



## Provincia di Modena

Area Amministrativa  
Affari generali e Polizia Provinciale  
Promozione e Qualificazione turistica del territorio

### Determinazione numero 1600 del 24/07/2025

**OGGETTO: PROGRAMMA TURISTICO DI PROMOZIONE LOCALE DEL TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA-MODENA - ANNO 2024. APPROVAZIONE DI RELAZIONE TECNICA E CONTO CONSUNTIVO DELLA GESTIONE DEI FINANZIAMENTI ASSEGNATI DALLA REGIONE EMILIA-ROMAGNA CON DGR N. 472 DEL 18/03/2024.**

Il Dirigente GOZZOLI LUCA

Con Atto del Presidente n. 231 del 19/12/2023 la Provincia di Modena ha approvato, per quanto di competenza, il Programma Turistico di Promozione Locale (PTPL) per l'anno 2024 del Territorio Turistico Bologna-Modena, composto dagli Allegati 1, 2, 3 e 4, parte integrante e sostanziale del suddetto atto, che contengono la graduatoria licenziata dagli organismi del medesimo Territorio turistico Bologna-Modena (come da verbale in data 11/12/2023 del Tavolo di Concertazione, acquisito al P.G. n. 43701 del 12/12/2023, e verbale della consultazione scritta in data 11/12/2023 della Cabina di Regia, acquisito al P.G. n. 43708 del 12/12/2023), nonché la descrizione dei progetti ammessi, come previsto dalla normativa regionale.

Il suddetto PTPL unitario per il Territorio Turistico Bologna-Modena è stato predisposto a seguito di procedura ad evidenza pubblica di cui all'avviso approvato con Atto del Sindaco Metropolitano n. 244 del 10/10/2023 e Determinazione numero 1766 del 12/10/2023 della Provincia di Modena.

Il PTPL è stato elaborato secondo criteri di selezione omogenei, nel rispetto delle peculiarità territoriali, ed è suddiviso in due linee di finanziamento, che afferiscono rispettivamente ai soggetti beneficiari del territorio metropolitano e del territorio della provincia di Modena, di cui i due enti sono rispettivamente soggetti attuatori.

Successivamente all'approvazione anche da parte della Città Metropolitana con Deliberazione di Consiglio metropolitano n. 63 del 20/12/2023, il Territorio turistico Bologna-Modena ha provveduto a trasmettere con comunicazione PEC in atti al P.G. n. 45055 del 21/12/2023 il suddetto PTPL 2024 alla Regione Emilia-Romagna, che ha approvato il Programma con DGR n. 472 del 18/03/2024 ai sensi della DGR n. 786/2017 e ss.mm.ii., provvedendo contestualmente 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.

Con Atto del Presidente n. 42 del 03/05/2024 si è quindi proceduto all'approvazione del piano di assegnazione dei contributi per i soggetti beneficiari del territorio di riferimento 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 in data 27/03/2024 del Tavolo di Concertazione, acquisito al P.G. n. 11321 del 03/04/2024, e verbale della consultazione scritta in data 27/03/2024 della Cabina di Regia, acquisito al P.G. 11386 del 04/04/2024) allegato al medesimo atto quale parte integrante e sostanziale.

Con il suddetto Atto l'importo concesso dalla Regione alla Provincia di Modena per la realizzazione del PTPL 2024 è stato suddiviso, fino alla concorrenza delle risorse regionali assegnate, per € 95.265,70 con riferimento all'Ambito 1 "Servizi turistici di base dei Comuni e delle Unioni" ed € 76.560,75 con riferimento all'Ambito 2 "Iniziative di promozione turistica d'interesse locale", per un totale di 171.826,45, così come specificato nelle prospetto riepilogativo del piano di assegnazione allegato al medesimo atto quale parte integrante e sostanziale, di cui si riporta di seguito il prospetto riepilogativo:

<b>PTPL 2024</b>		
<b>PROSPETTO DI RIEPILOGO</b>		
<b>AMBITO 1 "SERVIZI TURISTICI DI BASE DEI COMUNI"</b>		
<b>AMBITO 2 "INIZIATIVE DI PROMOZIONE TURISTICA DI INTERESSE LOCALE"</b>		
<b>RIEPILOGO AMBITI DEL PROGRAMMA TURISTICO DI PROMOZIONE LOCALE 2024</b>	<b>SPESA AMMESSA €</b>	<b>CONTRIBUTO €</b>
<b>AMBITO 1</b>	<b>787.319,90</b>	<b>95.265,70</b>
- "SERVIZI TURISTICI DI BASE DI COMUNI E DELLE UNIONI DI COMUNI"	<b>709.739,56</b>	<b>85.878,52</b>
- <i>IAT RESERVATION E IAT</i>	<i>639.739,56</i>	<i>72.996,74</i>
- <i>IAT INNOVATIVI</i>	<i>70.000,00</i>	<i>12.881,78</i>
- "ANIMAZIONE E INTRATTENIMENTO TURISTICO"	<b>77.580,34</b>	<b>9.387,180</b>
<b>AMBITO 2</b>		
- "INIZIATIVE DI PROMOZIONE TURISTICA DI INTERESSE LOCALE"	<b>158.544,00</b>	<b>76.560,75</b>
<b>TOTALI</b>	<b>945.863,90</b>	<b>171.826,45</b>

Contestualmente la Città Metropolitana di Bologna ha approvato il piano di assegnazione dei contributi per i soggetti beneficiari del territorio di riferimento con proprio atto del Sindaco metropolitano n. 122 del 30/04/2024.

Con il richiamato Atto del Presidente n. 42 del 03/05/2024 si è inoltre proceduto ad accertare le risorse corrispondenti al finanziamento regionale del PTPL 2024 di cui alla DGR. n. 472 del 18/03/2024, 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 2024.

Con il medesimo Atto del Presidente n. 42 del 03/05/2024 si è infine proceduto 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 2024, con la specificazione che all'impegno di spesa per la concessione del finanziamento agli Enti beneficiari avrebbe provveduto la 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.

La Provincia di Modena ha quindi comunicato ai beneficiari del PTPL 2024 l'Atto del Presidente n. 42 del 03/05/2024, recante l'assegnazione dei contributi, con nota Protocollo n. Protocollo Generale n. 15169 del 06/05/2024 e con contestuale richiesta di accettazione del finanziamento.

I beneficiari hanno risposto positivamente in merito all'accettazione del contributo, tramite le seguenti comunicazioni:

- comunicazione del Comune di Carpi, assunta al Protocollo Generale n. 15903 del 10/05/2024;
- comunicazione del Comune di Maranello, assunta al Protocollo Generale n. 16032 del 13/05/2024;
- comunicazione del Comune di Modena, assunta al Protocollo Generale n. 16352 del 14/05/2024;
- comunicazione del Comune di Sestola, assunta al Protocollo Generale n. 15726 del 09/05/2024
- comunicazione dell'Unione dei Comuni del Frignano, assunta al Protocollo Generale n. 16114 del 13/05/2024;
- comunicazione dell'Unione Terre di Castelli, assunta al Protocollo Generale n. 18219 del 27/05/2024.

Con comunicazioni prot. gen. n. 21237 del 14/06/2024, n. 21238 del 14/06/2024, n. 21239 del 14/06/2024, n. 21240 del 14/06/2024, n. 21241 del 14/06/2024, n. 21242 del 14/06/2024 si è rammentato ai soggetti beneficiari che, ai sensi dell'art. 5.3 dell'Avviso pubblico per il PTPL 2024, i medesimi entro il 30/06/2024 avrebbero dovuto, con apposita comunicazione al Territorio Turistico di Bologna-Modena, alternativamente:

- confermare la realizzazione del progetto;
- presentare richiesta di modifica del progetto;
- rinunciare al contributo.

I beneficiari hanno riscontrato la suddetta richiesta, come segue:

- Comune di Sestola, con comunicazioni Prot. n. 23301 dell'01/07/2024 e Prot. n. 23993 del 05/07/2024, ha rimodulato il proprio progetto relativo allo IAT prevedendo una spesa di € 85.800,00, di cui confermati € 18.200,00 per animazione, nei limiti quindi del 20% previsto dal bando per la concessione del contributo nella misura di cui al piano di assegnazione;
- Comune di Maranello per STTI con comunicazioni Prot. n. 23058 e Prot. n. 23059 del 28/06/2024, ha confermato la realizzazione del progetto relativo allo IAT R Terra di Motori di cui all'Ambito 1 e la realizzazione del progetto di promozione locale di cui all'Ambito 2;
- Comune di Carpi con comunicazione Prot. n. 23104 del 28/06/2024 ha confermato la realizzazione del progetto relativo allo IAT Unione Terre d'Argine di cui all'Ambito 1 e la realizzazione del progetto di promozione locale di cui all'Ambito 2;
- Comune di Modena con comunicazioni Prot. n. 23039 del 28/06/2024 e Prot. n. 24343 del 9/07/2024 ha confermato la realizzazione dei progetti relativi a IAT R, WELCOME ROOM e IAT DIGITALE di cui all'Ambito 1 e la realizzazione del progetto di promozione locale di cui all'Ambito 2;
- Unione Terre di Castelli con comunicazioni Prot. n. 23828 del 04/07/2024 e Prot. n. 23213 dell'01/07/2024 ha confermato la realizzazione dei progetti relativi allo IAT ed allo IAT DIFFUSO;
- Unione dei Comuni del Frignano con comunicazioni Prot. n. 23233 dell'01/07/2024 e Prot. n. 23905 del 04/07/2024 ha confermato la realizzazione del progetto di promozione locale di cui all'Ambito 2.

Con Determinazione numero 1257 del 26/07/2024 si è quindi proceduto alla concessione dei contributi assegnati con Atto del Presidente n. 42 del 03/05/2024 ed all'impegno delle risorse necessarie, come segue:

<b>Beneficiario</b>	<b>Contributo</b>
<b><u>COMUNE DI CARPI</u></b> Corso A. Pio 91 - 41012 Carpi (MO) C.F. 00184280360	<b><u>€ 28.589,78</u></b>
<b>di cui per Ambito 1</b>	<b>€ 10.303,82</b>
di cui per IAT (IAT tradizionale)	€ 10.303,82
di cui per animazione e intrattenimento	€ 605,00
<b>di cui per Ambito 2</b>	<b>€ 18.285,96</b>
<b><u>COMUNE DI MARANELLO</u></b> Piazza Libertà, 33 - 41053 Maranello (MO) P.IVA 00262700362	<b><u>€ 38.749,21</u></b>
<b>di cui per Ambito 1</b>	<b>€ 20.474,42</b>
di cui per IAT R (IAT tradizionale)	€ 20.474,42
di cui per animazione e intrattenimento	€ 786,50
<b>di cui per Ambito 2</b>	<b>€ 18.274,79</b>
<b><u>COMUNE DI MODENA</u></b> Via Santi 60 – 41123 Modena (MO) P.IVA 00221940364	<b><u>€ 65.513,20</u></b>
<b>di cui per l'Ambito 1</b>	<b>€ 45.513,20</b>
di cui per IAT R (IAT tradizionale)	€ 34.471,68
di cui per animazione e intrattenimento	€ 4.220,48
di cui per IAT DIGITALE (IAT innovativo)	€ 5.520,76
di cui per WELCOME ROOM (IAT innovativo)	€ 5.520,76
<b>di cui per l'Ambito 2</b>	<b>€ 20.000,00</b>
<b><u>COMUNE DI SESTOLA</u></b> corso Umberto I n.5 - 41029 Sestola (Modena) P.IVA 00511340366	<b><u>€ 11.339,16</u></b>
<b>di cui per Ambito 1</b>	<b>€ 11.339,16</b>
di cui per IAT (IAT tradizionale)	€ 11.339,16
di cui per animazione e intrattenimento	€ 2.202,20
<b>di cui per Ambito 2</b>	/
<b><u>UNIONE DEI COMUNI DEL FRIGNANO</u></b> via Giardini n.15 - 41026 Pavullo (Modena) P.IVA 03545770368	<b><u>€ 20.000,00</u></b>
<b>di cui per Ambito 1</b>	/
di cui per IAT	/

di cui per animazione e intrattenimento	/
<b>di cui per Ambito 2</b>	<b>€ 20.000,00</b>
<b><u>UNIONE TERRE DI CASTELLI</u></b> <b>Via G.B. Bellucci, 1 - 41058 Vignola (MO)</b> <b>P.IVA 02754930366</b>	<b><u>€ 7.635,10</u></b>
<b>di cui per l'Ambito 1</b>	<b>€ 7.635,10</b>
di cui per IAT (IAT tradizionale)	€ 5.794,84
di cui per animazione e intrattenimento	€ 1.573,00
di cui per IAT DIFFUSO (IAT innovativo)	€ 1.840,26
<b>di cui per l'Ambito 2</b>	/

Nella suddetta determina si è dato atto che i contributi sarebbero stati liquidati a seguito di rendicontazione comprovante la realizzazione delle attività e dei progetti, secondo le modalità indicate nell'avviso pubblico approvato con Atto del Sindaco Metropolitan n. 244 del 10/10/2023 e Determinazione numero 1766 del 12/10/2023 della Provincia di Modena, richiamato in premessa, nonché ad avvenuto trasferimento delle risorse necessarie da parte della Regione Emilia-Romagna.

Nella medesima determina si è altresì dato atto che, ai sensi della previsioni del bando, affinché fossero considerate ammissibili le spese relative a realizzazione e stampa di materiale informativo, il materiale avrebbe dovuto essere realizzato in base alle caratteristiche indicate, pubblicate alle pagine dedicate al PTPL dei siti della Città metropolitana di Bologna e della Provincia di Modena, con particolare riferimento ai loghi da inserire.

Con Determina n. 1885 del 28/10/2024 si è quindi proceduto all'approvazione della modulistica di rendicontazione, per la dimostrazione della realizzazione delle attività e dei progetti da parte dei beneficiari, secondo le modalità indicate nell'avviso pubblico, ai fini della liquidazione dei contributi.

La documentazione di rendicontazione trasmessa dagli enti beneficiari nei termini e con le modalità indicate dal bando è stata acquisita agli atti del Protocollo Generale (come da riferimenti riportati nella documentazione di rendicontazione allegata al presente atto).

Ai sensi della DGR n. 1372/2021, gli enti di gestione dei Programmi annuali, che comprendono i programmi di promozione locale (PTPL), sono tenuti a presentare relazione finale e conto consuntivo di tali strumenti, nella misura del finanziamento regionale.

La rendicontazione del PTPL deve contenere un conto consuntivo per ogni progetto, dal quale risultino le spese effettivamente sostenute dai soggetti attuatori.

A seguito di espressa richiesta, con determina n. 1438 del 23/01/2025 del Dirigente del Settore Turismo, Commercio, Economia Urbana, Sport la Regione Emilia Romagna è stata concessa al Territorio Turistico Bologna-Modena la proroga al 31/03/2025 del termine per il completamento della realizzazione del Programma promo-commercializzazione turistica e del Programma Turistico di promozione locale 2024 e la proroga al 31/05/2025 per la rendicontazione dei programmi sopra citati.

Il Territorio Turistico Bologna-Modena si è avvalso della proroga afferente al termine di realizzazione delle attività previste dal Programma Turistico di promozione locale 2024, concludendo le medesime al 31/3/2025.

Completata quindi la realizzazione delle attività previste nell'ambito del Programma turistico di promozione locale (PTPL) 2024 del Territorio Turistico Bologna-Modena, svolte le verifiche sulla documentazione di rendicontazione trasmessa dagli enti beneficiari, con la presente determinazione si procede, per quanto di competenza, all'approvazione della documentazione unitaria di rendicontazione a consuntivo del PTPL 2024 del Territorio Turistico Bologna - Modena allegata al presente atto quale parte integrante e sostanziale, composta da:

- relazione tecnico-finanziaria degli obiettivi raggiunti e delle azioni realizzate con riferimento all'Ambito 1 - servizi turistici di base dei comuni relativi all'accoglienza ed informazione turistica (**Allegato A**);
- relazione tecnico-finanziaria degli obiettivi raggiunti e delle azioni realizzate con riferimento all'ambito 2 - iniziative di promozione turistica di interesse locale (**Allegato B**);
- Prospetto finanziario 2024 (**Allegato C**);
- Consuntivo 2024 (**Allegato D**).

