-dicembre 2025

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti:

Il progetto si propone di intercettare un turismo particolarmente interessante in quanto

muovendosi per tappe di cammino, tende a sostare nei territori che possono offrire, oltre ai servizi turistici di base della ricettività, occasioni di esperienze (nel nostro caso enogastronomica) e di visita (siti monumentali e storici). È inoltre un tipo di turismo che si sposta in gruppi, determinando quindi un flusso di arrivi e di presenze significativo.

2) Coerenza con gli obiettivi delle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027 e con il quadro di riferimento di cui alle premesse dell'Avviso PTPL 2025:

- cultura castelli e borghi dell'Emilia Romagna e percorsi del Medioevo
- outdoor active & show cicloturismo e cammini
- food & wine visite aziende agricole ed esperienze degustazioni

3) Coerenza interna fra gli obiettivi, i mercati, le azioni e i costi:

Le azioni proposte risultano coerenti con gli obiettivi della cabina di regia del DMO 2025, con un'attenzione ai mercati individuati negli stessi. I costi si attestano sui valori di mercato per azioni similari.

4) Riduzione dell'impatto ambientale con indicazione delle relative misure previste:

Le azioni del progetto prevedono la totale assenza di strumenti, materiali, mezzi che impattano sulla qualità dell'ambiente e ne favoriscono anzi, per le caratteristiche intrinseche del turismo slow al quale il progetto è destinato.

5) Azioni di promozione del turismo accessibile, in particolare in riferimento all'accessibilità a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive:

I contenuti digitali sono realizzati per consentire l'accessibilità a:

- Non udenti, tramite video LIS
- Non vedenti, tramite interventi audio
- Persone con fragilità cognitive e sensoriali attraverso il sistema di accessibilità digitale coerente con quanto già attivo per i contenuti delle app di informazione turistica e del sistema di beacon

6) Previsione di vendita di biglietti a carico dell'utente finale per poter usufruire dei servizi promossi:
NO

7) Elementi di innovazione progettuale nell'ambito di iniziative consolidate del territorio, ovvero progetti inediti:

Si tratta di un progetto inedito, finalizzato a individuare le peculiarità del territorio di Carpi ai fini di inserirlo nei percorsi del turismo slow e del cicloturismo, che si considerano a misura del contesto in oggetto.

8) Promozione e messa a disposizione del Territorio Turistico di materiale foto e video, anche realizzato con drone:

- foto/video sia nelle attività che per i materiali promozionali si prevede la realizzazione di una campagna fotografica e di video
- drone si prevede la realizzazione di un video del territorio che prevede l'utilizzo del drone

Eventuale integrazione con progetti di promozione turistica promossi da altri enti sovraordinati, come ad esempio Apt Servizi, Regione Emilia-Romagna o Territorio Turistico Bologna-Modena:
NO

Breve report dell'edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità (solo per progetti

ricorrenti già presentati nelle scorse edizioni del PTPL):
NO

Criteri e modalità di riscontro dei risultati:

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Studio per la definizione di un'identità turistica di Carpi	Consegna dello studio in forma di relazione
Attività di promozione sulle ciclovie	n. 3 attività
Interventi di promozione su media specifici	n. 3 interventi
Produzione di materiali digitali e cartacei	n. 3 video, 1 mappa, 1 brochure

TOTALE SPESE PREVISTE: € 38.790,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 38.790,00

PUNTEGGIO: 64

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

PIANO FINANZIARIO

TIPOLOGIE DI SPESA	Spese di preventivo IVA esclusa	Spese di preventivo IVA inclusa	Note
1. Promozione e comunicazione on line e off line			
Media e social media marketing	€ 5.000,00	€ 6.100,00	
Web content (redazione e ottimizzazione contenuti, e-news...)	€ 4.000,00	€ 4.880,00	
Stampa di materiale informativo (Specificare in note tipologia, quantitativi, lingua)	€ 3.295,00	€ 4.020,00	
Specificare eventuali ulteriori azioni di promozione e comunicazione	€	€	
Totale spese per azioni di promozione	€ 12.295,00	€ 15.000,00	
2. Promozione istituzionale			
Fiere *	€	€	
Press tour ed educational tour *	€	€	
Serate promozionali e workshop *	€	€	
Specificare eventuali ulteriori azioni similari	€	€	
*Le Azioni rientrano nel PPCT e/o nel Piano di APT servizi? <input type="checkbox"/> S I <input type="checkbox"/> NO			
Se NO specificare motivazioni.....			
Totale spese per fiere e altri eventi promozionali	€	€	
3. Applicazioni per dispositivi mobili			
Realizzazioni e integrazioni di applicazioni per dispositivi mobili	€	€	
Ottimizzazione dei siti per fruizione da mobile	€	€	
Specificare eventuali ulteriori azioni similari	€	€	
Totale spese per applicazioni per dispositivi mobili	€	€	
4. Iniziative complementari all'offerta turistica del Territorio Turistico di Bologna-Modena			
Ideazione, realizzazione e promozione di itinerari tematici e esperienze	€ 19.500,00	€ 23.790,00	

Specificare eventuali ulteriori azioni complementari all'offerta del Territorio Turistico	€	€	
Totale spese per itinerari turistici ed esperienze	€ 19.500,00	€ 23.790,00	
5. Altre spese	€	€	
Specificare eventuali altre spese	€	€	
Totale altre spese	€	€	
IMPORTO TOTALE DEL PROGETTO (min. Euro 5.000,00 max Euro 40.000,00)	€ 38.790,00		

5) COMUNE DI MODENA - PIANO DI PROMOZIONE TURISTICA PER RAFFORZARE L'IDENTITÀ E L'ATTRATTIVITÀ DEL TERRITORIO "MODENA" (INTERO TERRITORIO PROVINCIALE)

P.G. n. 40057 del 19/11/2024
INTEGRAZIONI P.G. n. 40480 del 21/11/2024

DESCRIZIONE SINTETICA DEL PROGETTO

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

Il progetto ha come obiettivo strategico il rafforzamento dell'immagine turistica del territorio "Modena" in sinergia e in supporto alle azioni che vengono attuate dalla DMO del territorio modenese in coerenza con gli obiettivi in materia di prodotti e mercati fissati dalle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale, nonché con la strategia contenuta nel Programma di Promo-Commercializzazione Turistica (PPCT) 2025.

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

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

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

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

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

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

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

Il piano di promozione sarà realizzato in modo sinergico e complementare alle azioni del PPCT e in collaborazione con la DMO del territorio che verrà selezionata.

Nel merito gli obiettivi specifici sono i seguenti:

> potenziare l'immagine del brand turistico di Modena, inteso come territorio, e dei suoi prodotti identitari sul mercato italiano;

> consolidare la collaborazione tra IAT del territorio e i principali poli turistici e qualificare le relazioni fiduciarie con lo IAT-R di Modena;

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

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

Azioni:

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

Ambito territoriale interessato:

L'ambito territoriale interessato è tutto il territorio provinciale (compresa l'area nord) e l'area collinare e montana.