Si evidenzia che con riferimento a quanto di competenza della Provincia di Modena nella annualità 2024 le azioni del Programma turistico di promozione locale (PTPL) 2024 risultano integralmente realizzate, non rilevandosi economie di spesa.

Di seguito si riporta il prospetto riepilogativo del conto consuntivo:

<b>P.T.P.L. 2024 AMBITO 1 E 2</b>	<b>SPESA RENDICONTATA AMMESSA</b>	<b>CONTRIBUTO REGIONALE</b>	<b>ECONOMIE</b>
<b>BOLOGNA</b>	<b>€ 1.408.015,16</b>	<b>€ 385.605,18</b>	<b>€ 14.394,82</b>
<i>AMBITO 1</i>	<i>€ 965.787,97</i>	<i>€ 190.760,13</i>	<i>€ 11.464,17</i>
<i>AMBITO 2</i>	<i>€ 442.227,19</i>	<i>€ 194.845,05</i>	<i>€ 2.930,65</i>
<b>MODENA</b>	<b>€ 855.735,47</b>	<b>€ 171.826,45</b>	<b>€ 0,00</b>
<i>AMBITO 1</i>	<i>€ 713.487,40</i>	<i>€ 95.265,70</i>	<i>€ 0,00</i>
<i>AMBITO 2</i>	<i>€ 142.248,07</i>	<i>€ 76.560,75</i>	<i>€ 0,00</i>
<b>TERRITORIO TURISTICO BO- LOGNA-MODENA</b>	<b>€ 2.263.750,63</b>	<b>€ 557.431,63</b>	<b>€ 14.394,82</b>
<i>AMBITO 1</i>	<i>€ 1.679.275,37</i>	<i>€ 286.025,83</i>	<i>€ 11.464,17</i>
<i>AMBITO 2</i>	<i>€ 584.475,26</i>	<i>€ 271.405,80</i>	<i>€ 2.930,65</i>

	<b>TOTALE CONTRIBUTO RE- GIONALE ASSEGNATO</b>	<b>TOTALE CONTRIBUTO REGIONALE DA LIQUIDARE</b>	<b>ECONO- MIE</b>
BOLOGNA	€ 400.000,00	€ 385.605,18	€ 14.394,82
MODENA	€ 171.826,45	€ 171.826,45	€ 0,00
<b>TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA-MODENA</b>	<b>€ 571.826,45</b>	<b>€ 557.431,63</b>	<b>€ 14.394,82</b>

Con la presente rendicontazione, che si aggiunge gli atti di rendiconto relativi al PPCT 2024 trasmessi in data 29/05/2025, si richiede pertanto alla Regione Emilia-Romagna la liquidazione del contributo per la realizzazione del Programma Turistico di Promozione Locale (PTPL) 2024 del Territorio Turistico Bologna - Modena pari a complessivi € 557.431,63, di cui:

- € 385.605,18 a favore della Città metropolitana di Bologna;
- € 171.826,45 a favore della Provincia di Modena.

Si dà inoltre atto che contestualmente la Città Metropolitana di Bologna approva per quanto di competenza la documentazione unitaria di rendicontazione, di cui agli allegati A), B), C) e D) al presente atto.

Si dispone infine la trasmissione della documentazione unitaria di rendicontazione allegata, unitamente alla presente determinazione, alla Città Metropolitana di Bologna per l'inoltro alla Regione Emilia-Romagna.

Si dà atto che i contributi saranno liquidati agli enti beneficiari con successivi provvedimenti, ad avvenuto trasferimento delle risorse necessarie da parte della Regione Emilia-Romagna, come già stabilito con precedente Determinazione numero 1257 del 26/07/2024.

Il responsabile del procedimento è il sottoscritto Dirigente del Servizio Affari Generali e Polizia Provinciale.

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](mailto: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.

Per quanto precede,

#### DETERMINA

- 1) di approvare per quanto di competenza la documentazione unitaria di rendicontazione a consuntivo del PTPL 2024 del Territorio Turistico Bologna - Modena, allegata quale parte integrante e sostanziale, e composta da:
  - relazione tecnico-finanziaria degli obiettivi raggiunti e delle azioni realizzate con riferimento all'Ambito 1 - servizi turistici di base dei comuni relativi all'accoglienza ed informazione turistica (**Allegato A**);
  - relazione tecnico-finanziaria degli obiettivi raggiunti e delle azioni realizzate con riferimento all'ambito 2 - iniziative di promozione turistica di interesse locale (**Allegato B**);
  - Prospetto finanziario 2024 (**Allegato C**);
  - Consuntivo 2024 (**Allegato D**).
- 2) di chiedere alla Regione Emilia-Romagna la liquidazione del contributo assegnato per la realizzazione del Programma Turistico di Promozione Locale (PTPL) 2024 del Territorio Turistico Bologna - Modena pari a complessivi € 557.431,63, di cui:
  - € 385.605,18 a favore della Città metropolitana di Bologna;
  - € 171.826,45 a favore della Provincia di Modena.
- 3) di dare atto che contestualmente la Città Metropolitana di Bologna approva per quanto di competenza la documentazione unitaria di rendicontazione, di cui agli allegati A), B), C) e D) al presente atto;
- 4) di disporre la trasmissione della documentazione unitaria di rendicontazione allegata, unitamente alla presente determinazione, alla Città Metropolitana di Bologna per l'inoltro alla Regione Emilia-Romagna;

- 5) di dare atto che i contributi saranno liquidati agli enti beneficiari con successivi provvedimenti, ad avvenuto trasferimento delle risorse necessarie da parte della Regione Emilia-Romagna, come già stabilito con precedente Determinazione n. 1257 del 26/07/2024;
- 6) di provvedere alla pubblicazione del presente atto sul sito della Provincia di Modena, “Amministrazione trasparente, Provvedimenti” come prescritto dal D.Lgs.n. 33/2013 e ai sensi dell'art.1 co.32 della L.n.190/2012 “e ss.mm.ii.

Il Dirigente  
GOZZOLI LUCA

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



**ALLEGATO A)**

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

**TERRITORIO TURISTICO  
BOLOGNA-MODENA**

**AMBITO 1**

**SERVIZI TURISTICI DI BASE DEI COMUNI  
RELATIVI ALL'ACCOGLIENZA E INFORMAZIONE TURISTICA**

**RENDICONTAZIONE**

## INDICE PROGETTI

<b>BOLOGNA</b>	<b>3</b>
COMUNE DI SASSO MARCONI (IAT R)	3
COMUNE DI LIZZANO IN BELVEDERE (IAT)	8
COMUNE DI LIZZANO IN BELVEDERE - fraz. Vidiciatico (IAT)	11
COMUNE DI MONGHIDORO (IAT)	14
COMUNE DI ALTO RENO TERME (IAT)	18
COMUNE DI MARZABOTTO (WELCOME ROOM)	21
NUOVO CIRCONDARIO IMOLESE (IAT R)	24
COMUNE DI DOZZA (IAT)	29
COMUNE DI IMOLA (WELCOME ROOM)	35
COMUNE DI SAN GIOVANNI IN PERSICETO (IAT R)	36
COMUNE DI CREVALCORE (IAT DIFFUSO)	39
COMUNE DI BOLOGNA (IAT R)	41
<b>REVOCHE</b>	<b>44</b>
COMUNE DI VALSAMOGGIA (IAT DIFFUSO)	44
COMUNE DI SAN BENEDETTO VAL DI SAMBRO (WELCOME ROOM)	47
<b>MODENA</b>	<b>48</b>
COMUNE DI MODENA (IAT R)	48
COMUNE DI SESTOLA (IAT)	59
COMUNE DI MARANELLO (IAT R)	63
UNIONE TERRE DI CASTELLI (IAT)	68
COMUNE DI CARPI PER UNIONE TERRE D'ARGINE (IAT)	72
COMUNE DI MODENA (WELCOME ROOM)	75
COMUNE DI MODENA (IAT DIGITALE)	77
UNIONE TERRE DI CASTELLI (IAT DIFFUSO)	79

## BOLOGNA

### AMBITO 1 Servizi di accoglienza e informazione turistica

Il quadro complessivo dell'attività svolta durante l'anno 2024 dagli uffici di informazione turistica operanti sul territorio metropolitano è il seguente:

#### COMUNE DI SASSO MARCONI (IAT R)

PG n. 5794 del 29/01/2025  
integrazione PG n. 20153 del 25/03/2025

#### tipo di gestione (diretta o affidata a terzi)

Lo IAT-R è gestito dal Comune di Sasso Marconi mediante affidamento di servizio di concessione ad Appennino Slow S.c.a.r.l., con scadenza contratto 31/08/2028.

#### personale impiegato (nome e cognome e forma contrattuale)

- Francesca Biagi (Coordinatrice IAT-R, contratto a tempo indeterminato)
- Sebastiana Pelligra (Impiegata addetta al front e back office, contratto a tempo indeterminato)
- Rachele Elmi (Impiegata addetta al front e back office, contratto fino al 31/08/2024)
- Melissa Cosentino (Impiegata addetta al front e back office, contratto a tempo indeterminato dal 01/09/2024).

#### giornate ed orari di apertura (effettivamente osservati nel 2024)

- Periodo di massima affluenza Aprile/Maggio/Settembre/Ottobre/Novembre apertura sette giorni su sette con orario 09:30 – 13:00 e 14:30 – 17:30
- Altri periodi  
Marzo/Giugno e Dicembre dal Martedì al Venerdì 09:00 – 13:00 e 14:30 – 17:30/Sabato 09:00 – 13:00  
Agosto dal 5 al 18 Martedì – Mercoledì – Giovedì – Venerdì 10:00 – 13:00  
Gennaio dall'1 al 10 chiusura/ dall'11 Gennaio al 29 Febbraio Martedì/Mercoledì/Venerdì 09:00 – 13:00;  
Giovedì 09:00 – 13:00/ 14:30 – 17:30

#### servizi erogati (prenotazione pernottamento in forma last minute, verifica disponibilità ricettiva senza prenotazione, iscrizioni/prenotazione visite guidate/eventi, altro)

Presso l'ufficio IAT-R infoSasso viene offerto supporto diretto (in presenza) e indiretto (telefono/mail/social network) per turisti e visitatori anche in lingua straniera con la distribuzione di materiale informativo e promozionale sul territorio locale e regionale. Gli utenti possono trovare brochure, mappe escursionistiche e altri materiali turistici, alcuni dei quali in inglese, francese e tedesco. Presso l'Ufficio e nella piazza limitrofa è disponibile una linea WiFi liberamente accessibile e gratuita, Emilia-Romagna WiFi.

InfoSasso si occupa inoltre di garantire i seguenti servizi: prenotazione pernottamento in forma last minute, prenotazione e verifica disponibilità su eventi, visite guidate e attività promosse dal Comune di Sasso Marconi e dagli altri comuni partner in caso di richiesta di attivazione del servizio, vendita di materiali turistici, gadget, prodotti tipici, ed elaborazione di merchandising.

#### censimento dei contatti (sintesi descrittiva dati di cui alla dashboard)

- che i contatti rilevati tramite la piattaforma regionale monitoraggio sono stati  
Richieste evase dall'1 Gennaio al 28 Febbraio (dati raccolti con vecchio sistema):660  
Richieste evase dall'1 Marzo al 31 Dicembre 2024 (dati raccolti tramite invio giornaliero con form digitale): 3893  
Richieste evase in occasione di eventi, manifestazioni,uscite extra ufficio in Appennino da Gennaio a Dicembre (dati raccolti manualmente): 2500
- che i reclami rilevati tramite la piattaforma regionale per il monitoraggio sono stati  
Dal 01/01/2024 al 31/12/2024 TOTALE RECLAMI Nessun Reclamo.

#### azioni/iniziative che si sono svolte nel corso del 2024

Nel 2024 l'attività di infoSasso è stata riorganizzata alla luce del passaggio da UIT a IAT-R. Come Hub Unico la gestione dell'ufficio si è incentrata sulle azioni necessarie per garantire il coordinamento e la condivisione di informazioni con tutta l'area dell'appennino bolognese e sul mantenimento dell'attività ordinaria.

Le attività realizzate nel 2024 più nel dettaglio:

- 1) 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

Nel corso del 2024 l'ufficio IAT-R in collaborazione con lo IAT di Monghidoro, ha partecipato al coordinamento di attività per troupe televisive e blogger, collaborando alla realizzazione di servizi e articoli in occasione di eventi, come ad esempio il servizio realizzato da Ercole TV per la Festa del Maiale di Monghidoro, raggiungibile tramite il seguente link <https://www.youtube.com/watch?v=IQFqeuhiDRI>.

In occasione delle Tartufeste nei comuni di Savigno e Sasso Marconi è stato organizzato un press tour in collaborazione con APT Servizi e Appennino Slow. Ai press tour hanno partecipato la giornalista polacca Magda Gorlas e la fotografa Karolina Klaudia Jonderko, il cui servizio editoriale sui temi dell'Appennino, in particolare food con focus sul tartufo, verrà pubblicato entro Febbraio 2025.

Lo IAT ha inoltre continuato la propria attività di collaborazione con la riviste "Nelle Valli Bolognesi" per la redazione di articoli alla scoperta del territorio.

Infine, le operatrici di infoSasso con i referenti di Appennino Slow, hanno dato informazioni e supporto sui territori di Monghidoro e Grizzana Morandi per la realizzazione del documentario "I cammini storici" nel territorio di GAL Appennino Bolognese.

- 2) Fornire informazioni su un territorio ampio, che vada oltre i confini amministrativi e con informazioni che possano essere esaustive su tutto il territorio dell'Appennino e dei Colli bolognesi

Al fine di poter fornire informazioni adeguate su un territorio ampio e non più legato ai confini amministrativi territoriali, nel 2024 è stata data molta importanza alla mappatura delle emergenze turistiche, necessaria al fine di creare un unico database da condividere con gli altri uffici turistici.

Sono state create apposite cartelle condivise e accessibili agli operatori degli uffici turistici e divise per tipologia di attrazione (esempio raccolte di itinerari ed eventi divise per territorio).

Nel 2024 è stato avviato anche il progetto di mappatura delle strutture ricettive, gli operatori economici possono registrarsi autonomamente sul sito Appennino Bolognese tramite il link <https://appenninobolognese.cittametropolitana.bo.it/it/segнала-structure>.

- 3) Valutare e creare proposte turistiche (sia locali che su un territorio più ampio) da proporre a turisti e visitatori

Gli operatori degli uffici turistici hanno affrontato un percorso di formazione sia sul "campo" che da remoto per acquisire competenze nell'uso degli strumenti per la commercializzazione turistica.

Oltre allo studio e all'analisi delle nuove proposte da sviluppare, per la Tartufesta di Lizzano è stata avviata una collaborazione con il Comune per la creazione di un pacchetto turistico dedicato, che verrà completato nel 2025.

Sono stati inoltre realizzati incontri con l'ufficio IAT di Lizzano per lo sviluppo del progetto "Corno Express", un pacchetto turistico che include trasporto Bologna-Corno, skipass, pernottamenti e pasti.

Sono state completate nel 2024 le seguenti proposte turistiche:

- a) elaborazioni di pacchetti turistici relativi alla rassegna I gessi raccontano dei Comuni di San Lazzaro di Savena, Ozzano dell'Emilia, Pianoro e Monghidoro e dell'Ente di gestione per i Parchi e la Biodiversità – Emilia Orientale in collaborazione con Appennino Slow: <https://www.appenninoslow.it/rassegne>
  - b) possibilità di richiedere una proposta personalizzata in occasione della Festa del Maiale di Monghidoro <https://www.bolognamontana.it/festa-del-maiale>
  - c) visita guidata al Borgo di Colle Ameno con annesso ingresso al Museo della Fiaba con degustazione di prodotti locali durante la Fira di Sdaz, pacchetto inserito sul portale TREKKSOFT;
  - d) test pratico dell'esperienza "I vini dei colli bolognesi in e-bike" in data 27/06/24. Gli operatori di IAT-R infoSASSO, extraBo e Bologna Welcome hanno partecipato al tour di prova che ha incluso visite guidate e degustazioni presso le cantine Terre Rosse Vallania e Cantina Isolani a Valsamoggia;
  - e) vendita di corsi e degustazioni presso aziende locali in occasione della Fiera di San Lazzaro.
- 4) Creare contenuti testuali, video e immagini, oltre a produrre le traduzioni in inglese, per la comunicazione e promozione coordinata attraverso l'organizzazione della Redazione Locale del Sistema Informativo Turistico Regionale (SITUR)

Nel corso del 2024 sono stati prodotti archivi con file audio, video, testi e traduzioni in lingua inglese, disponibili sul drive per la pubblicazione dei contenuti sul sito SITur attraverso la Redazione Locale Appennino Bolognese.