Periodo di svolgimento delle azioni previste:

Primavera 2025 – Autunno 2025

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti:

Il progetto mira a potenziare, attraverso campagne promozionale di brand awareness, l'immagine turistica del territorio modenese in collegamento agli elementi identitari culturali e ai prodotti di eccellenza che distinguono il nostro territorio e la nostra regione. La progettualità sarà condivisa con la DMO, le associazioni di categoria rappresentanti l'anima del tessuto di offerta formato dai privati per condividere informazioni

sulle azioni e stimolare in questo modo la creazione di un'offerta adeguata ed inerente alle linee strategiche. Questo processo è ritenuto di fondamentale importanza per fare in modo che gli investimenti pubblici e quelli privati procedano parallelamente in una unica visione strategica. Finalizzata ad incrementare essenzialmente il numero delle presenze e la permanenza dei turisti,

2) Coerenza con gli obiettivi delle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027 e con il quadro di riferimento di cui alle premesse dell'Avviso PTPL 2025: Aderenza ai mercati e ai prodotti

Le linee guida 2025-2027 indicano che si dovrà continuare a consolidare e rafforzare il mercato nazionale, rafforzate le azioni di fidelizzazione sui profili di clientela conquistati in questi ultimi anni, capitalizzare i valori turistici-identitari, intendendo con ciò la necessità di sfruttare al massimo la loro essenza comunicativa, comprendendo tutti quei prodotti, territori e peculiarità che rendono unica la nostra regione e la identificano sulla mappa turistica.

Il progetto è perfettamente aderente alla citata indicazione strategica rivolgendosi principalmente al mercato italiano, 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 e trattandosi di un progetto che abbraccia tutte le linee di offerta, dalla pianura all'Appennino.

3) Coerenza interna fra gli obiettivi, i mercati, le azioni e i costi:

In base all'esperienza maturata nel corso degli anni, le azioni e i costi preventivati sono perfettamente coerenti con il mercato individuato (Italia, regioni del nord e centro Italia) e gli obiettivi prefissati.

4) Riduzione dell'impatto ambientale con indicazione delle relative misure previste:

In linea generale il piano di comunicazione non prevede la stampa di materiale cartaceo in quanto verranno privilegiati canali di comunicazione online, spot radiofonici o televisivi.

5) Azioni di promozione del turismo accessibile, in particolare in riferimento all'accessibilità a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive:

La campagna di comunicazione veicolerà tramite il sito visitmodena tutte le informazioni necessarie e utili a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive per usufruire delle esperienze e dei servizi promossi, questo grazie anche alle informazioni sull'accessibilità dei principali luoghi di interesse turistico raccolte e mappate con il progetto "Modena per tutti" che ha ricomprese circa 35 luoghi turistici di tutta la provincia.

6) Previsione di vendita di biglietti a carico dell'utente finale per poter usufruire dei servizi promossi: NO

7) Elementi di innovazione progettuale nell'ambito di iniziative consolidate del territorio, ovvero progetti inediti:

Per la realizzazione del piano è intenzione affidare il servizio ad una agenzia di comunicazione. Il servizio dovrà ricomprendere la formulazione della creatività, del concept nonché la fornitura di contenuti - testi, post, foto, video promozionali, spazi editoriali online (landing page, minisiti, ecc.) - che dovranno essere caratterizzati da un elevato livello di innovatività e interoperabilità.

8) Promozione e messa a disposizione del Territorio Turistico di materiale foto e video, anche realizzato con drone:

Per la realizzazione della campagna di comunicazione è prevista la realizzazione di shooting fotografici, spot video promozionali e altri materiali promozionali: grafiche dei visual es (banner statici e dinamici e native per adv on line) che verranno messi a disposizione del territorio Turistico.

Eventuale integrazione con progetti di promozione turistica promossi da altri enti sovraordinati, come ad esempio Apt Servizi, Regione Emilia-Romagna o Territorio Turistico Bologna-Modena:

Il progetto verrà attuato dal Comune di Modena e proseguirà, rafforzandola, la strategia di comunicazione territoriale capace di valorizzare le eccellenze di tutto territorio provinciale verrà elaborato in modo assolutamente complementare alle azioni dell'Agenzia di promozione regionale e condiviso con il Territorio Turistico BO-MO.

Breve report dell'edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità (solo per progetti ricorrenti già presentati nelle scorse edizioni del PTPL):

Il piano di promozione proposta sarà posto in continuità nella direzione di promozione dell'intero territorio ma anche nella sinergia con le azioni del PPCT. Nelle scorse edizioni non sono state riscontrate criticità da rilevare.

Criteria e modalità di riscontro dei risultati:

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

TOTALE SPESE PREVISTE: € 40.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 40.000,00

PUNTEGGIO: 82

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

PIANO FINANZIARIO:

TIPOLOGIE DI SPESA	Spese di preventivo IVA esclusa	Spese di preventivo IVA inclusa	Note
1. Promozione e comunicazione on line e off line	€ 32.786,88	€ 40.000,00	
Media e social media marketing	€ 32.786,88	€ 40.000,00	
Web content (redazione e ottimizzazione contenuti, e-news...)	€	€	
Stampa di materiale informativo (Specificare in note tipologia, quantitativi, lingua)	€	€	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni di promozione e comunicazione</i>	€	€	
Totale spese per azioni di promozione	€	€	
2. Promozione istituzionale			

Fiere *	€	€	
Press tour ed educational tour *	€	€	
Serate promozionali e workshop *	€	€	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni similari</i>	€	€	
*Le Azioni rientrano nel PPCT e/o nel Piano di APT servizi? <input type="checkbox"/> S I <input type="checkbox"/> NO			
Se NO specificare motivazioni.....			
Totale spese per fiere e altri eventi promozionali	€	€	
3. Applicazioni per dispositivi mobili			
Realizzazioni e integrazioni di applicazioni per dispositivi mobili	€	€	
Ottimizzazione dei siti per fruizione da mobile	€	€	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni similari</i>	€	€	
Totale spese per applicazioni per dispositivi mobili	€	€	
4. Iniziative complementari all'offerta turistica del Territorio Turistico di Bologna-Modena			
Ideazione, realizzazione e promozione di itinerari tematici e esperienze	€	€	
<i>Specificare eventuali ulteriori azioni complementari all'offerta del Territorio Turistico</i>	€	€	
Totale spese per itinerari turistici ed esperienze	€	€	
5. Altre spese	€	€	
<i>Specificare eventuali altre spese</i>	€	€	
Totale altre spese	€	€	
IMPORTO TOTALE DEL PROGETTO (min. Euro)	€ 40.000,00		

6) ENTE DI GESTIONE PER I PARCHI E LA BIODIVERSITA' EMILIA CENTRALE - TURISMO SOSTENIBILE NELLE AREE PARCO CETS" (CARTA EUROPEA PER IL TURISMO SOSTENIBILE)

P.G. n. 40085 del 19/11/2024
INTEGRAZIONE P.G. 40640 del 22/11/2024

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. COMUNE DI FANANO
2. COMUNE DI SESTOLA
3. COMUNE DI PIEVEPELAGO
4. COMUNE DI FIUMALBO
5. COMUNE DI GUIGLIA

DESCRIZIONE SINTETICA DEL PROGETTO

Il progetto "Turismo sostenibile nelle Aree Parco CETS" ha come obiettivo principale la promozione di un modello di turismo responsabile e sostenibile all'interno delle aree protette dell'Ente di Gestione per i Parchi e la Biodiversità Emilia Centrale. Il progetto mira a valorizzare le risorse naturali e culturali locali,

incentivando pratiche di turismo ecologico che rispettino l'ambiente, tutelando la biodiversità e favorendo l'economia locale della provincia di Modena. La Carta Europea del Turismo sostenibile (CETS) è uno strumento assimilabile ad un percorso di certificazione, che permette una migliore gestione delle aree protette per lo sviluppo del turismo sostenibile. L'elemento centrale della CETS è la collaborazione tra tutte le parti interessate a sviluppare una strategia comune ed un piano d'azione per lo sviluppo turistico, sulla base di un'analisi approfondita della situazione locale. La Carta viene rilasciata ai parchi che hanno presentato un concreto programma di azioni, legate ai principi dell'ecoturismo e della sostenibilità ambientale, da realizzare in un periodo di 5 anni. Ente Parchi ha già completato il suo primo ciclo CETS, quindi vuole mettere a terra la capacità ricettiva dei suoi operatori con itinerari di più giorni che riguardano l'alto e il medio appennino modenese.

In particolare le Fasi della Carta sono tre:

- Fase 1: la certificazione dell'area protetta da parte di Europarc Federation e Federparchi
- Fase 2: la certificazione delle imprese turistiche
- Fase 3: la certificazione delle offerte di turismo

La principale finalità della Carta è quella di accrescere lo sviluppo sostenibile e la gestione di un turismo nelle aree protette che tenga conto dei bisogni dell'ambiente, dei residenti, delle imprese locali e dei visitatori.

In particolare gli obiettivi specifici a cui risponde la CETS sono:

- migliorare la conoscenza ed il sostegno alle Aree Protette d'Europa, soggetti fondamentali del nostro patrimonio, che devono poter essere preservati e tutelati per le presenti e future generazioni;
- migliorare lo sviluppo sostenibile e la gestione di un turismo nelle aree protette che tenga conto delle necessità dell'ambiente, delle comunità locali, delle attività imprenditoriali locali e dei visitatori.

L'adesione alla Carta Europea del Turismo Sostenibile, come dimostrano le numerose esperienze nazionali ed internazionali, permette di armonizzare e valorizzare le forze economiche presenti sul territorio e di garantire un'adeguata qualità della vita alla popolazione locale. Tra i principali azionisti della carta ci sono le amministrazioni comunali di tutta la provincia di Modena e Reggio Emilia, gli operatori turistici della ricettività che svolgono la loro attività all'interno dell'area CETS, le guide ambientali e turistiche e le associazioni ambientaliste, di categoria, culturali. Il progetto riguarderà esclusivamente gli operatori modenesi e i territori della sua provincia.

Questo è il motivo per cui Ente di Gestione per i Parchi e la Biodiversità Emilia Centrale propone di rappresentare tutto il territorio provinciale attraverso le eccellenze ed emergenze turistiche che gli azionisti CETS rappresentano. La Carta Europea ha già concretizzato una convergenza di intenti al centro della quale c'è il rispetto del territorio e la crescita sostenibile attraverso il turismo. Il territorio dei Parchi Emilia Centrale è caratterizzato da un'eccezionale biodiversità, con ecosistemi che comprendono boschi, prati di montagna, laghi glaciali e una ricca fauna, tra cui specie protette. Al centro del progetto ci sono: il patrimonio naturale, quello culturale e ricreativo. Il percorso CETS sta portando a termine la FASE 3 per questo motivo sono maturati i tempi affinché si possano progettare soluzioni di più giorni di permanenza nel territorio modenese, valorizzando le emergenze ed esperienze turistiche degli operatori turistici.

Azioni:

1. IDENTITÀ E IMMAGINE COORDINATA DEGLI OPERATORI TURISTICI SOSTENIBILI: BROCHURE TEMATICHE.

L'azione mira a creare una riconoscibile e forte identità visiva e comunicativa per gli operatori turistici che partecipano al percorso CETS, con un focus su pratiche e valori legati al turismo sostenibile. Tra le attività principali, lo sviluppo di brochure tematiche permetterà di dare informazioni al turista su escursioni, sentieri naturali, cammini religiosi, flora e fauna tipica e protetta, cultura e borghi storici, enogastronomia sostenibile, attività ed eventi all'aperto, educazione e conservazione ambientale.

2. CREAZIONE DI PACCHETTI TURISTICI SOSTENIBILI GRAZIE AL COINVOLGIMENTO DEI TOUR OPERATOR LOCALI, CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE SOCIAL E STAMPA, PRESS TOUR, VERIFICA DEI PACCHETTI ATTRAVERSO TOUR OPERATOR NAZIONALI ED EUROPEI

Un percorso di dialogo e scambio con gli operatori del turismo locale e il tour operator per verificare i contenuti delle soluzioni strutturate in pacchetti e trovare le migliori condizioni di applicazione e promo-commercializzazione. A questo proposito il tour operator locale si occuperà del settore incoming strutturando i servizi necessari alla realizzazione dei percorsi e delle esperienze. Una fase successiva, legata all'outgoing, prevederà una fase di test nella quale i tour operator di settore nazionali ed esteri dovranno testare il prodotto finale per creare una rete di scambio da e verso l'Italia. Al termine del processo l'educational/press tour e la campagna di comunicazione daranno il via alla fase di promozione dei pacchetti. Verranno coinvolti esperti del settore turismo sostenibile (giornalisti, content creator, tour operator esteri e nazionali) per fare conoscere questa nicchia di prodotto nella nostra provincia.

4. PARTECIPAZIONE A FIERE DI SETTORE, EVENTI DI PRESENTAZIONE, WORKSHOP, PRESS E EDUCATIONAL TOUR

L'intenzione è quella di presentare il territorio interessato dal percorso partecipato della Carta Europea per il turismo sostenibile della provincia di Modena per diffondere l'opportunità di un turismo a basso impatto sull'ambiente. Gli operatori turistici della ricettività, le guide e le amministrazioni locali potranno avere una vetrina di dialogo con i principali player gravitanti attorno alle fiere di settore come la Fiera di Milano "Fa' la cosa giusta" (marzo) e il Salone Internazionale Svizzero delle Vacanze (novembre), potranno evidenziare le proprie pratiche virtuose durante le serate di presentazione del progetto e trovando il loro protagonismo durante i workshop dedicati alla creazione degli itinerari e delle migliori esperienze capaci di valorizzare il territorio modenese.

Ambito territoriale interessato:

Tutta la provincia di Modena, con particolare riferimenti all'area alto-appenninica del Frignano e del medio appennino dei Sassi di Roccamalatina.

Periodo di svolgimento delle azioni previste:

Gennaio-Dicembre 2025

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti:

La Carta Europea del Turismo Sostenibile è equiparabile ad una certificazione ambientale. Sono più di 30 gli operatori turistici già certificati che si sono messi in gioco per qualificare l'offerta turistica nelle aree protette, impostando la propria attività commerciale sui valori della sostenibilità, contribuendo così a tutelare le aree Parco. Il percorso CETS, dopo aver raccolto l'impegno degli operatori turistici, delle GAE e GT, delle amministrazioni e delle associazioni, ha ora la possibilità di fare conoscere la convergenza di intenti incentrata sul turismo sostenibile e i primi risultati del percorso: giornate strutturate attraverso le attività ed eccellenze sostenibili del nostro territorio attraverso l'aiuto del tour operator locale anch'esso azionista coinvolto nel percorso CETS.