### **attività finalizzate al funzionamento di reti territoriali/virtuali di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale**

Come anticipato, il passaggio da UIT ad Hub unico ha comportato una necessaria riorganizzazione del lavoro non solo per IAT-R infoSasso, ma anche per gli uffici del territorio appenninico. Da un lato sono state implementate le azioni per la circolazione delle informazioni tra gli uffici e dall'altro sono stati adottati strumenti lavorativi per migliorare la pianificazione tra gli uffici.

Di seguito le azioni adottate nel 2024:

1) Collaborazione nella realizzazione di materiale promozionale per i Comuni dell'Appennino

Le operatrici di infoSASSO si sono rese disponibili a collaborare con i Comuni per la realizzazione di opuscoli informativi e promozionali. Seguendo il modello della collaborazione del 2023 con il Comune di Sasso Marconi, lo IAT-R ha supportato il Comune di Castiglione dei Pepoli nella redazione dei contenuti di una brochure relativa alle passeggiate da poter svolgere sul territorio;

2) Organizzazione di riunioni operative per la definizione delle modalità di collaborazione tra uffici

Quest'attività si è divisa in due momenti, nella prima fase gli uffici del territorio appenninico hanno lavorato al fine di avere una conoscenza reciproca, attività realizzata mediante scambio di informazioni e documenti. Successivamente, in data 29/07/2024 presso il Comune di Lizzano, sono stati presentati l'hub unico e la Redazione Locale. Il coordinamento tra uffici è stato costante al fine di garantire in modo efficace i contatti e le relazioni delle attività e delle iniziative comuni, senza tralasciare le azioni di promozione, organizzazione e gestione delle attività ordinarie.

3) Individuazione di nuovi strumenti di comunicazione interna

IAT-R infoSASSO utilizzava già come strumenti Whatsapp for Business, mail e Google Calendar. Per rendere più efficiente il lavoro, anche in un'ottica di condivisione, è stato introdotto lo strumento Slack, che consente di creare diversi canali tematici per organizzare le comunicazioni. E' stato inoltre introdotto lo strumento di Asana per una gestione più strutturata dei progetti. Infine, per una condivisione immediata e uniforme delle informazioni, è stata adottata una mailing list per facilitare lo scambio di informazioni tra i vari operatori.

4) Creazione e aggiornamento di un archivio condiviso

Come illustrato nella sezione precedente, nel 2024 è stato creato un archivio condiviso con cartelle di immagini e testi divise per area tematica. La tenuta e la gestione dell'archivio è funzionale sia per la creazione dei contenuti che per la gestione delle richieste degli utenti ed è quindi propedeutica per la capacità dei singoli uffici di poter gestire le richieste e fornire informazioni uniformi e corrette.

Gli Uffici con cui è stato condiviso l'archivio sono i seguenti: Uffici IAT Monghidoro, IAT Alto Reno Terme, IAT Lizzano in Belvedere, IAT Vidiciatico, Infopoint Castiglione dei Pepoli, Infopoint extraBo, Infopoint Foiatonda.

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

Il tema della sostenibilità sarà sempre più centrale nello sviluppo turistico delle destinazioni, per questo motivo già da diversi anni sul territorio comunale di Sasso Marconi si investe nella realizzazione di attività sostenibili: non solo quanto per quanto riguarda i grandi cammini come La Via degli Dei, per la quale è stata ottenuta la certificazione GSTC, ma anche nell'elaborazione di passeggiate e attività a km 0. Nel 2024 è stato attivato il profilo Outdooractive (app che consente di pianificare e condividere gli itinerari in montagna, a piedi o in bicicletta). Il profilo potrà essere collegato al portale Appennino Bolognese, fornendo un'opportunità in più per gli utenti che desiderano scoprire le possibilità outdoor del nostro territorio. Inoltre nei giorni 28 e 29 settembre è stato organizzato l'evento "Appennino Outdoor Fest", iniziativa nella quale sono state promosse le attività all'aperto nell'Appennino e che ha permesso di coniugare accessibilità e sostenibilità, il festival ha visto la partecipazione di circa 20 operatori economici locali, sono state proposte attività rispettose dell'ambiente come passeggiate guidate, tour in e-bike, e degustazioni di prodotti a km0.

**attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO**

Lo staff dell'Ufficio Turistico partecipa costantemente ai tavoli di confronto sul turismo, organizzando e prendendo parte a riunioni online con gli altri uffici competenti. Cura i contatti con gli operatori economici del territorio per coordinare nuove iniziative ed è impegnato in un percorso formativo condiviso e coordinato, che verrà delineato in apposito successivo paragrafo. Garantisce inoltre una stretta collaborazione con le attività di eXtraBO.

**descrizione degli interventi relativi agli altri servizi turistici di base (animazione e intrattenimento turistico)**

Le attività ordinarie dell'Ufficio Turistico sono proseguite regolarmente anche nel corso del 2024. L'Ufficio ha contribuito all'organizzazione di tutti i principali eventi promossi dal Comune, tra cui Notte Blu, Fira di Sdaz, Tartufesta, Christmas Roads e Appennino Outdoor Fest. Inoltre, è stato elaborato l'opuscolo Sasso Marconi in tutte le stagioni, che presenta varie iniziative, tra cui passeggiate con degustazioni e visite guidate alle aziende agricole del territorio. L'Ufficio ha collaborato con eXtraBO per la realizzazione di tour alla scoperta dell'Appennino. Inoltre, è stato fornito supporto operativo per l'organizzazione della Festa della Beata Vergine del Sasso.

Quest'anno, in occasione del 150° anniversario di Guglielmo Marconi, infoSASSO ha partecipato alle celebrazioni collaborando con il Museo Marconi, dove è stato allestito un punto informativo temporaneo. Per questa occasione, è stata creata una linea di merchandising dedicata alla figura di Guglielmo Marconi.

#### **descrizione delle modalità di collaborazione con la Redazione Locale di riferimento (AZIONI 2024)**

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

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

a) Organizzazione delle modalità di collaborazione

La riunione preliminare di coordinamento tra Redazione Locale, Hub Unico e Comune di Sasso Marconi si è svolta il 7 febbraio 2024 presso gli uffici di Colle Ameno. Sono poi seguiti gli incontri di presentazione con ogni ufficio IAT (Lizzano in Belvedere, Vidiciatico, Alto Reno Terme e Monghidoro) e Welcome Room (Marzabotto e San Benedetto Val di Sambro).

Nel corso dell'anno InfoSASSO ha partecipato alle riunioni organizzative sulla definizione delle linee editoriali per il sito che si sono tenute con cadenza bimestrale e in modalità online.

- Gestione del calendario editoriale in modalità coordinata con la Redazione Locale

I calendari editoriali vengono gestiti direttamente dagli uffici IAT/Welcome Room di riferimento, lo IAT-R si interfaccia con la referente della Redazione Locale per stilare un calendario editoriale coordinato con gli altri uffici. Il coordinamento viene svolto principalmente per i principali eventi e per particolari tematiche turistiche, ad esempio in autunno è stato promosso il foliage in Appennino per cui i contenuti elaborati dagli uffici sono stati dedicati ad esperienze e tematiche attinenti per seguire la stagionalità del territorio.

b) Definizione dei criteri per l'inserimento di: eventi, pacchetti turistici, manifestazioni (in accordo con la DMO)

I criteri per l'inserimento dei contenuti sul portale Appennino Bolognese sono stati definiti rapportandosi sia con la DMO che con le redazioni di eXtraBO, Sagre&Feste (Città Metropolitana) e Emilia Romagna Turismo.

Tutti i contenuti (eventi, pacchetti turistici, manifestazioni) vengono smistati a seconda della loro rilevanza territoriale e potenzialità di attrazione nei confronti del pubblico/degli utenti.

#### **Eventi:**

Secondo questo criterio gli eventi di rilevanza comunale vengono pubblicati e pubblicizzati tramite i canali (siti, social, chat) degli IAT/IAT R/Welcome Room; le manifestazioni enogastronomiche vengono pubblicate anche sul portale Sagre&Feste (molto utilizzato sia dai turisti che dai residenti). Gli eventi di rilevanza sovracomunale vengono pubblicizzati tramite i canali degli uffici turistici, azione a cui si aggiungono la pubblicazione sul portale Appennino Bolognese e la promozione tramite i canali social di eXtraBO (di volta in volta viene valutato anche l'inserimento sul portale di Bologna Welcome). Gli eventi di rilevanza extra provinciale o regionale vengono condivisi anche con il sito Emilia Romagna Turismo, il portale turistico ufficiale della regione Emilia-Romagna, per il tramite della RL.

#### **Pacchetti turistici:**

La stessa strategia viene mantenuta anche a livello dei pacchetti turistici, secondo le seguenti modalità:

- prodotti/esperienze/pacchetti di rilevanza comunale vengono promossi tramite i canali degli uffici turistici e sul portale Appennino Bolognese e commercializzati su quest'ultimo;
- i prodotti/esperienze/pacchetti di rilevanza sovracomunale vengono promossi e commercializzati anche tramite il portale eXtraBO. In questo caso avviene sempre un rilancio attraverso i canali di Bologna Welcome.
- c) Condivisione di contenuti utili per il referente della RL per la scrittura di testi promozionali (in italiano e in inglese)

Condivisione di contenuti utili per mezzo di un archivio (con un sistema di catalogazione suddiviso per territori e tematiche) di immagini e video da cui il referente della RL possa attingere per le proprie finalità. La tenuta dell'archivio è curata da infoSASSO e dagli altri IAT.

d) Creazione a più mani (abbinando nozioni di promozione a quelle più commerciali) per le proposte turistiche da inserire sul nuovo sito, in condivisione anche con eXtraBO

Dal punto di vista della commercializzazione sono state definite delle linee guida teoriche e pratiche per la realizzazione di pacchetti la cui vendita verrà finalizzata sul portale <https://appenninobolognese.cittametropolitana.bo.it/it>. Gli stessi possono essere commercializzati anche tramite il portale eXtraBo e tramite gli uffici IAT (in quest'ultimo caso grazie a un'operazione di supporto all'utente). Un esempio di prodotto creato a più mani con la collaborazione tra IAT-R, Infopoint Castiglione, eXtraBO, Alto Reno Terme e Lizzano è "Foliage tour - trekking tra i colori dell'Appennino", una serie di appuntamenti che abbinano trekking e scoperta del territorio, grazie al coinvolgimento delle realtà locali. Il foliage è un traino importante per il turismo in montagna, un elemento su cui investire energie e innovazione per quanto riguarda il prodotto turistico. Nel caso dell'Appennino Bolognese le esperienze hanno visto il coinvolgimento del "Parco didattico

sperimentale del castagno” di Granaglione (Alto Reno Terme), per un approfondimento dedicato alla cultura della coltivazione delle castagne, e del rifugio “Segavecchia” (Lizzano in Belvedere), per concludere il trekking con un pranzo a base di prodotti tipici.

### **descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti**

Nel 2024 il programma di formazione è stato incentrato sulla condivisione tra tutti gli operatori del territorio turistico di riferimento, dando continuità sia al percorso in aula (individuale e di gruppo) che nel territorio.

#### **FORMAZIONE ONLINE E IN AULA**

- Formazione c/o eXtraBO, aperta a tutti on line e in presenza a cura degli operatori di eXtraBO e Stefano Lorenzi
- Mercoledì 15 maggio 2024 formazione Pianura.
- Mercoledì 29 maggio 2024 formazione Appennino.
- Mercoledì 5 maggio 2024 formazione Appennino dedicata ai Cammini.
- Mercoledì 4 dicembre 2024 formazione sull’offerta naturalistica della Pianura.

#### **MARKETING**

Lunedì 5 febbraio : Web Marketing: strategie per turismo ed eventi con Relatrice Chiara Tallone, Tecnico Superiore Specializzato in Marketing Aziendale e Promozione del Territorio.

Martedì 15 ottobre 2024 - Dalla promozione alla commercializzazione c/o eXtraBO – Docente, Dott. Francesco Palmieri.

#### **COMUNICAZIONE a cura di Chiara Tallone**

Lunedì 29 gennaio 2024: Adv Meta. Aggiornamenti per il 2024 e strategie per: branding traffico ai siti, raccolta contatti.

Martedì 5 novembre 2024 online- I social: l’importanza di un piano coordinato di comunicazione. Modulo 3 e 4 .- con Chiara Tallone.

#### **LA FORMAZIONE INDIVIDUALE**

Corsi individuali svolti dalle operatrici IAT R infoSASSO con attestato di partecipazione Sebastiana Pelligra : Management e marketing delle imprese turistiche – 26/10/2024.

#### **LEZIONI DI TERRITORIO 2024 - tutti gli operatori prendono parte alle uscite formative. Le visite sono tenute da Guide o da incaricati delle Aziende ospitanti.**

- 12 FEBBRAIO: Rocchetta Mattei;
- 11 MARZO : Formazione museo di Marzabotto - area archeologica di Kainua;
- 10 GIUGNO : Escursione a Monte Catarelto sui luoghi della linea gotica e dello scontro sudafricani/scozzesi e tedeschi. Visita alle trincee che si trovano vicine ai sentieri. Il percorso si propone come visita giornaliera nei luoghi della linea gotica;
- 1 AGOSTO: visite presso aziende agricole e birrifici artigianali: 1) Azienda agricola Bonazza (San Lazzaro) socio del consorzio che produce l’olio dei colli di Bologna, di prossima certificazione IGP; 2) azienda Bellazzi (San Lazzaro) birrificio.

#### **Corsi per l’ottenimento della certificazione in lingua straniera**

Sebastiana Pelligra - Lingua Inglese. Certificazione livello B2 BIEB - British Institutes Examination Board

Seconda lingua : Francese. In attesa di sostenere l’esame per l’ottenimento della certificazione DELF in data 25 febbraio 2025

personale addetto al front office e al back office degli uffici	€ 100.019,56
formazione professionale e aggiornamento degli addetti	€ 2.000,00
rete di collegamento e/o condivisione di funzioni e informazioni con altri IAT	€ 1.600,00
spese di locazione	€ 0,00
riscaldamento e pulizia locali e acqua	€ 7.856,66
spese postali	€ 0,00
utenze telefoniche ed elettriche	€ 2.691,27
assistenza tecnica	€ 0,00

abbonamenti a piattaforme multimediali per la promozione turistica e a uno o più quotidiani contenenti le edizioni locali	€ 0,00
rafforzamento e miglioria del sistema d'informazione ed accoglienza turistica in ottica 4.0	€ 0,00
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali cartacei	€ 1.799,50
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali in formato elettronico	€ 0,00
spese per servizi turistici di base relativi ad animazione e intrattenimento turistico	€ 0,00
altro (canone dominio – hosting e posta elettronica)	€ 269,80
<b>Totale</b>	<b>€ 116.236,79</b>

Il totale delle spese rendicontate ammissibili a contributo ammonta a € 116.236,79 superiore alla spesa progettuale ammessa di € 112.700,00. Si conferma pertanto il contributo concesso di € 24.147,09.