2) Coerenza con gli obiettivi delle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027 e con il quadro di riferimento di cui alle premesse dell'Avviso PTPL 2025:

Il progetto mira al rafforzamento della stagionalizzazione dell'offerta turistica legata per l'alto appennino e medio appennino soprattutto al periodo invernale ed estivo. I target di riferimento selezionati (silver tourism, soft adventure tourism e grandi camminatori) possono rappresentare un segmento di mercato appetibile per questo tipo di operazione nel periodo primaverile ed autunnale. Il progetto mira ad ampliare il mercato italiano ed estero dal momento che la CETS è nota e promossa a livello Europeo da Europarc Federation. Questo potrebbe potenziare i flussi di incoming dai mercati internazionali garantendo una maggiore stabilità dell'incoming complessivo regionale accrescendo anche la qualità del prodotto turistico e

la sua Brand Awareness; Il coordinamento e la convergenza di intenti tra i vari azionisti della carta potrà dare la possibilità di sviluppare nuovi prodotti turistici sostenibili con un alto indice di appeal internazionale e nazionale per la valenza ambientale che esprime.

3) Coerenza interna fra gli obiettivi, i mercati, le azioni e i costi:

L'obiettivo primario del progetto è promuovere un turismo sostenibile, in linea con la valorizzazione e la conservazione del patrimonio naturale e culturale del Parco, e offrire un'esperienza unica rispetto alle eccellenze del territorio. Questo per aumentare la consapevolezza della fragilità dell'ambiente anche in collaborazione con la comunità locale. In questo modo potranno essere potenziati i servizi legati al turismo anche stagionalizzando l'offerta e consolidando l'economia locale, riducendo l'impatto ambientale e la conservazione delle aree protette. I mercati scelti riflettono un pubblico interessato all'ecoturismo e al turismo responsabile. Sono stati individuati 2 profili di mercato sui quali lavorare: mercato nazionale ed europeo. I target scelti, a seguito dell'analisi effettuata con gli operatori turistici del territorio sono il silver tourism, il soft adventure tourism e quello dei grandi camminatori/cicloturismo. I costi ottimizzano il percorso già intrapreso dalla Carta Europea del Turismo sostenibile e mettono a disposizione degli azionisti CETS l'immagine coordinata, la comunicazione per la promozione dei contenuti, materiali divulgativi (materiale sostenibile + on line), l'ottimizzazione delle pagine web dell'Ente Parchi a beneficio degli azionisti, spazi espositivi alle fiere di settore.

4) Riduzione dell'impatto ambientale con indicazione delle relative misure previste:

La riduzione dell'impatto ambientale è il tema centrale del progetto CETS, nello specifico verrà privilegiata la stampa su materiale ecolabel e la divulgazione on line delle informazioni, l'utilizzo di QR code, guide, piantine e brochure in formato digitale e scaricabili sul cellulare, iniziative volte all'educazione e conoscenza ambientale delle aree protette, per limitare l'uso della plastica, migliorare la raccolta dei rifiuti, il risparmio energetico e la migliore fruizione turistica sostenibile.

5) Azioni di promozione del turismo accessibile, in particolare in riferimento all'accessibilità a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive:

La Cets è un percorso che si alimenta attraverso la formazione e le pratiche virtuose degli azionisti per qualificare sempre di più le persone e il territorio in cui vivono. L'accessibilità a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive sarà oggetto di incontri di sensibilizzazione e formazione degli operatori turistici con la finalità di contemplare in maniera inclusiva l'offerta turistica.

6) Previsione di vendita di biglietti a carico dell'utente finale per poter usufruire dei servizi promossi: NO

7) Elementi di innovazione progettuale nell'ambito di iniziative consolidate del territorio, ovvero progetti inediti:

/

8) Promozione e messa a disposizione del Territorio Turistico di materiale foto e video, anche realizzato con drone:

- foto/video relative alle aree protette dell'Ente Parchi Emilia Centrale
- drone immagini e video relative alle aree protette dell'Ente Parchi Emilia Centrale

Eventuale integrazione con progetti di promozione turistica promossi da altri enti sovraordinati, come ad esempio Apt Servizi, Regione Emilia-Romagna o Territorio Turistico Bologna-Modena:

Ente Parchi è disponibile a collaborare con altri progetti di promozione turistica da altri enti sovraordinati.

Criteria e modalità di riscontro dei risultati:

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
IDENTITÀ E IMMAGINE COORDINATA DEGLI OPERATORI TURISTICI SOSTENIBILI: BROCHURE TEMATICHE	N° Copie diffuse N° Brochure scaricate on line Recensioni dei servizi e strutture turistiche utilizzate Questionario di feedback visitatori
CREAZIONE DI PACCHETTI TURISTICI SOSTENIBILI LOCALI, CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE SOCIAL E STAMPA, PRESS TOUR, VERIFICA DEI PACCHETTI ATTRAVERSO TOUR OPERATOR NAZIONALI ED EUROPEI	N° Pacchetti Costruiti N° Tour Operator/Verificatori area Cets e Pacchetti N° Visualizzazioni/Interazioni campagna Social N° articoli stampa di settore
PARTECIPAZIONE A FIERE DI SETTORE, EVENTI DI PRESENTAZIONE, WORKSHOP	N° Fiere di Settore N° Eventi di Presentazione N. workshop

TOTALE SPESE PREVISTE: € 35.990,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 35.990,00

PUNTEGGIO: 60

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

PIANO FINANZIARIO

TIPOLOGIE DI SPESA	Spese di preventivo IVA esclusa	Spese di preventivo IVA inclusa	Note
1. Promozione e comunicazione on line e off line			
Media e social media marketing	€ 1.000,00	€ 1.220,00	3 campagne social (adv)
Web content (redazione e ottimizzazione contenuti, e-news...)	€ 2.000,00	€ 2.440,00	ottimizzazione sito PARKS.IT
Stampa di materiale informativo (Specificare in note tipologia, quantitativi, lingua)	€ 3.000,00	€ 3.660,00	3 tipologie di flyer 3 ante in materiale riciclato 2000 copie per tipo in lingua italiana e inglese
Specificare eventuali ulteriori azioni di promozione e comunicazione	€	€	
Totale spese per azioni di promozione	€ 6.000,00	€ 7.320,00	

2. Promozione istituzionale			
Fiere *	€ 6000,00	€7.320,00	Fiera di Milano Fa' la cosa Giusta e Salone delle Vacanze Lugano
Press tour ed educational tour *	€ 4.000,00	€4.880,00	n° 1 evento
Serate promozionali e workshop *	€ 3.500,00	€4.270,00	n°2 workshop + n°2 serate promozionali
Specificare eventuali ulteriori azioni similari	€	€	
*Le Azioni rientrano nel PPCT e/o nel Piano di APT servizi? <input type="checkbox"/> S I <input checked="" type="checkbox"/> NO Se NO specificare motivazioni E' un progetto che si è sviluppato di recente e che non ha potuto trovare confronto con i due strumenti regionali, Ente Parchi si rende disponibile alla condivisione delle progettualità in essere.			
Totale spese per fiere e altri eventi promozionali	€ 13.500,00	€ 16.470,00	
3. Applicazioni per dispositivi mobili			
Realizzazioni e integrazioni di applicazioni per dispositivi mobili	€	€	
Ottimizzazione dei siti per fruizione da mobile	€	€	
Specificare eventuali ulteriori azioni similari	€	€	
Totale spese per applicazioni per dispositivi mobili	€ 0	€ 0	
4. Iniziative complementari all'offerta turistica del Territorio Turistico di Bologna-Modena			
Ideazione, realizzazione e promozione di itinerari tematici e esperienze	€ 6000,00	€7.320,00	
Verifica Pacchetti Turistici Sostenibili	€ 4000,00	€ 4.880,00	
Totale spese per itinerari turistici ed esperienze	€ 10.000,00	€ 12.200,00	
5. Altre spese			
	€	€	
Totale altre spese	€ 0	€ 0	
IMPORTO TOTALE DEL PROGETTO (min. Euro 5.000,00 max Euro 40.000,00)	€ 35.990,00		

PROPOSTA DI GRADUATORIA PTPL 2025

PTPL 2025 - AMBITO 1 BOLOGNA

**AMBITO 1.a - Informazione e accoglienza al turista
IAT TRADIZIONALI (IAT RESERVATION E IAT)**

Richiedente	Sede uffici	Piano finanziario iniziale	Spese ammissibili	Spese non ammissibili	Punteggio	Fascia di valutazione	% contributo	Contributo concedibile
Comune di Bologna (IAT R)	Piazza Maggiore 1/E 40124 Bologna	€ 300.000,00	€ 300.000,00	€ 0,00	98	ALTA	15,00%	€ 45.000,00
Comune di Sasso Marconi (IAT R)	Via Porrettana 314 40037 Sasso Marconi	€ 112.248,53	€ 112.248,53	€ 0,00	91	ALTA	15,00%	€ 16.837,28
Nuovo Circondario Imolese (IAT R)	Autodromo Intern.le Enzo e Dino Ferrari Piazza Ayrton Senna da Silva 2 40026 Imola	€ 100.000,00	€ 100.000,00	€ 0,00	85	ALTA	15,00%	€ 15.000,00
Comune di San Giovanni in Persiceto (IAT R)	Via Cento 9/A 40017 San Giovanni in Persiceto	€ 86.300,00	€ 86.300,00	€ 0,00	80	ALTA	15,00%	€ 12.945,00
Comune di Monghidoro (IAT)	Via G. Matteotti 1 40063 Monghidoro	€ 79.800,00	€ 79.800,00	€ 0,00	69	MEDIA	6,74%	€ 5.378,52

Comune di Alto Reno Terme (IAT)	Piazza della Libertà 11 40046 Porretta Terme	€ 82.685,00	€ 82.685,00	€ 0,00	67	MEDIA	6,74%	€ 5.572,97
Comune di Dozza (IAT)	Rocca Sforzesca di Dozza Piazza della Rocca 6/A 40060 Dozza	€ 30.000,00	€ 30.000,00	€ 0,00	66	MEDIA	6,74%	€ 2.022,00
Comune di Lizzano in Belvedere (IAT)	Piazza Marconi 6 40042 Lizzano in B.	€ 42.000,00	€ 42.000,00	€ 0,00	60	MEDIA	6,74%	€ 2.830,80
Comune di Lizzano in Belvedere - frazione di Vidiciatico (IAT)	Via Marconi 31 40042 Frazione di Vidiciatico, Lizzano in B.	€ 41.100,00	€ 41.100,00	€ 0,00	60	MEDIA	6,74%	€ 2.770,14
SUB-TOTALE 1.a IAT TRADIZIONALI (IAT RESERVATION E IAT) Informazione e accoglienza al turista		€ 874.133,53	€ 874.133,53	€ 0,00	-	-	-	€ 108.356,71
AMBITO 1a - Informazione e accoglienza al turista IAT INNOVATIVI (IAT DIFFUSI, IAT DIGITALI, WELCOME ROOM)								
Richiedente	Sede uffici	Piano finanziario iniziale	Spese ammissibili	Spese non ammissibili	Punteggio	Fascia di valutazione	% contributo	Contributo concedibile
Comune di Marzabotto (WELCOME ROOM)	Casa della Cultura e della Memoria Via Porrettana Sud 1, 40043 Marzabotto	€ 30.000,00	€ 30.000,00	€ 0,00	83	ALTA	50,00%	€ 15.000,00
Comune di Valsamoggia (IAT DIFFUSO)	La Mandria Via Risorgimento 326, 40069 Zola Predosa	€ 30.000,00	€ 20.000,00	€ 10.000,00	80	ALTA	50,00%	€ 10.000,00

	<p>Cà La Ghironda Resort Via Leonardo da Vinci 19, 40069 Zola Predosa</p> <p>Pro Loco Savigno Aps Piazza XV Agosto 40053 Valsamoggia loc. Savigno</p> <p>COPAPS Soc. coop. a R.L. Via Panoramica 36, Parco della Chiusa 40033 Casalecchio di Reno</p> <p>La Casola Via San Martino 22/D, 40050 Monte San Pietro</p> <p>Bar Due di Picche Snc Via Lavino 419/A, 40050 Monte San Pietro</p>							
Comune di Crevalcore (IAT DIFFUSO)	<p>Sezione Associazione nazionale Carabinieri di Crevalcore Via della Pace 361, 40014 Crevalcore</p> <p>Pro Loco Crevalcore Aps Viale Amendola 330, 40014 Crevalcore</p> <p>Motoclub Crevalcore Asd Via del Bottazzo 229, 40014 Crevalcore</p>	€ 12.859,78	€ 12.859,78	€ 0,00	80	ALTA	50,00%	€ 6.429,89
Comune di Imola (WELCOME ROOM)	Galleria Centro Cittadino Via Emilia 135, 40026 Imola	€ 41.000,00	€ 30.000,00	€ 11.000,00	60	MEDIA	50,00%*	€ 15.000,00

SUB-TOTALE 1.a IAT INNOVATIVI Informazione e accoglienza al turista	€ 113.859,78	€ 92.859,78	€ 21.000,00	-	-	-	€ 46.429,89
TOTALE AMBITO 1.a (IAT TRADIZIONALI + IAT INNOVATIVI) Informazione e accoglienza al turista	€ 987.993,31	€ 966.993,31	€ 21.000,00	-	-	-	€ 154.786,60

* % rimodulata ai sensi dell'avviso pubblico e nel rispetto della DGR 2188/2022 ai fini del raggiungimento della soglia del 30% dei contributi concedibili a favore degli IAT innovativi