## COMUNE DI LIZZANO IN BELVEDERE (IAT)

**PG n. 5794 del 29/01/2025**  
**integrazione PG n. 21355 del 28/03/2025**  
**integrazione PG n. 23628 del 08/04/2025**

### tipo di gestione (diretta o affidata a terzi)

in concessione a: Consorzio Corno Alle Scale 1945 – Via Marconi n.4 – Fraz. Vidiciatico – Lizzano in Belvedere (BO). Il contratto rinnovato fino al 31/03/2024 successivamente a partire dal 01/04/2024 la gestione è stata affidata a “Le macchine Celibi soc.coop. – Via Faustino Malaguti n.1/6 – 40126 Bologna (BO)

### personale impiegato (nome e cognome e forma contrattuale)

La soc. coop. “Le Macchine Celibi” ha utilizzato un’addetta assunta a tempo indeterminato: Chiara Terranova – IAT Lizzano in Belvedere

### giornate ed orari di apertura (effettivamente osservati nel 2024)

Apertura Annuale

Periodo: dal 09/01/2024 al 17/06/2024 e dal 02/09/2024 al 24/12/2024 (totale 40 settimane per 12 ore settimanali di apertura):

lunedì martedì mercoledì chiuso

giovedì 9.00 – 12.00

venerdì chiuso

sabato 9.00 – 12.00 / 15.00 – 18.00

domenica 9.00 – 12.00

Nei restanti periodi dell’anno (12 settimane) l’ufficio è aperto sei giorni alla settimana, festivi compresi, con il seguente orario:

lunedì chiuso

martedì 9.00 – 12.00 / 15.00 – 18.00

mercoledì 9.00 – 12.00 / 15.00 – 18.00

giovedì 9.00 – 12.00 / 15.00 – 18.00

venerdì 9.00 – 12.00 / 15.00 – 18.00

sabato 9.00 – 12.00 / 15.00 – 18.00

domenica 9.00 – 12.00 / 15.00 – 18.00

L'ufficio è chiuso in occasione delle seguenti festività: Capodanno, Natale e Pasqua.

La Soc. Cooperativa provvede a garantire l'apertura degli Uffici con personale proprio in caso di ferie o malattia.

**servizi erogati (prenotazione pernottamento in forma last minute, verifica disponibilità ricettiva senza prenotazione, iscrizioni/prenotazione visite guidate/eventi, altro)**

- Gestione data base appartamenti in affitto;
- Distribuzione e vendita di guide, carte turistiche, pubblicazioni e libri storici, manifesti, cassette audio video, cd-rom e gadget di interesse per il turista;
- Informazioni sul servizio guide e accompagnamento turistico per visite trekking, monumenti, noleggi MTB & BIKE e descrizione risorse e itinerari;
- Vendita dei tesserini per la raccolta dei funghi e dei prodotti del sottobosco per i residenti e per i proprietari di seconde case;
- Raccolta iscrizioni per la partecipazione eventi, mercati e sagre;
- Supporto nell'ideazione, all'organizzazione ed alla promozione di iniziative ed eventi locali (animazione locale, Festa del Mirtillo, Tartufesta, etc.), calendario eventi, programmi di visite, mostre, concorsi, itinerari a tema, ecc.;
- Supporto e collaborazione con la Stazione Sciistica del Corno Alle Scale;
- Attività standard di Redazione "Data base turismo" (ricerca, trattamento stesura schede informative, aggiornamento e manutenzione sistema) sulle risorse locali;
- 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);
- Gestione archivio reclami e raccolta suggerimenti, segnalazioni, critiche degli utenti al sistema turistico locale;
- Prenotazione della struttura sportiva (Palestra comunale) per basket – schermo ed altro;
- Gestione del materiale informativo visibile dalle bacheche digitali posizionate:
  - n.1 a Vidiciatico;
  - n.1 a Lizzano in Belvedere;
  - n.1 a Pianaccio;
  - n.1 a Monteacuto delle Alpi.

Al Palazzetto dello Sport si sono svolti per tutto l'arco dell'anno attività sportive (preparazione atletica, schermo, pallavolo, pre-sciistica, tennis, calcetto, basket) ed è stato utilizzato da alcune squadre dilettantistiche per l'avviamento allo sport dei giovani, che hanno scelto la nostra località turistica montana per ritiri e stage, come opportunità educative di benessere per gli sport che richiedono allenamenti all'aperto. Nelle strutture sportive del Comune sono stati effettuati interventi di valorizzazione funzionale che hanno migliorato la fruibilità dell'impianto struttura.

**censimento dei contatti (sintesi descrittiva dati di cui alla dashboard)**

- che i contatti rilevati tramite la piattaforma regionale monitoraggio sono stati

Dal 01/01/2024 al 31/12/2024 TOTALE CONTATTI n.1973

- che i reclami rilevati tramite la piattaforma regionale per il monitoraggio sono stati

Dal 01/01/2024 al 31/12/2024 TOTALE RECLAMI n.0

**azioni/iniziative che si sono svolte nel corso del 2024**

Redazione di documenti e comunicati stampa, suggerimenti e collaborazione con eventuali società specializzate per la realizzazione di opuscoli e guide di informazione locale;

Sistema Informativo Regionale per il Turista: la titolarità della redazione locale dell'Appennino Bolognese inserita nell'ambito del Sistema Informativo Regionale per il turista, che comprende i Comuni dell'Appennino, nell'anno 2018 è passata dal Comune di Lizzano in Belvedere all'Unione Appennino Bolognese.

Gli uffici IAT del nostro Comune hanno comunque collaborato per il continuo aggiornamento di questo importantissimo strumento di diffusione delle informazioni turistiche.

Gli uffici inoltre hanno fornito informazioni relative ai mezzi di trasporto pubblici, ai servizi e le infrastrutture presenti in tutto il comprensorio, agli eventi svoltisi anche nei Comuni limitrofi e in tutta l'area della Città Metropolitana di Bologna e della vicina Toscana.

**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**

Sono state potenziate le tecnologie al servizio dell'informazione e dell'accoglienza con l'integrazione di n.2 bacheche digitali nella frazione di Monteacuto delle Alpi e Pianaccio, nonché è stato istituito un nuovo canale whatsapp sulle informazioni turistiche del Comune.

**attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO**

Sono stati definiti criteri per l'inserimento di: eventi, pacchetti turistici, manifestazioni (in accordo con la DMO).

**descrizione degli interventi relativi agli altri servizi turistici di base (animazione e intrattenimento turistico)**

Gli uffici hanno realizzato materiale cartaceo per i numerosi eventi sia estivi che invernali distribuendo nonché pubblicizzandolo nei siti web; è stata fatta promozione attraverso i canali social (Facebook, Instagram, canale whatsapp del Comune), e sui calendari dell'Unione dei Comuni e di Bologna Estate, nonché sul calendario eventi del nostro sito web [cornoallescalle.net](http://cornoallescalle.net), supportando gli operatori turistici e le varie associazioni locali nella promozione degli eventi. Gli uffici hanno fatto promozione sulle bacheche digitali installate nelle piazze principali del Comune (Lizzano in Belvedere – capoluogo – Vidiciatico – Pianaccio – Monteacuto delle Alpi) e consegna porta a porta del materiale promozionale cartaceo alle attività commerciali e strutture di accoglienza del Comune.

**descrizione delle modalità di collaborazione con la Redazione Locale di riferimento (AZIONI 2024)**

- Riunione di redazione bimestrale (online) per la definizione delle linee editoriali per il sito
- Definizione di un calendario editoriale semestrale (o stagionale, da valutare insieme) di programmazione
- Condivisione di contenuti utili per il referente della RL per la scrittura di testi promozionali (in italiano e in inglese)
- Condivisione di un archivio (con un sistema di catalogazione suddiviso per territori e tematiche) di immagini e video da cui il referente della RL possa attingere per scrivere gli articoli
- Creazione a più mani (abbinando nozioni di promozione a quelle più commerciali) per le proposte turistiche da inserire sul nuovo sito, in condivisione anche con eXtraBO descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti

**descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti**

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

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

Dalla promozione alla commercializzazione: come creare pacchetti turistici Corsi in materie turistiche:

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

personale addetto al front office e al back office degli uffici	€ 26.115,22
formazione professionale e aggiornamento degli addetti	€ 0,00
rete di collegamento e/o condivisione di funzioni e informazioni con altri IAT	€ 0,00
spese di locazione	€ 0,00
pulizia locali	€ 7.212,00
spese postali	€ 11.159,57

utenze telefoniche ed elettriche e riscaldamento	€ 8.270,00
assistenza tecnica	€ 451,40
abbonamenti a piattaforme multimediali per la promozione turistica e a uno o più quotidiani contenenti le edizioni locali	€ 0,00
rafforzamento e miglioria del sistema d'informazione ed accoglienza turistica in ottica 4.0	€ 0,00
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali cartacei	€ 2.565,18
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali in formato elettronico	€ 0,00
spese per servizi turistici di base relativi ad animazione e intrattenimento turistico	€ 0,00
altro	€ 0,00
<b>Totale</b>	<b>€ 55.773,37</b>

La spesa rendicontata è pari a € 55.773,37. Non sono ammesse spese € 14.690,99, così ripartite: € 2.565,18 in quanto relative a spese di promo-commercializzazione, € 11.159,57 in quanto relative a spese postali comunali non riferibili direttamente all'attività svolta dallo IAT e € 966,24 in quanto relative a spese di cancelleria. La spesa ammissibile a contributo risulta pertanto pari a € 41.082,38, superiore alla spesa progettuale ammessa di € 30.000,00. Si conferma quindi il contributo concesso pari a € 4.700,50.

## COMUNE DI LIZZANO IN BELVEDERE - fraz. Vidiciatico (IAT)

PG n. 5794 del 29/01/2025  
 integrazione PG n. 21355 del 28/03/2025

### tipo di gestione (diretta o affidata a terzi)

in concessione a: Consorzio Corno Alle Scale 1945 – Via Marconi n.4 – Fraz. Vidiciatico – Lizzano in Belvedere (BO). Il contratto rinnovato fino al 31/03/2024 successivamente a partire dal 01/04/2024 fino al 01/04/2026 la gestione è stata affidata a “Le macchine Celibi soc. coop. – Via Faustino Malaguti n.1/6 – 40126 Bologna (BO)

### personale impiegato (nome e cognome e forma contrattuale)

La soc. coop. “Le Macchine Celibi” ha utilizzato un'addetta assunta a tempo indeterminato:  
 Giulia Preti – IAT Vidiciatico

### giornate ed orari di apertura (effettivamente osservati nel 2024)

Ufficio IAT di Vidiciatico – Apertura Annuale  
 Periodo: dal 09/01/2024 al 17/06/2024 e dal 02/09/2024 al 24/12/2024  
 (totale 40 settimane per 12 ore settimanali di apertura):

lunedì martedì mercoledì giovedì chiuso

venerdì 9.00 – 12.00

sabato 9.00 – 12.00 / 15.00 – 18.00

domenica 9.00 – 12.00

Nei restanti periodi dell'anno (12 settimane) l'ufficio è aperto sei giorni alla settimana, festivi compresi, con il seguente orario:

lunedì 9.00 – 12.00 / 15.00 – 18.00

martedì chiuso

mercoledì 9.00 – 12.00 / 15.00 – 18.00

giovedì 9.00 – 12.00 / 15.00 – 18.00  
venerdì 9.00 – 12.00 / 15.00 – 18.00  
sabato 9.00 – 12.00 / 15.00 – 18.00  
domenica 9.00 – 12.00 / 15.00 – 18.00

Nei restanti periodi dell'anno (12 settimane) l'ufficio è aperto sei giorni alla settimana, festivi compresi, con il seguente orario:

lunedì chiuso  
martedì 9.00 – 12.00 / 15.00 – 18.00  
mercoledì 9.00 – 12.00 / 15.00 – 18.00  
giovedì 9.00 – 12.00 / 15.00 – 18.00  
venerdì 9.00 – 12.00 / 15.00 – 18.00  
sabato 9.00 – 12.00 / 15.00 – 18.00  
domenica 9.00 – 12.00 / 15.00 – 18.00

L'ufficio è chiuso in occasione delle seguenti festività: Capodanno, Natale e Pasqua.

La Soc. Cooperativa provvede a garantire l'apertura degli Uffici con personale proprio in caso di ferie o malattia.

**servizi erogati (prenotazione pernottamento in forma last minute, verifica disponibilità ricettiva senza prenotazione, iscrizioni/prenotazione visite guidate/eventi, altro)**

- Gestione data base appartamenti in affitto;
- Distribuzione e vendita di guide, carte turistiche, pubblicazioni e libri storici, manifesti, cassette audio video, cd-rom e gadget di interesse per il turista;
- Informazioni sul servizio guide e accompagnamento turistico per visite trekking, monumenti, noleggi MTB & BIKE e descrizione risorse e itinerari;
- Vendita dei tesserini per la raccolta dei funghi e dei prodotti del sottobosco per i residenti e per i proprietari di seconde case;
- Raccolta iscrizioni per la partecipazione eventi, mercati e sagre;
- Supporto nell'ideazione, all'organizzazione ed alla promozione di iniziative ed eventi locali (animazione locale, Festa del Mirtillo, Tartufesta, etc.), calendario eventi, programmi di visite, mostre, concorsi, itinerari a tema, ecc.;
- Supporto e collaborazione con la Stazione Sciistica del Corno Alle Scale;
- Attività standard di Redazione "Data base turismo" (ricerca, trattamento stesura schede informative, aggiornamento e manutenzione sistema) sulle risorse locali;
- 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 (directmarketing);
- Gestione archivio reclami e raccolta suggerimenti, segnalazioni, critiche degli utenti al sistema turistico locale;
- Prenotazione della struttura sportiva (Palestra comunale) per basket – scherma ed altro;
- Gestione del materiale informativo visibile dalle bacheche digitali posizionate:
  - n.1 a Vidiciatico;
  - n.1 a Lizzano in Belvedere;
  - n.1 a Pianaccio;
  - n.1 a Monteacuto delle Alpi.

Al Palazzetto dello Sport si sono svolti per tutto l'arco dell'anno attività sportive (preparazione atletica, scherma, pallavolo, pre-sciistica, tennis, calcetto, basket) ed è stato utilizzato da alcune squadre dilettantistiche per l'avviamento allo sport dei giovani, che hanno scelto la nostra località turistica montana per ritiri e stage, come opportunità educative di benessere per gli sport che richiedono allenamenti all'aperto. Nelle strutture sportive del Comune sono stati effettuati interventi di valorizzazione funzionale che hanno migliorato la fruibilità dell'impianto struttura censimento dei contatti (sintesi descrittiva dati di cui alla dashboard)

**censimento dei contatti (sintesi descrittiva dati di cui alla dashboard)**

- che i contatti rilevati tramite la piattaforma regionale monitoraggio sono stati

Dal 01/01/2024 al 31/12/2024 TOTALE CONTATTI n.3939

- che i reclami rilevati tramite la piattaforma regionale per il monitoraggio sono stati

Dal 01/01/2024 al 31/12/2024 TOTALE RECLAMI n.0

#### **azioni/iniziative che si sono svolte nel corso del 2024**

Redazione di documenti e comunicati stampa, suggerimenti e collaborazione con eventuali società specializzate per la realizzazione di opuscoli e guide di informazione locale;

Sistema Informativo Regionale per il Turista: la titolarità della redazione locale dell'Appennino Bolognese inserita nell'ambito del Sistema Informativo Regionale per il turista, che comprende i Comuni dell'Appennino, nell'anno 2018 è passata dal Comune di Lizzano in Belvedere all'Unione Appennino Bolognese.

Gli uffici IAT del nostro Comune hanno comunque collaborato per il continuo aggiornamento di questo importantissimo strumento di diffusione delle informazioni turistiche.

#### **attività finalizzate al funzionamento di reti territoriali/virtuali di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale**

Gli uffici inoltre hanno fornito informazioni relative ai mezzi di trasporto pubblici, ai servizi e le infrastrutture presenti in tutto il comprensorio, agli eventi svoltisi anche nei Comuni limitrofi e in tutta l'area della Città Metropolitana di Bologna e della vicina Toscana.

#### **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**

Sono state potenziate le tecnologie al servizio dell'informazione e dell'accoglienza con l'integrazione di n.2 bacheche digitali nella frazione di Monteacuto delle Alpi e Pianaccio, nonché è stato istituito un nuovo canale whatsapp sulle informazioni turistiche del Comune.