AMBITO 1.b - Animazione e intrattenimento turistico IAT TRADIZIONALI (IAT RESERVATION E IAT)								
Richiedente	Sede uffici	Piano finanziario iniziale	Spese ammissibili	Spese non ammissibili	Punteggio	Fascia di valutazione	% contributo	Contributo concedibile
Comune di Sasso Marconi (IAT R)	Via Porrettana 314, Sasso Marconi	€ 30.000,00	€ 30.000,00	€ 0,00	88	ALTA	50,00%	€ 15.000,00
Comune di Bologna (IAT R)	Piazza Maggiore 1/E, 40124 Bologna	€ 30.000,00	€ 30.000,00	€ 0,00	84	ALTA	50,00%	€ 15.000,00
Comune di Alto Reno Terme (IAT)	Piazza della Libertà 11, 40046 Porretta Terme	€ 9.100,00	€ 9.100,00	€ 0,00	80	ALTA	50,00%	€ 4.550,00
Nuovo Circondario Imolese (IAT R)	Autodromo Intern.le Enzo e Dino Ferrari Piazza Ayrton Senna da Silva 2, 40026 Imola	€ 26.000,00	€ 26.000,00	€ 0,00	80	ALTA	50,00%	€ 13.000,00
Comune di Dozza (IAT)	Rocca Sforzesca di Dozza Piazza della Rocca 6/A, 40060 Dozza	€ 19.000,00	€ 19.000,00	€ 0,00	80	ALTA	50,00%	€ 9.500,00

Comune di San Giovanni in Persiceto (IAT R)	Via Cento 9/A, 40017 San Giovanni in Persiceto	€ 4.800,00	€ 4.800,00	€ 0,00	80	ALTA	50,00%	€ 2.400,00
TOTALE AMBITO 1.b Animazione e intrattenimento turistico		€ 118.900,00	€ 118.900,00	€ 0,00	-	-	-	€ 59.450,00
TOTALE AMBITO 1 (1.a+1.b)		€ 1.106.893,31	€ 1.085.893,31	€ 21.000,00	-	-	-	€ 214.236,60

PTPL 2025 - AMBITO 2 BOLOGNA

Richiedente	Progetto	Piano finanziario iniziale	Spese ammissibili	Spese non ammissibili	Punteggio	Fascia di valutazione	% contributo	Contributo concedibile
CITTÀ METROPOLITANA DI BOLOGNA IN FUNZIONE DI DESTINAZIONE TURISTICA	INIZIATIVE TURISTICHE DI INTERESSE METROPOLITANO	€ 66.000,00	€ 66.000,00	-	-	-	-	€ 65.191,18
UNIONE DEI COMUNI DELL'APPENNINO BOLOGNESE	CRINALI 2025 - APPENNINO ACCESSIBILE	€ 39.000,00**	€ 39.000,00	€ 0,00	85	ALTA	50,00%	€ 19.500,00
UNIONE RENO GALLIERA	“CYCLISTS ARE WELCOME!” - LA QUALIFICAZIONE DEI SERVIZI SULLE CICLOVIE DEL RENO E DEL NAVILE	€ 8.100,00	€ 8.100,00	€ 0,00	80	ALTA	50,00%	€ 4.050,00
YODA APS	IT.A.CÀ MIGRANTI E VIAGGIATORI: FESTIVAL DEL TURISMO RESPONSABILE	€ 27.000,00 (iva inclusa)	€ 27.000,00 (iva inclusa)	€ 0,00 (iva inclusa)	80	ALTA	50,00%	€ 13.500,00
NUOVO CIRCONDARIO IMOLESE	BE IN WONDER LAND - CULTURE SPORT NATURE IN IMOLA AREA	€ 10.000,00	€ 10.000,00	€ 0,00	68	MEDIA	30,00%	€ 3.000,00

COMUNE DI IMOLA	BACCANALE 2025 - RASSEGNA CULTURALE ED ENOGASTRONOMICA	€ 40.000,00	€ 40.000,00	€ 0,00	66	MEDIA	30,00%	€ 12.000,00
COMUNE DI DOZZA	XXX BIENNALE MURO DIPINTO DI DOZZA	€ 12.500,00	€ 12.500,00	€ 0,00	66	MEDIA	30,00%	€ 3.750,00
CARTA BIANCA APS	FESTIVAL MENTE LOCALE - VISIONI SUL TERRITORIO 2025, DODICESIMA EDIZIONE	€ 39.284,00 (iva inclusa)	€ 36.784,00 (iva inclusa)	€ 2.500,00 (iva inclusa)	65	MEDIA	30,00%	€ 11.035,20
COMUNE DI CASTEL SAN PIETRO TERME	OUTDOOR TOURS - TURISMO ENOGASTRONOMICO ED ESPERIENZIALE	€ 40.000,00	€ 40.000,00	€ 0,00	65	MEDIA	30,00%	€ 12.000,00
COMUNE DI SAN GIOVANNI IN PERSICETO	FOOD & SOUL: VIAGGI TRA SAPORI, MUSICA E SPIRITUALITÀ	€ 20.000,00	€ 15.000,00	€ 5.000,00	62	MEDIA	30,00%	€ 4.500,00
COMUNE DI CASTEL SAN PIETRO TERME	LA NOTTE CELESTE	€ 26.000,00	€ 26.000,00	€ 0,00	61	MEDIA	30,00%	€ 7.800,00
COMUNE DI SAN LAZZARO DI SAVENA	I GESSI RACCONTANO	€ 40.000,00	€ 39.000,00	€ 1.000,00	60	MEDIA	30,00%	€ 11.700,00

COMUNE DI LIZZANO IN BELVEDERE	LOOKAP! METAMORFOSI E L'APPENNINO RITROVATO: ARTE DIFFUSA, NATURA ED ESCURSIONI	€ 17.000,00	€ 17.000,00	€ 0,00	60	MEDIA	30,00%	€ 5.100,00
PRO LOCO DI MINERBIO APS	CONCORSO PIANISTICO INTERNAZIONALE CITTÀ DI MINERBIO	€ 39.460,00 (iva inclusa)	€ 39.460,00 (iva inclusa)	€ 0,00 (iva inclusa)	58	BASSA	15,00%	€ 5.919,00
ASSOCIAZIONE VITRUVIO A.S.D.	DALLA E MARCONI, AMBASCIATORI DI BOLOGNA SULLA CRESTA DELL'ONDA	€ 39.000,00 (iva esente)	€ 12.000,00 (iva esente)	€ 27.000,00 (iva esente)	51	BASSA	15,00%	€ 1.800,00
MUTUA SALSAMENTARI 1876 BOLOGNA	TAGLIERE SALSAMENTARI 1876 DE.CO.	€ 32.786,83 (iva esclusa)	€ 32.786,83 (iva esclusa)	€ 0,00 (iva esclusa)	50	BASSA	15,00%	€ 4.918,02
COMUNE DI BOLOGNA	TREKKING URBANO 2025	NON AMMISSIBILE: Si dà atto che la domanda di contributo è stata presentata oltre il termine di scadenza fissato dall'art. 6 dell'Avviso pubblico. Si è provveduto ad inviare comunicazione ai sensi dell'art.10 bis della L.241/1990, P.G. n. 76690/2024: nel termine di 10 giorni previsti non sono pervenute osservazioni.						
TOTALE AMBITO 2		€ 496.130,88	€ 460.630,88	€ 35.500,00	-	-	-	€ 185.763,40

** corretto d'ufficio

PTPL 2025

**PROSPETTO DI RIEPILOGO
BOLOGNA**

AMBITO 1 “SERVIZI TURISTICI DI BASE DEI COMUNI E DELLE UNIONI DI COMUNI”

- **1.a** Informazione e accoglienza al turista
- **1.b** Animazione e intrattenimento turistico

AMBITO 2 “INIZIATIVE DI PROMOZIONE TURISTICA DI INTERESSE LOCALE”

Riepilogo Ambiti del Programma Turistico di Promozione Locale 2025	Spesa ammessa	Contributo concedibile
AMBITO 1	€ 1.085.893,31	€ 214.236,60
1.a) INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA AL TURISTA	€ 966.993,31	€ 154.786,60 (38,70%)
- <i>IAT TRADIZIONALI</i>	€ 874.133,53	€ 108.356,71 (70%)
- <i>IAT INNOVATIVI</i>	€ 92.859,78	€ 46.429,89 (30%)
1.b) ANIMAZIONE E INTRATTENIMENTO TURISTICO	€ 118.900,00	€ 59.450,00 (14,86%)
AMBITO 2		
INIZIATIVE DI PROMOZIONE TURISTICA DI INTERESSE LOCALE	€ 460.630,88	€ 185.763,40 (46,44%)
TOTALI	€ 1.546.524,19	€ 400.000,00 (100%)

PROPOSTA DI GRADUATORIA PTPL 2025

PTPL 2025 - AMBITO 1 MODENA

**AMBITO 1a - Informazione e accoglienza al turista
IAT TRADIZIONALI (IAT RESERVATION E IAT)**

Richiedente	Sede uffici	Piano finanziario iniziale	Spese ammissibili	Spese non ammissibili	Punteggio	Fascia di valutazione	% contributo	Contributo concedibile
Comune di Modena (IAT R)	Piazza Grande 14, 41121 Modena	€ 300.000,00	€ 300.000,00	€ 0,00	98	ALTA	21,00%	€ 29.570,81*
Comune di Maranello - STTI (IAT R)	Via Dino Ferrari 34, 41053 Maranello	€ 157.510,40	€ 157.510,40	€ 0,00	72	MEDIA	11,00%	€ 17.326,14
Comune di Sestola (IAT)	Corso Umberto I 28, 41029 Sestola	€ 99.500,00	€ 99.500,00	€ 0,00	71	MEDIA	11,00%	€ 9.314,56 anziché € 10.945,00 per esaurimento risorse
Unione Terre di Castelli (IAT)	Piazza Roma 5, 41014 Castelvetro di Modena	€ 31.300,00	€ 31.300,00	€ 0,00	71	MEDIA	11,00%	€ 2.930,11 anziché € 3.443,00 per esaurimento risorse

* Importo massimo concedibile ai sensi dell'avviso pubblico

Comune di Carpi per Unione Terre d'Argine (IAT)	Palazzo dei Pio Piazza Dei Martiri 64, 41012 Carpi	€ 31.500,00	€ 31.500,00	€ 0,00	53	BASSA	5,00%	€ 1.575,00 importo non finanziato per esaurimento risorse
SUB TOTALE IAT RESERVATION E IAT Informazione e accoglienza al turista		€ 619.810,40	€ 619.810,40	€ 0,00	-	-		€ 59.141,62
AMBITO 1a - Informazione e accoglienza al turista IAT INNOVATIVI (IAT DIFFUSI, IAT DIGITALI, WELCOME ROOM)								
Richiedente	Sede uffici	Piano finanziario iniziale	Spese ammissibili	Spese non ammissibili	Punteggio	Fascia di valutazione	% contributo	Contributo concedibile
Comune di Modena (WELCOME ROOM)	Piazza Mazzini 45/A, 41121 Modena	€ 30.000,00	€ 30.000,00	€ 0,00	93	ALTA	41,00%	€ 12.300,00
Comune di Modena (IAT DIGITALE)	Piazza Mazzini 45/A, 41121 Modena	€ 30.000,00	€ 30.000,00	€ 0,00	79	MEDIA	23,00%	€ 6.900,00
Comune di Maranello (IAT DIFFUSO)	- Fotodigital, Via Statale 31, Fiorano Modenese - Hotel Alexander, via Resistenza 46, Fiorano Modenese - Casa Rossa Di Ferrari Walter, Via Cava 16, Formigine - B&B Cà Dal Frol, Via Stradella 12, Formigine - Modena Golf & Country	€ 12.950,00	€ 12.950,00	€ 0,00	69	MEDIA	23,00 %	€ 2.978,50

	<p>Club A.s.d., via Castelnuovo Rangone 4, Formigine</p> <p>- R&B IL MELOGRANO, Via Ghiarola 59, Formigine</p> <p>- Il profumo dei Tigli B&B, Via Vaccari 26, Formigine</p> <p>- Hotel La Fenice, Via Caduti sul Lavoro 12, Formigine</p> <p>- Villa Magnolia Via Adolfo Venturi, 9, 41043 Formigine MO</p> <p>- Ride Appennino, Via Prov. Lama 84, Montefiorino</p> <p>- Polisportiva Monchio ASD APS, Via Panoramica 151\E, Palagano</p> <p>- Locanda Cialamina Sas Di Forti Enrica, Palazzo Pierotti 38, Palagano</p> <p>- Nuova Proloco Prignano S/S APS, Via Allegretti 166, Prignano</p> <p>- Al Ciocco s.n.c., via Palloncino 2, Montefiorino</p>							
<p>Unione Terre di Castelli (IAT DIFFUSO)</p>	<p>- Museo dell'aceto balsamico tradizionale di Modena aps, via Francesco Turati, 28, 41057 Spilamberto</p> <p>- Centro Visite Borgo dei sassi - R&B - Old castle</p>	€ 19.970,00	€ 19.970,00	€ 0,00	69	MEDIA	23,00%	€ 4.593,10

	srl, via sassi, 2000, 41052 Guiglia - Museo del castagno e del borlengo- aps La Slucadora, via San Giacomo, 724, 41059 Zocca - Circolo Polivalente olimpia Vignola - Piscina Vignola aps, via portello, 2, 41058 Vignola - Pro loco Vignola Terra di ciliegie aps, via Bellucci, 1, 41058 Vignola - Fattoria Germoglio azienda agricola, via Rio d'orzo, 535, 41056 Savignano sul Panaro - La Fontana azienda agricola, via Ghiarole 54/a, 41057 Spilamberto - Pro loco Savignano sul Panaro, via Crespellani, 12, 41056 Savignano sul Panaro							
	SUB TOTALE IAT INNOVATIVI Informazione e accoglienza al turista	€ 92.920,00	€ 92.920,00	€ 0,00	-	-	-	€ 26.771,60
	TOTALE AMBITO 1.a (IAT TRADIZIONALI + IAT INNOVATIVI) Informazione e accoglienza al turista	€ 712.730,40	€ 712.730,40	€ 0,00	-	-	-	€ 85.913,22