#### **attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO**

Sono stati definiti criteri per l'inserimento di: eventi, pacchetti turistici, manifestazioni (in accordo con la DMO)

#### **descrizione degli interventi relativi agli altri servizi turistici di base (animazione e intrattenimento turistico)**

Gli uffici hanno realizzato materiale cartaceo per i numerosi eventi sia estivi che invernali distribuendo nonché pubblicizzandolo nei siti web; è stata fatta promozione attraverso i canali social (Facebook, Instagram, canale whatsapp del Comune), e sui calendari dell'Unione dei Comuni e di Bologna Estate, nonché sul calendario eventi del nostro sito web [cornoallescalle.net](http://cornoallescalle.net), supportando gli operatori turistici e le varie associazioni locali nella promozione degli eventi. Gli uffici hanno fatto promozione sulle bacheche digitali installate nelle piazze principali del Comune (Lizzano in Belvedere – capoluogo – Vidiciatico – Pianaccio – Monteacuto delle Alpi) e consegna porta a porta del materiale promozionale cartaceo alle attività commerciali e strutture di accoglienza del Comune.

#### **descrizione delle modalità di collaborazione con la Redazione Locale di riferimento (AZIONI 2024)**

- Riunione di redazione bimestrale (online) per la definizione delle linee editoriali per il sito
- Definizione di un calendario editoriale semestrale (o stagionale, da valutare insieme) di programmazione
- Condivisione di contenuti utili per il referente della RL per la scrittura di testi promozionali (in italiano e in inglese)
- Condivisione di un archivio (con un sistema di catalogazione suddiviso per territori e tematiche) di immagini e video da cui il referente della RL possa attingere per scrivere gli articoli
- Creazione a più mani (abbinando nozioni di promozione a quelle più commerciali) per le proposte turistiche da inserire sul nuovo sito, in condivisione anche con eXtraBO descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti

#### **descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti**

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

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

Dalla promozione alla commercializzazione: come creare pacchetti turistici Corsi in materie turistiche:

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

personale addetto al front office e al back office degli uffici	€ 26.115,22
formazione professionale e aggiornamento degli addetti	€ 0,00
rete di collegamento e/o condivisione di funzioni e informazioni con altri IAT	€ 0,00
spese di locazione	€ 2.400,00
riscaldamento e pulizia locali	€ 0,00
spese postali	€ 11.159,57
utenze telefoniche ed elettriche	€ 142,29
assistenza tecnica	€ 451,40
abbonamenti a piattaforme multimediali per la promozione turistica e a uno o più quotidiani contenenti le edizioni locali	€ 0,00
rafforzamento e miglioria del sistema d'informazione ed accoglienza turistica in ottica 4.0	€ 0,00
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali cartacei	€ 2.565,18
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali in formato elettronico	€ 0,00
spese per servizi turistici di base relativi ad animazione e intrattenimento turistico	€ 0,00
altro	€ 0,00
<b>Totale</b>	<b>€ 42.833,66</b>

La spesa rendicontata è pari a € 42.833,66. Non sono ammesse spese € 14.690,99, così ripartite: € 2.565,18 in quanto relative a spese di promo-commercializzazione, € 11.159,57 in quanto relative a spese postali comunali non riferibili direttamente all'attività svolta dallo IAT e € 966,24 in quanto relative a spese di cancelleria. La spesa ammessa a contributo risulta pertanto pari a € 28.142,67  $\geq$  80% della spesa progettuale ammessa di € 30.000,00. Si conferma pertanto il contributo concesso pari a € 4.700,50.

---

## COMUNE DI MONGHIDORO (IAT)

PG n. 5794 del 29/01/2025  
 integrazione PG n. 20882 del 27/03/2025  
 integrazione PG n. 34253 del 22/05/2025

### tipo di gestione (diretta o affidata a terzi)

Appennino slow scarl attualmente gestisce altri uffici nell'Appennino (Sasso Marconi, Altro Reno Terme, Mulino del Pallone, Castiglione dei Pepoli) oltre ad essere capo cordata Appennino all'interno del punto informativo eXtraBo

### personale impiegato (nome e cognome e forma contrattuale)

Il personale impiegato è composto da:

- Veronica Righetti Dipendente di Appennino Slow a 30 ore settimanali

- Michaela Beghelli Dipendente di Appennino Slow a 20 ore settimanali (Back office)
- Stefano Lorenzi - collaboratore esterno - libero professionista

### **giornate ed orari di apertura (effettivamente osservati nel 2024)**

Periodo di massima apertura

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

Aprile, ottobre, dicembre

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

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, Festa del Maiale e altre.

### **servizi erogati (prenotazione pernottamento in forma last minute, verifica disponibilità ricettiva senza prenotazione, iscrizioni/prenotazione visite guidate/eventi, altro)**

L'ufficio informazioni ha gestito diverse richieste di prenotazione visto che l'afflusso soprattutto nel periodo estivo è stato molto buono. Non sono mancate già dalla primavera numerose richieste di appartamenti per il periodo estivo. Sono state gestite anche le prenotazioni in 2 concerti de La Cisterna perché era previsto un numero elevato di spettatori. Nel corso del 2024 è stato messo a punto il progetto dell'Ospitalità diffusa Appennino. Un progetto che mette a disposizione dei turisti appartamenti in regola per affittanze brevi. Oltre gestione di tutta la pratica relativa all'appartamento è prevista la realizzazione di un Kit dell'accoglienza che verrà consegnato al momento dell'affitto, con materiale turistico e le varie iniziative del territorio al fine di informare i clienti su cosa posso fare durante la loro permanenza che può essere anche sono di alcuni giorni.

### **censimento dei contatti (sintesi descrittiva dati di cui alla dashboard)**

- che i contatti rilevati tramite la piattaforma regionale monitoraggio sono stati

Dal 01/01 al 31/12 TOTALE CONTATTI: 1505

- che i reclami rilevati tramite la piattaforma regionale per il monitoraggio sono stati

Dal 01/01 al 31/12 TOTALE RECLAMI:3

Si segnala che i contatti sono stati molto maggiori, non sempre il personale purtroppo è riuscito a compilare il modulo prevalentemente per mancanza di tempo dovuto dalle numerose presenze soprattutto nei mesi di luglio e agosto. Per il 2025 c'è un impegno da parte di tutti di compilare i moduli con maggiore attenzione.

### **azioni/iniziative che si sono svolte nel corso del 2024**

È stata regolarmente svolta la tradizionale attività di informazione ed assistenza ai turisti l'ufficio IAT e ci si è occupati della gestione di diverse manifestazioni organizzate per conto del Comune.

Le principali:

- Festa del Maiale - 3 marzo
- Appennino in vetrina (progetto presentato a Bologna Estate) - 28 giugno
- Bologna Montana Evergreen Fest (evento che ha coinvolto più comuni organizzato da Viva il Verde) dal 1 al 7 giugno
- "Notti d'Estate" i mercatini del venerdì sera dal 28 giugno al 30 agosto
- Monghidoro Km Zero (mercato dei produttori locali tutti i sabati da maggio a ottobre)
- I concerti de "La Cisterna" dal 17 luglio al 24 agosto
- Tartufesta 2024 – 1 novembre

Ci si è occupati della realizzazione grafica di locandine e brochure di questi eventi e di tutta la promozione attraverso il sito di Bologna Montana e tutti i social sia di BOM che dello IAT. Oltre agli eventi gestiti per conto del Comune l'ufficio ha dato supporto ed assistenza alle associazioni del territorio per l'organizzazione delle loro manifestazioni sia dal punto di vista operativo e soprattutto per quello che riguarda la comunicazione sia locale che sui social. Sono state stampate e diffuse le locandine dei vari eventi e ci si è occupati anche della distribuzione presso gli esercizi commerciali del paese. Con l'arrivo dell'Hub unico sono stati incrementati i rapporti con gli altri uffici IAT con eXtraBo e con la Fondazione Bologna Welcome. È stata inviata ogni 15 giorni la newsletter e nel periodo estivo tutte le settimane. Presso l'ufficio informazioni è sempre stato disponibile il materiale degli altri comuni dell'Area Bom oltre che di Ozzano Emilia e San Lazzaro.

Insieme ad Appennino Slow il personale dell'ufficio IAT ha partecipato ad alcune fiere:

- Fa' la cosa giusta Milano 22-24 marzo
- Agri Travel & Slow Travel Expo Bergamo 16-18 febbraio
- Salone del Camper - Parma 14-22 settembre 2024

### **attività finalizzate al funzionamento di reti territoriali/virtuali di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale**

L'Ufficio IAT ha collaborato attivamente alla realizzazione di materiale promozionale dedicato ai territori dell'Appennino dove Appennino Slow gestisce gli uffici di informazione fornendo supporto sia grafico che operativo. Come si diceva presso l'ufficio sono sempre stati disponibili i materiali degli altri comuni, del Territorio Turistico e di eXtraBo Oltre a questo con l'arrivo dell'Hub Unico abbiamo incrementati i rapporti con gli altri uffici rendendo operativa una vera rete che si è occupata di promozione, ha condiviso un piano editoriale per l'uscita coordinata nei vari social, migliorata la newsletter, condiviso l'archivio fotografico ecc...

### **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**

È stato fatto un lavoro in stretta relazione con le associazioni locali per migliorare l'accessibilità ai loro eventi e soprattutto per una migliore sostenibilità suggerendo di utilizzare nelle varie sagre materiali riciclabili o compostabili e vietare l'utilizzo della plastica. Una maggiore attenzione è stata posta alla raccolta differenziata in occasione delle varie manifestazioni. Il personale ha poi collaborato con Appennino Slow per il processo di certificazione GSTC della Via degli Dei elaborando dati, effettuando ricerche ed indagini, partecipando agli incontri. Sicuramente si sono fatti una importante esperienza sul tema della sostenibilità, un tema spesso trascurato ma di grande importanza per il territorio e per il futuro dei nostri figli.

### **attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO**

Il coordinamento con la DMO è attivo già da diversi anni grazie al progetto eXtraBO, che prevede la stretta collaborazione tra Appennino Slow e Bologna Welcome. La creazione dell'Hub Unico ha rafforzato questo legame e anche la redazione locale ha fatto crescere molto i rapporti con la DMO soprattutto per l'attività di promo-commercializzazione. La stretta relazione tra DMO, eXtraBo, Hun Unico e Redazione Locale ha creato un maggior coinvolgimento delle parti e la consapevolezza di lavorare insieme per il territorio appenninico.

### **descrizione degli interventi relativi agli altri servizi turistici di base (animazione e intrattenimento turistico)**

L'organizzazione degli eventi per conto del Comune sono già stati descritti sopra. Le ragazze dell'ufficio hanno partecipato anche all'evento "Appennino Outdoor Fest" che si è tenuto il 28 e 29 settembre a Sasso Marconi. Oltre che essere operative nel distribuire materiale dell'Appennino è stato anche un momento di formazione e di scambio. Dal 1 al 4 agosto in occasione della fiera di San Lazzaro, è stato dato supporto operativo per le attività di Fiera off Fiera che prevedeva la realizzazione di escursioni e visite guidate alle aziende del territorio.

### **descrizione delle modalità di collaborazione con la Redazione Locale di riferimento (AZIONI 2024)**

Di seguito alcune attività realizzate con gli altri uffici di riferimento:

- Prima riunione organizzativa per definire nel dettaglio le modalità di collaborazione e le tempistiche per il coordinamento tra Redazione Locale, Hub Unico e comune di Sasso Marconi si è svolta il 7 febbraio 2024 presso gli uffici di Colle Ameno. Si sono poi susseguiti incontri con ogni ufficio IAT (Corno alle Scale, Alto Reno Terme, Marzabotto, San Benedetto Val di Sambro) al fine di presentare il progetto e le sue finalità.
- Riunione di redazione bimestrale (online) per la definizione delle linee editoriali per il sito e il social.
- Definizione dei contenuti del piano editoriale e condivisione tra tutti gli uffici. Il piano editoriale sta diventando utile per la creazione di un'immagine di Appennino unico. Si è lavorato anche per definire i criteri per la realizzazione di pacchetti turistici da promuovere e vendere con vari canali. I pacchetti di rilevanza comunale vengono promossi tramite i canali degli uffici turistici e sul portale Appennino Bolognese. Quelli a valenza sovracomunale vengono promossi e venduti anche sul portale di eXtraBo o Bologna Welcome. Gli eventi di rilevanza regionale vengono proposti al portale regionale Emilia Romagna. Il tutto è coordinato dalla Redazione Locale.

### **descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti**

I corsi organizzati nel 2024 da Appennino Slow per tutti gli uffici che sono da loro gestiti:

#### **FORMAZIONE ONLINE E IN AULA**

Formazione c/o eXtraBo, aperta a tutti on line e in presenza a cura degli operatori di eXtraBO e Stefano Lorenzi  
Mercoledì 15 maggio 2024 formazione Pianura.

Mercoledì 29 maggio 2024 formazione Appennino.

Mercoledì 5 maggio 2024 formazione Appennino dedicata ai Cammini.

### **MARKETING**

Lunedì 5 febbraio: Web Marketing: strategie per turismo ed eventi con Chiara Tallone

Martedì 15 ottobre 2024 - Dalla promozione alla commercializzazione c/o eXtraBO – Docente, Dott. Francesco Palmieri

**COMUNICAZIONE a cura di Chiara Tallone** Tecnico Superiore Specializzato in Marketing Aziendale e Promozione del Territorio

Lunedì 29 gennaio 2024: Adv Meta. Aggiornamenti per il 2024 e strategie per: branding traffico ai siti, raccolta contatti.

Martedì 5 novembre 2024 online - I social: l'importanza di un piano coordinato di comunicazione. Modulo 3 e 4 .- con Chiara Tallone

### **LEZIONI DI TERRITORIO 2024 - tutti gli operatori prendono parte alle uscite formative.**

12 FEBBRAIO: Rocchetta Mattei

11 MARZO: Formazione museo di Marzabotto - area archeologica di Kainua,

10 GIUGNO: Escursione a Monte Catarelto sui luoghi della linea gotica e dello scontro sudafricani/scozzesi e tedeschi. Visita alle trincee che si trovano sul luogo, vicine ai sentieri e che sono visitabili. Il percorso è una proposta giornaliera nei luoghi della linea gotica

1 AGOSTO: visite presso aziende agricole e birrifici artigianali: Azienda agricola Bonazza, produttore del territorio, parte del consorzio che produce l'olio dei colli di Bologna, a breve diventerà prodotto IGP, presso azienda Bellazzi, birrificio.

personale addetto al front office e al back office degli uffici	€ 37.641,72
formazione professionale e aggiornamento degli addetti	€ 8.000,00
rete di collegamento e/o condivisione di funzioni e informazioni con altri IAT	€ 0,00
spese di locazione	€ 0,00
riscaldamento e pulizia locali	€ 6.400,00
spese postali	€ 825,94
utenze telefoniche ed elettriche	€ 2.103,55
assistenza tecnica	€ 1.000,00
abbonamenti a piattaforme multimediali e quotidiani	€ 0,00
rafforzamento e miglioria del sistema d'informazione ed accoglienza turistica in ottica 4.0	€ 3.000,00
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali cartacei	€ 5.500,00
realizzazione o acquisto di materiali in formato elettronico	€ 0,00
spese per servizi turistici di base relativi ad animazione e intrattenimento turistico	€ 500,00
altro	€ 0,00
<b>Totale</b>	<b>€ 64.971,21</b>

Il totale delle spese rendicontate ammesse a contributo ammonta a € 64.971,21  $\geq$  80% della spesa progettuale ammessa di € 79.800,00. Si conferma pertanto il contributo concesso di € 12.508,00.

**tipo di gestione (diretta o affidata a terzi)**

Servizio comunale dato in gestione ad Appennino Slow con la presenza, all'interno dell'ufficio, anche di n. 1 operatore facente parte dell'organico comunale con mansioni relative al settore turistico.

**personale impiegato (nome e cognome e forma contrattuale)**

- Mauro Picchioni, dipendente Appennino Slow, contratto a tempo indeterminato
- Giovanni Zati, dipendente Appennino Slow, contratto a tempo indeterminato
- Francesca Lucchese, dipendente Comune Alto Reno Terme, contratto a tempo determinato incarico ex art.110 tuel 267/2000 det.4/2022 (dal 1/01/2025 contratto a tempo indeterminato)

**giornate ed orari di apertura (effettivamente osservati nel 2024)**

Apertura ufficio IAT di Porretta Terme:

1. periodo di bassa stagione da ottobre ad aprile compresi, lunedì chiuso, martedì/mercoledì/giovedì/venerdì/sabato/domenica dalle 9.30 alle 12.30, il sabato anche al pomeriggio dalle 15 alle 17;
2. periodo di massima affluenza da maggio a settembre compresi: lunedì chiuso, martedì/mercoledì/giovedì/venerdì/sabato dalle 9.00 alle 13.00 e dalle 15 alle 17, domenica dalle 8.00 alle 14.00;
3. Chiusure: 25 dicembre, 1 gennaio, Pasqua.