**AMBITO 1b - Animazione e intrattenimento turistico
IAT TRADIZIONALI (IAT RESERVATION E IAT)**

Richiedente	Sede uffici	Piano finanziario iniziale	Spese ammissibili	Spese non ammissibili	Punteggio	Fascia di valutazione	% contributo	Contributo concedibile
Comune di Modena (IAT R)	Piazza Grande 14, 41121 Modena	€ 30.000,00	€ 30.000,00	€ 0,00	92	ALTA	36,00%	€ 10.800,00
Comune di Sestola (IAT)	Corso Umberto I 28, 41029 Sestola	€ 30.000,00	€ 30.000,00	€ 0,00	80	ALTA	36,00%	€ 10.800,00
Comune di Maranello (IAT R)	Via Dino Ferrari 34, 41053 Maranello	€ 28.889,60	€ 28.889,60	€ 0,00	62	MEDIA	23,00%	€ 6.644,61
Unione Terre di Castelli (IAT)	Piazza Roma 5 41014 Castelvetro di Modena	€ 19.900,00	€ 19.900,00	€ 0,00	58	BASSA	11,00%	€ 2.189,00
TOTALE AMBITO 1.b Animazione e intrattenimento turistico		€ 108.789,60	€ 108.789,60	€ 0,00	-	-	-	€ 30.433,61
TOTALE AMBITO 1 (1.a+1.b)		€ 821.520,00	€ 821.520,00	€ 0,00	-	-	-	€ 116.346,83

PTPL 2025 - AMBITO 2 MODENA

Richiedente	Progetto	Piano finanziario iniziale	Spese ammissibili	Spese non ammissibili	Punteggio	Fascia di valutazione	% contributo	Contributo concedibile
COMUNE DI MODENA	PIANO DI PROMOZIONE TURISTICA PER RAFFORZARE L'IDENTITÀ E L'ATTRATTIVITÀ DEL TERRITORIO "MODENA" (INTERO TERRITORIO PROVINCIALE)	€ 40.000,00	€ 40.000,00	€ 0,00	82	ALTA	40,00%	€ 16.000,00
COMUNE DI MARANELLO - STTI	A SMART CULTURAL VALLEY	€ 39.996,82	€ 39.996,82	€ 0,00	80	ALTA	40,00%	€ 15.998,73
UNIONE DEL FRIGNANO	FRIGNANO EXPERIENCE 2.0: APPENNINO DA VIVERE	€ 40.000,00	€ 40.000,00	€ 0,00	79	MEDIA	28,05%	€ 11.220,00
COMUNE DI SASSUOLO	LE VIE DEL DUCATO	€ 5.000,00	€ 5.000,00	€ 0,00	66	MEDIA	28,05%	€ 1.402,50
COMUNE DI CARPI	CARPI TOURISM IDENTITY	€ 38.790,00	€ 38.790,00	€ 0,00	64	MEDIA	28,05%	€ 10.858,39 anziché € 10.880,60 per esaurimento risorse

ENTE DI GESTIONE PER I PARCHI E LA BIODIVERSITA' EMILIA CENTRALE	TURISMO SOSTENIBILE NELLE AREE PARCO CETS” (CARTA EUROPEA PER IL TURISMO SOSTENIBILE)	€ 35.990,00	€ 35.990,00	€ 0,00	60	MEDIA	28,05%	€ 10.095,20 importo non finanziato per esaurimento risorse
TOTALE AMBITO 2		€ 199.776,82	€ 199.776,82	€ 0,00	-	-	-	€ 55.479,62

PTPL 2025

PROSPETTO DI RIEPILOGO

MODENA

AMBITO 1 “SERVIZI TURISTICI DI BASE DEI COMUNI E DELLE UNIONI DI COMUNI”

- **1.a** Informazione e accoglienza al turista

- **1.b** Animazione ed intrattenimento turistico

AMBITO 2 “INIZIATIVE DI PROMOZIONE TURISTICA DI INTERESSE LOCALE”

Riepilogo Ambiti del Programma Turistico di Promozione Locale 2025	Spesa ammessa	Contributo concedibile
AMBITO 1	€ 821.520,00	€ 116.346,83
1.a) INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA AL TURISTA	€ 712.730,40	€ 85.913,22 (50,00%)
- <i>IAT TRADIZIONALI</i>	€ 619.810,40	€ 59.141,62 (68,84%)
- <i>IAT INNOVATIVI</i>	€ 92.920,00	€ 26.771,60 (31,16%)
1.b) ANIMAZIONE ED INTRATTENIMENTO TURISTICO	€ 108.789,60	€ 30.433,61 (17,71%)
AMBITO 2	€ 199.776,82	€ 55.479,62 (32,29%)
INIZIATIVE DI PROMOZIONE TURISTICA DI INTERESSE LOCALE		
TOTALI	€ 1.021.296,82	€ 171.826,45 (100,00%)



Provincia di Modena

**Area Amministrativa
Affari generali e Polizia Provinciale
Promozione e Qualificazione turistica del territorio**

PARERE DI REGOLARITA' TECNICA

OGGETTO: PROGRAMMA TURISTICO DI PROMOZIONE LOCALE (PTPLP) DEL TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA-MODENA - ANNO 2025 - APPROVAZIONE PROGRAMMA E PIANO DI ASSEGNAZIONE DEI CONTRIBUTI, ACCERTAMENTO E PRENOTAZIONE RISORSE.

Si esprime il parere FAVOREVOLE in ordine alla regolarità tecnica della presente proposta di Atto n. 5527/2024, attestante la regolarità e la correttezza dell'azione amministrativa, ai sensi degli artt. 49, comma 1, e 147 bis, comma 1, del T.U. n. 267/2000 ordinamento EE.LL. .

Modena li, 16/12/2024

Il Dirigente
GAMBARINI PATRIZIA

(Sottoscritto digitalmente ai sensi
dell'art. 21 D.L.gs n 82/2005 e s.m.i.)



Provincia di Modena

Programmazione, Monitoraggi e Qualità

PARERE DI REGOLARITA' CONTABILE

OGGETTO: PROGRAMMA TURISTICO DI PROMOZIONE LOCALE (PTPLP) DEL TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA-MODENA - ANNO 2025 - APPROVAZIONE PROGRAMMA E PIANO DI ASSEGNAZIONE DEI CONTRIBUTI, ACCERTAMENTO E PRENOTAZIONE RISORSE.

Si esprime il parere FAVOREVOLE in merito alla regolarita' contabile della presente proposta di Atto n. 5527/2024 ai sensi degli artt. 49, comma 1, e 147 bis, comma 1, del T.U. n. 267/2000 ordinamento EE.LL. .

Modena li, 17/12/2024

Il Dirigente
GUIZZARDI RAFFAELE

(Sottoscritto digitalmente ai sensi
dell'art. 21 D.L.gs n 82/2005 e s.m.i.)



Provincia di Modena

ATTO DEL PRESIDENTE

L' Atto del Presidente n. 168 del 17/12/2024 è pubblicato all'Albo Pretorio di questa Provincia, per 15 giorni consecutivi, a decorrere dalla data sotto indicata.

Modena, 17/12/2024

L'incaricato alla pubblicazione
MORSOLETTO ILDE ROSSANA
(Sottoscritto digitalmente ai sensi
dell'art. 21 D.L.gs n 82/2005 e s.m.i.)