**servizi erogati (prenotazione pernottamento in forma last minute, verifica disponibilità ricettiva senza prenotazione, iscrizioni/prenotazione visite guidate/eventi, altro)**

Verifica disponibilità ricettiva nelle strutture alberghiere; iscrizione e/o prenotazione a visite guidate ed eventi; iscrizioni a newsletter e conseguente invio; vendita materiali del territorio quali cartine, libri, mappe; prenotazione pernottamenti in forma last minute; informazioni territoriali ed eventi, informazioni relative ai servizi termali; proposte create su misura per turisti (spesso su richiesta e-mail); informazioni ad operatori del territorio (tassa di soggiorno, eventi, fatture, brochure); gestione totem pubblicitario con caricamento giornaliero di locandine; biglietteria eventi; volantinaggio; affissioni; aggiornamento costante social (facebook, instagram) e pagina web [discoveraltorenoterme.it](http://discoveraltorenoterme.it); supporto alle scuole interessate al servizio turistico; rete con altri uffici IAT della zona e con i Comuni limitrofi.

**censimento dei contatti (sintesi descrittiva dati di cui alla dashboard)**

- che i contatti rilevati tramite la piattaforma regionale monitoraggio sono stati

Dal 01/01/2024 al 31/12/2024 TOTALE CONTATTI 6.664

- che i reclami rilevati tramite la piattaforma regionale per il monitoraggio sono stati

Dal 01/01/2024 al 31/12/2024 TOTALE RECLAMI 0

**azioni/iniziative che si sono svolte nel corso del 2024**

Le azioni svolte nel 2024 sono:

1. Creazione di una rete per offrire informazioni su tutto il territorio Appenninico: il personale degli uffici che hanno come RL lo IAT-R di Sasso Marconi, grazie ad incontri sul territorio e riunioni, hanno iniziato un percorso di preparazione turistica su un territorio più ampio rispetto a quello comunale, per quanto riguarda i maggiori punti d'interesse, le strutture ricettive e gli eventi turistici.
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. Il drive è in aggiornamento, sono state caricate le prime informazioni;
4. Collaborazione con l'attuale gestore (Appennino Slow) nella creazione di pacchetti legati al territorio e agli eventi per incentivare il pernottamento nelle strutture ricettive della zona e portando benefici all'economia locale;

5. Individuazione di uno staff trasversale per gli uffici di Sasso Marconi, Alto Reno Terme e Monghidoro per lo studio e l'analisi di bandi per presentare progetti comuni che valorizzino l'intero territorio in termini di accessibilità, sostenibilità, innovazione;
6. Ampliamento del materiale fotografico, video e della mappatura dei luoghi dell'Appennino sul sito [discoveraltorenoterme.it](http://discoveraltorenoterme.it) come già iniziato nell'anno precedente, oltre a cambiamenti grafici e collegamenti funzionali all'interno del portale per renderlo più funzionale e accessibile anche da mobile;
7. Collaborazione con le associazioni del territorio per la creazione del calendario eventi comunale cercando di evitare sovrapposizioni dannose e promuovendo i maggiori sui canali di Bologna Estate e Sagre e Feste, oltre ad utilizzare la nostra newsletter, il totem pubblicitario, la diffusione del cartaceo e la collaborazione con gli altri uffici ed ExtraBo;
8. Organizzazione e gestione da parte di Appennino Slow di eventi turistici sul territorio, oltre alla partecipazione a fiere nazionali ed internazionali per promuovere il prodotto "Appennino".

#### **attività finalizzate al funzionamento di reti territoriali/virtuali di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale**

Insieme agli altri uffici e alla RL si stanno gettando le basi per costruire una rete capace di mettere in contatto efficacemente tutti gli uffici dell'ambito territoriale e che abbia come capofila la Redazione Locale di Sasso Marconi, condividendo informazioni sia sul territorio che sugli eventi turistici di richiamo. Ci si è organizzati con riunioni periodiche anche online, formazione del personale, 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 si "sostengono" a vicenda, allargando sempre di più la copertura e ampliando il target. Si ritiene che avendo individuato il soggetto coordinatore quale lo IAT-R di Sasso Marconi, sia più facile attuare il progetto di messa in rete e che, attraverso gli accordi tra vari enti richiesti da CM in attuazione della nuova riforma, il progetto man mano potrà prendere forma partendo da basi solide. Di vitale importanza affinché il processo prosegua in modo giusto è la figura del responsabile della Redazione Locale che relazionandosi con tutti gli uffici e raccogliendo le informazioni necessarie, è riuscito a coordinare il tutto e intervenire ove necessario, organizzando incontri con il fine di far funzionare la rete territoriale locale al meglio.

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

Per quanto riguarda l'accessibilità:

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

Per quanto riguarda la sostenibilità:

1. prosecuzione del progetto di sostenibilità ambientale e sicurezza "In Appennino si può" nato nel 2020 con promozione sui social e sensibilizzazione del turista;
2. 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;
3. come da normativa di legge, utilizzo di materiale compostabile e non più di plastica in tutti gli eventi previsti a calendario.

Per quanto riguarda il potenziamento e l'innovazione tecnologica dei servizi di informazione e accoglienza turistica è stato utilizzato il pannello informativo posto al centro del paese aggiornato costantemente, così come la presenza sui social e l'aggiornamento dei punti di interesse sul sito [discoveraltorenoterme.it](http://discoveraltorenoterme.it).

#### **attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO**

1. Partecipazione ai tavoli di concertazione, ai tavoli territoriali metropolitani (Appennino) e ad alcune progettualità condivise;
2. Invio di materiale cartaceo su richiesta degli operatori.

#### **descrizione degli interventi relativi agli altri servizi turistici di base (animazione e intrattenimento turistico)**

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

Appennino Slow, gestore dell'ufficio, si occupa poi direttamente dell'organizzazione e realizzazione di alcuni eventi ricorrenti come "La Notte Celeste" con concerto serale di cover band ed escursioni, "Buonanotte ai suonatori" (quest'anno con i concerti di Vandelli e Don Baký), "Sfilata di Moda", serate danzanti per tutta la stagione estiva, la rassegna di musica classica nelle pievi del territorio "I Suoni dell'Alto Reno" e gli eventi natalizi quali ad esempio due concerti di musica Gospel.

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

#### **descrizione delle modalità di collaborazione con la Redazione Locale di riferimento (AZIONI 2024)**

Il passaggio della Redazione Locale allo IAT R ha visto un rinnovamento delle modalità di collaborazione che verrà implementato e consolidato attraverso incontri periodici di programmazione e organizzazione.

Essendo quasi tutti gli uffici gestiti dalla stessa azienda, sono già in essere degli strumenti di comunicazione interna che ci hanno agevolato in questo cambiamento.

Di seguito alcune delle azioni attuate durante l'anno appena trascorso:

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

#### **descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti**

##### **FORMAZIONE ONLINE E IN AULA**

- Formazione c/o eXtraBo, aperta a tutti on line e in presenza a cura degli operatori di eXtraBO e Stefano Lorenzi  
Mercoledì 15 maggio 2024 formazione Pianura.  
Mercoledì 29 maggio 2024 formazione Appennino.  
Mercoledì 5 maggio 2024 formazione Appennino dedicata ai Cammini.

##### **MARKETING**

Lunedì 5 febbraio : Web Marketing: strategie per turismo ed eventi con Chiara Tallone

Martedì 15 ottobre 2024 - Dalla promozione alla commercializzazione c/o eXtraBO – Docente, Dott.

Francesco Palmieri

**COMUNICAZIONE a cura di Chiara Tallone** Tecnico Superiore Specializzato in Marketing Aziendale e Promozione del Territorio

Lunedì 29 gennaio 2024: Adv Meta. Aggiornamenti per il 2024 e strategie per: branding traffico ai siti, raccolta contatti.

Martedì 5 novembre 2024 online- I social: l'importanza di un piano coordinato di comunicazione.

Modulo 3 e 4 .- con Chiara Tallone

##### **LEZIONI DI TERRITORIO 2024 - tutti gli operatori prendono parte alle uscite formative.**

12 FEBBRAIO: Rocchetta Mattei

11 MARZO : Formazione museo di Marzabotto - area archeologica di Kainua,

10 GIUGNO : Escursione a Monte Catarelto sui luoghi della linea gotica e dello scontro sudafricani/scozzesi e tedeschi. Visita alle trincee che si trovano vicino ai sentieri e che sono visitabili. Il percorso è una proposta giornaliera nei luoghi della linea gotica

1 AGOSTO: visite presso aziende agricole e birrifici artigianali: Azienda agricola Bonazza, produttore del territorio, parte del consorzio che produce l'olio dei colli di Bologna, a breve diventerà prodotto IGP, presso azienda Bellazzi, birrificio .

Inoltre Francesca Lucchese dipendente comunale ha conseguito il diploma di Master di I livello in Tourism Management in data 12/11/2024 per l'anno accademico 2023/2024 equivalente a 60 cfu ovvero 1500 ore di formazione.

personale addetto al front office e al back office degli uffici	€ 61.414,04
formazione professionale e aggiornamento degli addetti	€ 5.000,00
rete di collegamento e/o condivisione di funzioni e informazioni con altri IAT	€ 3.500,00
spese di locazione	€ 0,00
riscaldamento e pulizia locali	€ 4.289,18
spese postali	€ 0,00
utenze telefoniche ed elettriche	€ 2.550,00
assistenza tecnica	€ 3.144,16
abbonamenti a piattaforme multimediali per la promozione turistica e a uno o più quotidiani contenenti le edizioni locali	€ 0,00
rafforzamento e miglioria del sistema d'informazione ed accoglienza turistica in ottica 4.0	€ 0,00
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali cartacei	€ 1.500,00
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali in formato elettronico	€ 300,00
spese per servizi turistici di base relativi ad animazione e intrattenimento turistico	€ 0,00
altro (Spese relative al personale di front-office e back-office in pianta organica dei Comuni beneficiari in misura non superiore al 15% dell'importo totale ammissibile di tutte le ulteriori altre spese di progetto (totale spesa: 81.697,38)	€ 12.254,61
<b>Totale</b>	<b>€ 93.951,99</b>

Il totale delle spese rendicontate ammissibili a contributo ammonta a € 93.951,99 superiore alla spesa progettuale ammessa di € 92.345,00. Si conferma pertanto il contributo concesso di € 14.468,94.

## COMUNE DI MARZABOTTO (WELCOME ROOM)

PG n. 5794 del 29/01/2025  
 integrazione PG n. 21139 del 28/03/2025  
 integrazione PG n. 37184 del 04/06/2025

### giornate ed orari di apertura (effettivamente osservati nel 2024)

alta stagione (1/3 – 31/10) 9.00 – 17.00 dal lunedì alla domenica

bassa stagione (1/11 – 28/02) 9.00 -18.00 sabato – 9.00 – 12.00 domenica e lunedì

### censimento dei contatti

- tipologia di materiali distribuiti e/o in libera consultazione:
  - Totem informativo Monte Sole
  - Materiale informativo su tutti i luoghi di interesse storico, culturale e naturalistico del Distretto Appennino Bolognese

- Brochure Marzabotto tra storia e natura – italiano e inglese
- locandine e materiale informativo eventi
- guida cosa visitare a Marzabotto e dintorni
- materiale informativo Sacario di Marzabotto
- materiale informativo Centro di Interpretazione di Marzabotto
- mappa a strappo Parco Storico Monte Sole
- opuscolo “Parco Storico Monte Sole sui sentieri della storia”
- depliant Mnema Museo Nazionale Etrusco di Marzabotto
- materiale informativo strutture ricettive
- brochure itinerari turistici per trekking e ciclovie
- brochure musei e luoghi d’arte Bologna e Unione dei Comuni dell’Appennino Bolognese
- Guida turistica Bellezze del Territorio- Benvenuti Welcome tu Appennino Bolognese (italiano – inglese)
- numero di accessi anno 2024 : 6534

#### **azioni/iniziative che si sono svolte nel corso del 2024**

Durante il 2024, la Welcome Room di Marzabotto ha realizzato numerose iniziative per valorizzare e promuovere il territorio. Tra le principali attività figurano:

- Partecipazione ad eventi e commemorazioni di rilievo: In occasione del 25 aprile, Festa della Liberazione, la Welcome Room ha previsto un’apertura straordinaria ed è stato allestito uno stand informativo presso il Poggiolo, nel Parco Storico di Monte Sole, per supportare gli eventi commemorativi. Inoltre, il 29 settembre, è stata organizzata un’apertura prolungata per l’80° anniversario degli eccidi di Monte Sole, rendendo il Centro di Interpretazione di Monte Sole e la Welcome Room accessibile ai visitatori.
- Progetti di sviluppo territoriale: Un progetto particolarmente significativo è stato il potenziamento del cicloturismo, incentrato sul tratto della Ciclovía del Sole che attraversa localmente i Comuni di Marzabotto, Grizzana Morandi e Vergato. Per rendere più fruibile questo percorso, è stato avviato un servizio sperimentale di noleggio di e-bike nei mesi di settembre e ottobre, in collaborazione con il Comitato Regionale per le Onoranze ai Caduti di Marzabotto e la ditta GreenGo S.r.l.
- Aggiornamento delle risorse turistiche: Il censimento delle strutture ricettive, ristorative e produttive del territorio comunale, ha permesso di creare una rete di collaborazioni con gli operatori locali e di migliorare la promozione del territorio.
- Promozione culturale e storica: La Welcome Room, in collaborazione con l’Ente Parco Emilia Orientale e al Centro di Interpretazione di Monte Sole, ha svolto un ruolo cruciale nella promozione e valorizzazione della memoria storica di Monte Sole. Attraverso un’offerta diversificata di visite guidate, dedicate in particolare alle scuole, ha contribuito a sensibilizzare le nuove generazioni sull’importanza di preservare e trasmettere il patrimonio storico e culturale del territorio.

#### **descrizione delle modalità di collaborazione con la Redazione Locale di riferimento**

La Welcome Room di Marzabotto ha collaborato attivamente con la Redazione Locale dell’Appennino Bolognese, in particolare per:

- La segnalazione di eventi rilevanti del territorio da pubblicare online, consentendo una diffusione capillare delle iniziative locali.
- Il coordinamento nella pianificazione di percorsi storici e naturalistici, con un’attenzione speciale per il Parco Storico di Monte Sole e i luoghi della memoria.
- L’organizzazione di proposte turistiche mirate, come itinerari per scuole e gruppi organizzati, in linea con l’obiettivo di valorizzare le peculiarità locali.

Questa collaborazione ha garantito una comunicazione efficiente e una promozione più ampia delle eccellenze del territorio, grazie alla sinergia tra enti locali e sovracomunali.

#### **attività finalizzate al funzionamento di reti territoriali/virtuali di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale**

La Welcome Room ha lavorato per creare e consolidare reti di collaborazione che superano i confini comunali. Alcune delle principali attività includono:

- Coordinamento con enti e associazioni: Sono state sviluppate sinergie con operatori pubblici e privati (ad esempio, tour operator, agenzie di viaggio e associazioni locali) per offrire pacchetti turistici e promuovere eventi di interesse sovracomunale.
- Interscambio di materiali promozionali: La Welcome Room è diventata un punto di riferimento per lo scambio di informazioni e materiali tra i comuni dell’Appennino Bolognese.

- Sviluppo di itinerari turistici integrati: Collaborando con la DMO, sono stati promossi pacchetti turistici che combinano le attrazioni di Marzabotto con quelle dei territori limitrofi.
- Comunicazione online: La Welcome Room ha utilizzato i social network e Google My Business per pubblicare informazioni in tempo reale, raggiungendo un pubblico più ampio e diversificato.

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

La Welcome Room ha adottato un approccio orientato all'accessibilità, alla sostenibilità e all'innovazione per migliorare i propri servizi:

- Accessibilità: Sono stati creati percorsi turistici accessibili e offerte specifiche per gruppi scolastici e persone con esigenze particolari. Inoltre, il personale è stato formato per offrire consulenza gratuita e personalizzata ai turisti.
- Sostenibilità: Il noleggio di e-bike è un esempio di mobilità sostenibile promossa dalla Welcome Room. Nonostante alcune difficoltà iniziali, il progetto ha dimostrato un potenziale significativo per ridurre l'impatto ambientale del turismo.
- Innovazione tecnologica: L'Infopoint ha sfruttato i social media per connettersi con i turisti, utilizzando strumenti come Google My Business per aggiornare costantemente le informazioni e gestire le recensioni.
- Ottimizzazione organizzativa: La creazione di reti di collaborazione ha migliorato l'efficienza nella gestione delle informazioni, rendendo il turismo locale più inclusivo e allineato con le tendenze di mercato.

**attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO**

La Welcome Room di Marzabotto ha stabilito un dialogo continuo con le DMO Bologna e Modena, contribuendo alla costruzione di una rete turistica integrata. Tra le attività principali:

- Inserimento nei pacchetti turistici: Le attrazioni di Marzabotto sono state incluse in proposte che collegano diverse destinazioni dell'area metropolitana.
- Promozione delle strutture locali: La Welcome Room ha supportato le strutture ricettive e produttive fornendo materiali promozionali e favorendo la loro inclusione in itinerari più ampi.
- Organizzazione di eventi: La partecipazione della DMO è stata importante per promuovere eventi sovracomunali e garantire un'adeguata visibilità alle iniziative locali.

spese di locazione	€ 0,00
riscaldamento e pulizia locali	€ 5.167,23
spese di guardiania	€ 21.143,10
spese per il noleggio sussidi audio-visivi, informatici e immersivi	€ 0,00
utenze telefoniche ed elettriche	€ 3.337,28
assistenza e manutenzione strumenti informatici	€ 352,39
stampa di materiale informativo e/o di accoglienza	€ 0,00
acquisto abbonamenti a piattaforme multimediali e quotidiani	€ 0,00
spese per il rafforzamento e miglioria del sistema d'informazione ed accoglienza turistica in ottica 4.0	€ 0,00
realizzazione o acquisto di materiali cartacei	€ 0,00
realizzazione o acquisto di materiali in formato elettronico	€ 0,00
altro	€ 0,00
<b>Totale</b>	<b>€ 30.000,00</b>

Il totale delle spese rendicontate ammissibili a contributo ammonta a € 30.000,00 uguale alla spesa progettuale ammessa di € 30.000,00. Si conferma pertanto il contributo concesso di € 7.746,79.

## **NUOVO CIRCONDARIO IMOLESE (IAT R)**

**PG n. 5826 del 29/01/2025**  
**integrazione PG n. 20516 del 26/03/2025**  
**integrazione PG n. 24292 del 10/04/2025**

### **tipo di gestione (diretta o affidata a terzi)**

Il Nuovo Circondario Imolese ha affidato il servizio di gestione dei servizi inerenti ad attività di informazione turistica per lo IAT-R a Imola Faenza Tourism Company (IF). Nello specifico nel corso del 2024 è stato affidato alla società IF il servizio di gestione dei SERVIZI INERENTI AD ATTIVITA' DI INFORMAZIONE TURISTICA PER LO IAT-R DEL NUOVO CIRCONDARIO IMOLESE CUP: B61J24000080004. Allo stesso tempo si informa che, oltre al contratto per la gestione di servizi di informazione turistica per lo IAT-R, il Nuovo Circondario Imolese ha attivo con la stessa IF un contratto per la promo-commercializzazione turistica sottoscritto nel 2021 in scadenza al 31/12/2024 (CIG dell'accordo quadro 8567405E40 il CIG derivato 96238235F9).

### **personale impiegato (nome e cognome e forma contrattuale)**

- Chiara Dal Fiume – contratto a tempo indeterminato (CCNL Terziario, Commercio e Turismo)
- Agnese Comissari - contratto a tempo indeterminato (CCNL Terziario, Commercio e Turismo)
- Elisa Mazzini - contratto a tempo indeterminato (CCNL Terziario, Commercio e Turismo)
- Gian Luca Rocca - contratto a tempo indeterminato (CCNL Terziario, Commercio e Turismo)

### **giornate ed orari di apertura (effettivamente osservati nel 2024)**

L'ufficio IAT-R con sede presso l'Autodromo Internazionale Enzo e Dino Ferrari è rimasto aperto tutto l'anno ad esclusione delle giornate 1 gennaio, 25 e 26 dicembre, Pasqua con il seguente orario:

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 non è stato necessario effettuare delle variazioni delle giornate di apertura. In orario di chiusura è stato garantito il reperimento delle informazioni attraverso la consultazione dei siti web [www.turismoimolese.cittametropolitana.bo.it](http://www.turismoimolese.cittametropolitana.bo.it) e [www.imolafaenza.it](http://www.imolafaenza.it) e di banner digitali esterni all'Ufficio sempre aggiornati con informazioni sui principali eventi/iniziative del territorio. Si segnala che in occasione di due eventi internazionali svoltisi in autodromo (WEC e GP di F1), l'ufficio IAT-R è rimasto comunque aperto nonostante l'accesso fosse limitato ai possessori di pass; il servizio al pubblico è stato, pertanto, integrato con postazioni di IAT MOBILE presso la centrale piazza Matteotti di Imola.

### **servizi erogati (prenotazione pernottamento in forma last minute, verifica disponibilità ricettiva senza prenotazione, iscrizioni/prenotazione visite guidate/eventi, altro)**

Dando seguito quanto previsto dall'affidamento si è provveduto a svolgere i servizi di informazione e accoglienza turistica, sia in ottemperanza a quanto richiesto dalla normativa, sia in base ad esigenze specifiche del territorio: fornire informazioni turistiche relative agli attrattori presenti sul territorio di riferimento e all'intero territorio regionale; fornire assistenza ai turisti; fornire materiale informativo e promozionale relativo al territorio di competenza e a quello regionale. Lo IAT-R, avendo titolarità di agenzia viaggi tramite IF, ha potuto mettere a disposizione degli operatori locali e degli ospiti i canali di vendita online, per promuovere al meglio il territorio e incentivare il turismo (sincronizzazione offerte con canale Trekksoft anche su emiliaromagnawelcome.it e sul sito della Redazione Locale area imolese, inserimento pacchetti e hospitality nella sezione booking del sito imolafaenza.it).

E' stato in particolare svolto un lavoro di implementazione della piattaforma di prenotazione booking.imolafaenza per creare pacchetti ed offerte direttamente dal gestionale (il widget promozioni aggiorna in automatico il sito web e gli altri canali di vendita – treksoft -, permettendo al cliente di prenotare direttamente la soluzione che preferisce: solo pernottamento o pernottato + esperienze); inoltre queste informazione passano direttamente ad un CRM utile per future azioni di marketing.

Pertanto, sia in loco, sia nei canali online animati con proposte, offerte e esperienze di visita si è provveduto a fornire i seguenti servizi: vendita di camere anche last minute; vendita di pacchetti turistici; vendita di biglietti di ingresso a musei, 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.

E' stato poi reso disponibile l'utilizzo di un oculus (VR) che offre agli utilizzatori/turisti una visione immersiva a 360 gradi della guida sulla pista dell'autodromo di Imola accompagnati da Giancarlo Minardi.

### **censimento dei contatti (sintesi descrittiva dati di cui alla dashboard)**

Si evidenzia che il sistema per il monitoraggio degli accessi agli Uffici Turistici condiviso con la Regione Emilia Romagna ha avuto, nel corso del 2024 una prima fase di sperimentazione partita l'1 marzo e conclusasi il 2 aprile, pertanto, solo successivamente a tale data è stato possibile inserire nel form informazioni complete relative ai contatti. A seguito della fase di sperimentazione, tra l'altro, è stato fatto notare che la piattaforma censiva i contatti in maniera incompleta: ad esempio il gruppo di 20 persone veniva censito come contatto singolo, senza porre la giusta attenzione sulla numerica. Dal 27 maggio 2024, è stata fatta una modifica alla piattaforma in modo da consentire l'inserimento del contatto indicando anche la numerica delle persone. In virtù di ciò, i contatti turistici relativi all'anno 2024, che a seguire si riportano, risultano sfalsati e sicuramente incompleti (stiamo parlando di una location che nel corso del 2024 ha visto transitare tra visitatori, turisti, pubblico di eventi oltre 350.000 persone). Avendo potuto inserire le numeriche di accesso (e non di solo contatto) a partire da fine maggio, infatti, non sono stati inseriti importanti dati relativi ad un periodo in cui l'autodromo ha ospitato i principali eventi di grande richiamo, ad esempio, il 1° maggio quando, in occasione del trentennale dalla morte di Senna, erano presenti oltre 20.000 persone. Per quanto riguarda il periodo 01-01/29-02 2024 gli accessi censiti sono stati 2.311 (le coppie, le famiglie e i gruppi sono stati conteggiati tenendo conto della numerica completa componente il nucleo). Inoltre, sono stati censiti n. 371 contatti complessivi come IAT MOBILE presso la centrale piazza Matteotti in occasione degli eventi WEC e GP di F1, n. 3.673 contatti come IAT MOBILE presso il Centro Servizi dell'Outlet di Castel Guelfo in occasione di eventi promozionali 2024 (complessivamente i contatti turistici con richieste al banco di informazioni e/o materiali nell'anno 2024 presso l'info point del Castel Guelfo Outlet sono stati 20.093 – 18.680 italiani e 1.413 stranieri), n. 128 contatti come IAT MOBILE presso il Museo Geologico della Vena del Gesso Romagnola in occasione degli eventi organizzati nella struttura nei weekend da aprile a fine novembre 2024.

- che i contatti rilevati tramite la piattaforma regionale monitoraggio sono stati

Dal 01/03/2024 al 31/12/2024 TOTALE CONTATTI 5.432

di cui 1.127 italiani e 4.305 stranieri (i primi cinque Paesi di provenienza sono nell'ordine: Brasile, Germania, Francia, Polonia, Stati Uniti)

Il numero di contatti dal 01/03/2024 al 31/12/2024 corrisponde a 14.136 accessi allo IAT-R (di cui 2.173 "visitatori autonomi") a cui si aggiungono quelli del primo bimestre dell'anno per un totale di 16.447.

- che i reclami rilevati tramite la piattaforma regionale per il monitoraggio sono stati

Dal 01/01/2024 al 31/12/2024 TOTALE RECLAMI 0

### **azioni/iniziative che si sono svolte nel corso del 2024**

Come anticipato nelle sezioni precedenti, nel corso del 2024 l'Ufficio IAT-R di Imola ha svolto 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.

A seguito di quanto fornito da Città Metropolitana/Territorio Turistico si è provveduto a posizionare l'opportuna segnaletica di riconoscimento dell'ufficio e a consegnare la propria agli altri info point del Circondario (IAT Dozza e WELCOME ROOM Imola)

Il materiale turistico informativo è sempre disponibile per consultazione e posizionato in appositi spazi e/o contenitori sia all'interno dell'ufficio, sia nella galleria esterna, in modo da poter essere facilmente reperito anche da chi transita nelle altre aree dell'Hub Turistico dell'Autodromo. Nel corso dell'anno si è provveduto al costante aggiornamento ed esposizione dei materiali inerenti ai principali eventi turistici del Circondario e del territorio, anche grazie al rapporto con l'info point metropolitano eXtraBO. Grazie alla collaborazione con eXtraBO (di cui IF gestisce una postazione in accordo con il Nuovo Circondario Imolese), è stato possibile implementare la promozione turistica dell'area imolese distribuendo materiali in occasione di ulteriori fiere ed eventi, oltre a quelli già calendarizzati dalla programmazione di IF. Nel corso dell'anno si è provveduto a rifornire di materiali promozionali cartacei, in base alle richieste e alle necessità, sia l'ufficio IAT di Dozza, sia la WELCOME ROOM di Imola che, seppur dotata di totem informativo, svolge l'attività promozionale in forma ibrida con presenza di personale e distribuzione di materiali in determinati orari di apertura.

Realizzazione materiale promozionale: si è provveduto ad un costante aggiornamento del calendario eventi, consultabile sui vari siti, grazie ad un capillare lavoro, svolto dal gestore dello IAT-R, di richiesta dati ad enti, istituzioni, operatori, etc. In previsione della grande affluenza sul territorio in occasione degli importanti eventi tenutisi presso l'autodromo nel corso dell'anno e della chiusura della Rocca per ristrutturazione, si è provveduto ad una revisione dei testi e delle traduzioni in lingua inglese e successiva stampa (8.000 copie) del depliant turistico dedicato al Comune di Imola. Si è provveduto a fornire in lingua inglese le pagine pubblicitarie "Scopri i Comuni del Nuovo Circondario Imolese: cultura, sport e natura sono i protagonisti di questo territorio" e "La

Ciclovía del Santerno 44 km di paesaggi mozzafiato” da inserire nella Guida di Repubblica “IMOLA - storie e motori” edizione speciale dedicata al territorio imolese (uscita fine maggio 2024); tale prodotto editoriale è stato caratterizzato da una veicolazione on line attraverso qr code (sempre accessibile) e da una distribuzione in tutte le strutture ricettive e della ristorazione, nonché location turistiche del comprensorio Imolese. Poiché il 2024 è stato l’anno del trentennale dalla morte del grande pilota Ayrton Senna, si è supportata la realizzazione di una serie di azioni (organizzazione mostre, stampa materiali promozionali, realizzazione visite guidate tematiche, etc. in accordo con il Comune di Imola e gli altri Comuni del Circondario al fine di implementare la promozione turistica del territorio con innalzamento di internazionalizzazione (turisti da America Latina e Nord America), creare interazione con altri prodotti turistici quali, ad esempio enogastronomia e arte/cultura, nonché avere una positiva ricaduta sulle economie locali. In particolare si segnala la realizzazione di una slideshow di presentazione veicolata presso gli stakeholder del territorio (Enti, Istituzioni, Fondazione Senna, Aziende, etc.) per sensibilizzare sul tema e stimolare iniziative di collaborazione; la realizzazione di un sito internet dedicato - [www.ayrton-senna.it](http://www.ayrton-senna.it) - contenente il programma delle iniziative annuali e di quelle organizzate nella giornata del 1° maggio 2024 - il sito, inoltre, contiene una sezione “il mio ricordo” costantemente aggiornata con foto e testi che in numerosi fan inviano in ricordo di Ayrton; il presidio delle mostre con personale adeguatamente formato che ha provveduto anche alla distribuzione di materiale promozionale del Circondario e dell’area metropolitana. Sono, inoltre, stati realizzati dei gadget relativi al trentennale: un bracciale gommoso (5.000 pz.) e una shopper (2.500 pz.) SENNA30YEARS.

Tra le azioni principali realizzate nel corso dell’anno, senz’altro un ruolo di rilievo hanno gli itinerari e le esperienze realizzati per ampliare la conoscenza del territorio ed incentivarne la visita. Si è provveduto a coordinare e gestire i vari cluster legati ad eXtraBO (Ville e Castelli, Parks experience, Sui sentieri della resistenza, WildeLife, Star Walks, Weekend del Gusto, Foliage – una media di due esperienze al mese per un totale di 145 persone che hanno visitato il territorio del Circondario Imolese. Inoltre, sempre in collaborazione con eXtraBo e Città Metropolitana, ci si è occupati dell’organizzazione dell’esperienza inserite nel calendario di Autunno fuori dal Comune (due fine settimana di novembre dedicati alla visita guidata al teatro Ebe Stignani di Imola con aperitivo finale). Sono, infine, state realizzate delle esperienze di visita alle eccellenze del Circondario vendute direttamente dai canali IF ed organizzate prevalentemente in occasione dei grandi eventi motoristici dell’autodromo così da sfruttare l’occasione per approfondire la conoscenza dei luoghi; tra quelle di maggior successo si segnalano i tour in autodromo, anche abbinati ad aperitivi e/o degustazioni di prodotti tipici, i tour enogastronomici con degustazione di vini e olio (cantine di Dozza, Imola e Castel San Pietro, Frantoio Valsanterno e Palazzo di Varignana), alla scoperta di palazzi storici in abbinamento con degustazioni (la Rocca di Dozza e l’Enoteca Regionale, il teatro Stignani + aperitivo, il tour del Barocco a Medicina, etc.). Purtroppo, causa gli eventi atmosferici negativi che, seppur con un minore impatto rispetto al 2023, si sono verificati sul territorio le proposte di esperienze outdoor sono state piuttosto limitate, anche se il riconoscimento UNESCO dato al Parco Regionale della Vena del Gesso si sta già rivelando un buon elemento trainante per la promozione di questi luoghi e in particolare della Vallata del Santerno (il museo geologico di Tossignano, gestito da IF, ha visto più che raddoppiare le presenze nella stagione 2024, soprattutto in occasione di iniziative di animazione organizzate in loco). Oltre a costi di personale, sono state sostenute spese per grafica e stampa materiali cartacei e multimediali compreso gadget, per gestione social, per sponsorizzate, per creazione sito dedicato.

#### **attività finalizzate al funzionamento di reti territoriali/virtuali di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale**

Al fine di accrescere la rete territoriale di informazione e accoglienza turistica, il 2024 è stato improntato a sviluppare un’incisiva collaborazione con i Comuni e gli Uffici Turistici del territorio circondariale condividendo informazioni e materiali circa attrattive e attività di ambito sovracomunale. IF stessa, a cui è stato dato l’incarico di gestire lo IAT-R rappresenta il soggetto aggregatore del territorio turistico con la capacità di mettere a sistema tutti i valori degli ambiti territoriali coinvolti. Come detto nelle sezioni precedenti si è operato 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. In quest’ottica è stato ulteriormente rafforzato l’impegno del Circondario nelle attività da realizzare 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 coinvolgono un territorio sempre più ampio. L’efficacia di tale strategia trova un positivo riscontro 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. 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 è stato impegnato quotidianamente a mantenere aggiornati i vari siti del territorio ([www.imolafaenza.it](http://www.imolafaenza.it), [www.terremotori.it](http://www.terremotori.it), <https://www.ciclovialdelsanterno.net>, [www.thesoundofimola.it](http://www.thesoundofimola.it), [www.ayrton-senna.it](http://www.ayrton-senna.it)) e i siti dell’Emilia-Romagna

dedicati al turismo (<https://emiliaromagnaturismo.it>, [www.emiliaromagnawelcome.com](http://www.emiliaromagnawelcome.com), <https://camminiemiliaromagna.it>, <https://www.monasteriemiliaromagna.it>, <https://castelliemiliaromagna.it>) e quello ufficiale di Informazione Turistica dell'Area Imolese (SITUR <https://turismoimolese.cittametropolitana.bo.it/it>). Inoltre, tramite le principali piattaforme social – Instagram e Facebook - sono state diffuse, in base ad un piano editoriale condiviso, le informazioni circa eventi e attrattive dell'area circondariale. A tal proposito si evidenzia la collaborazione instaurata tra Nuovo Circondario, IF quale soggetto coordinatore delle attività dell'hub turistico e lo IAT di Dozza nella forma di post condivisi sulle piattaforme Instagram e Facebook per promuovere congiuntamente eventi ed iniziative del territorio: Festa delle arzdore, Fantastika, Imola in Musica, Rassegna Beinwonderland; nei post sono stati inseriti i loghi istituzionale e turistico del Circondario, quello della Fondazione di Dozza che gestisce lo IAT, quello di eXtraBo, etc. Sono stati sostenuti costi di personale e per gestione social.

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

Nel corso del 2024 si è cercato di stampare la minor quantità possibile di materiali cartacei, privilegiando altre formule come la possibilità di scaricare QRCode, evidenziati sia all'interno dell'ufficio, sia nei totem esterni, che rimandano alla sezione del sito dove è possibile, ad esempio, visionare e scaricare le tracce GPS dei vari itinerari, scorrere i calendari delle iniziative, i programmi degli eventi, etc. La modalità del QRCode è, comunque, stata utilizzata anche in occasione della realizzazione di nuovi materiali, dando in questo modo all'utente la possibilità di ottenere informazioni sempre aggiornate e evitando l'eccessivo consumo di carta nell'ottica della sostenibilità; in tal senso, ad esempio, sono state realizzate le locandine e le pagine pubblicitarie dedicate alla mostra di Senna, le pagine pubblicitarie relative alla rassegna autunnale di passeggiate Beinwonderland rendicontate dal Circondario nel progetto PTPL Ambito 2, di cui lo IAT-R nelle sue funzioni di hub turistico ha seguito la realizzazione e nel volantino relativo alla "camper parade".

Così come si è provveduto con azioni di implementazione dei siti di promozione turistica già attivi sul territorio di riferimento dei Comuni del Circondario (naturalmente [www.visitareimola.it](http://www.visitareimola.it), [www.imolafaenza.it](http://www.imolafaenza.it), ma anche [www.terremotori.it](http://www.terremotori.it), <https://www.cicloviadelsanternone.net>) nell'ottica di favorire il coordinamento e il dialogo delle informazioni e il linkaggio all'offerta contenuta sui siti di promozione turistica (un sistema più efficiente, semplice e razionale). In particolare è stata fatta un'implementazione relativamente ai contenuti testuali e fotografici.

### **attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO**

Come descritto nelle sezioni precedenti, nel corso del 2024 è stato sempre mantenuto vivo e costante il dialogo con le DMO di riferimento soprattutto per quanto riguarda l'allineamento delle azioni di comunicazione con particolare riguardo al web marketing del territorio.

### **descrizione degli interventi relativi agli altri servizi turistici di base (animazione e intrattenimento turistico)**

Lo IAT-R di Imola, oltre a coordinare e gestire le molte iniziative di animazione legate al trentennale di Senna con particolare riferimento alla giornata del 1° maggio, occasione in cui sono state organizzate visite guidate speciali ai luoghi legati al pilota (ad esempio a Castel San Pietro con pranzo al ristorante La Romagnola e visita alla camera presso l'hotel Castello), ha organizzato un evento in collaborazione con la locale Associazione di camperisti/campeggiatori nel weekend dal 25 al 27 ottobre. L'Imola Camper Parade 2024 oltre a dare la possibilità agli equipaggi partecipanti di guidare il proprio camper sul famoso tracciato di Imola, è stata l'occasione per promuovere turisticamente il territorio del Circondario organizzando una serie di iniziative quali tour del vino e dell'olio sulle colline dell'autodromo, cena stellata in piazza Matteotti, tour guidato in bici sulle colline tra Imola e Dozza, trekking guidato al bosco della Frattona, passeggiata alla scoperta della storia di Castel San Pietro, visita all'outlet di Castel Guelfo con buono sconto. L'iniziativa ha visto la partecipazione di n. 51 camper per un totale di n. 153 pax. Ai partecipanti, al momento dell'accredito, è stato consegnato un kit di benvenuto includente le brochure promozionali dei Comuni del Nuovo Circondario Imolese e dell'area metropolitana. Oltre a costi di personale, sono stati sostenuti costi per l'organizzazione delle visite guidate e per le attività svolte in autodromo (spazi di parcheggio e attività in pista).

### **descrizione delle modalità di collaborazione con la Redazione Locale di riferimento (AZIONI 2024)**

Il Nuovo Circondario Imolese ha la titolarità della Redazione Locale dell'area imolese facente parte del Sistema Informativo Turistico Regionale. La gestione della Redazione Locale è stata affidata ad IF che si è occupata, in virtù di tale incarico, di svolgere tutte le azioni richieste per l'anno 2024 in merito alle attività funzionali, all'alimentazione dei contenuti richiesti per l'aggiornamento del sito in accordo con la Redazione Regionale e la Città Metropolitana. A seguito del rinnovamento totale avvenuto a fine 2023, il sito è stato implementato con

molteplici funzionalità comprese quelle di prenotazione e vendita di servizi turistici proprie di uno IAT-R. Il caricamento dei dati sul nuovo sito consente, previa validazione a cura del redattore (IF su incarico del Circondario), la loro visualizzazione anche sul portale metropolitano [www.bolognawelcome.it](http://www.bolognawelcome.it) e sul portale regionale [www.emiliaromagnaturismo.it](http://www.emiliaromagnaturismo.it). Pertanto, nel corso del 2024 si è provveduto ad un attento lavoro di revisione dei contenuti e di implementazione di testi e foto. Si segnala che a seguito dell'entrata in vigore del CIN (Codice Identificativo Nazionale) che ogni struttura ricettiva deve avere, la Redazione Area Imolese ha proceduto ad oscurare tutte le "schede strutture ricettive", procedendo, poi, ad un graduale reinserimento a partire dalle strutture pubblicate sul sito della Regione, nell'attesa di avere dal SUAP il necessario supporto per completare il lavoro. Tale procedura si è resa necessaria per evitare le sanzioni di legge previste in caso di promozione in qualsiasi forma (cartacea o online) di strutture ricettive non in possesso di tale codice.

### **descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti**

Per garantire i servizi di front e back office il Nuovo Circondario, a seguito di incarico, si è avvalso del personale di IF adeguatamente formato e rispondente 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 sono turnati al front office erano in possesso del diploma di laurea o equiparato in base alla nuova normativa, con conoscenza di almeno due lingue, tra cui l'inglese e capacità di operare con gli strumenti informatici e telematici. Nel corso del 2024 sono stati previsti alcuni momenti di aggiornamento inerenti le informazioni del territorio e le modalità per promuovere al meglio tramite i canali social, sono stati quindi realizzate attività di formazione sulla gestione tecnica dei siti e sull'ottimizzazione della modalità di gestione dei media. Tali attività hanno coinvolto il dello IAT-R e quello dello IAT di Dozza. Inoltre è stata proposta un'ulteriore attività formativa denominata di "lezioni di territorio". L'attività formativa che consiste nel percorrere e visitare il territorio al fine di far conoscere al meglio alcune eccellenze storiche-artistiche e paesaggistiche del territorio, è stata organizzata nelle giornate di Mercoledì 11 Dicembre e Giovedì 12 dicembre con il seguente programma:

Mercoledì 11 Dicembre.

9.00 ritrovo presso lo IAT Terre di Imola

9.15 visita al Museo Diocesano di Imola

10.30 visita alla Chiesa di Riviera

11.45 visita al museo Geologico di Tossignano

13.00 Pranzo

14.30 visita alla Biblioteca Comunale di Imola.

16.30 visita alla Liuteria A.Poggi, alla farmacia dell'Ospedale e pinacoteca Borgonzoni

Giovedì 12 Dicembre.

9.00 ritrovo presso lo IAT Terre di Imola

9.30 Visita al Cassero, Carillon del Santuario, Mostra Antichi Orologi, Presepe Cleto Tomba Castel san Pietro.

10.45 Visita all'Enoteca Regionale di Dozza

12.45 Pranzo

15.30 Visita Palazzo Alidosi e Museo della Guerra Castel del Rio

All'iniziativa hanno preso parte, oltre al personale dello IAT-R e dello IAT di Dozza, anche alcuni Amministratori locali e referenti del Territorio Turistico BO-MO per un totale di n.15 partecipanti sulle due giornate. Le visite guidate sono state molto coinvolgente e ricche di informazioni interessanti, un'ottima opportunità per mettere in risalto i tesori nascosti e le tradizioni locali. Gli educational hanno dato vita a vari spunti per la creazione di percorsi turistici e tour guidati che evidenzino i luoghi storici, le bellezze naturali e le peculiarità dei Comuni del Circondario dell'Imolese.

L'attività è stata molto apprezzata poiché da un lato ha consentito agli operatori di vivere direttamente le esperienze di visita da raccontare agli ospiti, dall'altro è stato un ottimo modo per rafforzare il senso di comunità e collaborazione tra le diverse realtà locali. Questo approccio non solo valorizza le singole identità, ma promuove anche un legame più forte tra i Comuni, creando opportunità per sviluppare iniziative comuni e attrarre visitatori. È un passo positivo verso una maggiore coesione di prodotto e un'identità territoriale.

Le due iniziative formative si sono svolte a Dicembre causa il maltempo che ha caratterizzato il territorio imolese nei mesi di Settembre e Ottobre 2024.

Oltre a costi di personale sono stati sostenuti costi per i transfert, le visite guidate e i ristoranti.

personale addetto al front office e al back office degli uffici	€ 65.080,66
formazione professionale e aggiornamento degli addetti	€ 4.649,00
rete di collegamento e/o condivisione di funzioni e informazioni con altri IAT	€ 1.942,00
spese di locazione	€ 0,00
riscaldamento e pulizia locali	€ 0,00
spese postali	€ 500,00
utenze telefoniche ed elettriche	€ 0,00
assistenza tecnica	€ 2.122,00
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 d'informazione ed accoglienza turistica in ottica 4.0	€ 3.977,88
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali cartacei	€ 18.644,21
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali in formato elettronico	€ 5.000,00
spese per servizi turistici di base relativi ad animazione e intrattenimento turistico	€ 2.500,00
altro	€ 0,00
<b>Totale</b>	<b>€ 104.915,75</b>

Il totale delle spese rendicontate ammissibili a contributo ammonta a € 104.915,75 superiore alla spesa progettuale ammessa di € 100.410,00. Si conferma pertanto il contributo concesso di € 21.526,58.

## COMUNE DI DOZZA (IAT)

PG n. 5826 del 29/01/2025

### tipo di gestione (diretta o affidata a terzi)

in concessione a Fondazione Dozza Città d'Arte

### personale impiegato (nome e cognome e forma contrattuale)

Numero 3 operatrici IAT Dozza (Agnese Tonelli, Giulia Nanni, Roberta Faben) con contratto a tempo indeterminato che si turnano

### giornate ed orari di apertura (effettivamente osservati nel 2024)

Orario giorni feriali nell'ora legale (da marzo a ottobre): 10-13 e 14-19

Orario giorni festivi nell'ora legale (da marzo a ottobre): 10-19

Orario giorni feriali nell'ora solare (da ottobre a marzo): 10-13 e 14-18

Orario giorni festivi nell'ora solare (da ottobre a marzo): 10-18

**servizi erogati (prenotazione pernottamento in forma last minute, verifica disponibilità ricettiva senza prenotazione, iscrizioni/prenotazione visite guidate/eventi, altro)**

- prenotazione eventi gratuiti promossi dal Comune di Dozza, verifica disponibilità su eventi, visite guidate, ecc.
- distribuzione di proprio materiale turistico-informativo (in allegato)
- vendita di materiali turistici, gadget, pubblicazioni, ecc.
- verifica disponibilità ricettiva senza prenotazione

**censimento dei contatti (sintesi descrittiva dati di cui alla dashboard)**

- che i contatti rilevati tramite la piattaforma regionale monitoraggio sono stati  
Dal 01/01/2024 al 31/12/2024 TOTALE CONTATTI 5820

**azioni/iniziative che si sono svolte nel corso del 2024**

Nel corso del 2024 lo IAT di Dozza ha continuato a svolgere il ruolo di informazione e accoglienza turistica, offrendo ai turisti/visitatori/residenti un servizio di supporto e condivisione delle informazioni aperto tutto l'anno. Dozza, uno dei Borghi più Belli d'Italia e Bandiera Arancione del Touring Club Italiano, ospita ogni anno migliaia di turisti che raggiungono il borgo per godere dell'arte e della storia (Muro Dipinto e Museo della Rocca), dell'enogastronomia (Enoteca Regionale, aziende vitivinicole, ristoranti), degli itinerari turistici (Sentiero del Vino, Sentiero degli Alpini, Passeggiata degli Artisti, Sentiero di S. Antonio, ecc.). Lo IAT di Dozza rappresenta un importante punto di approdo per i turisti in quanto è aperto tutto l'anno, garantisce la presenza di personale altamente qualificato in grado di accogliere e informare turisti anche di lingua straniera e offre materiale informativo-promozionale gratuito da consultare o portare con sé per approfondire la conoscenza del territorio e quando non è aperto garantisce il reperimento delle informazioni

L'Ufficio, situato al piano terra con accesso possibile anche a persone con disabilità motoria, fornisce assistenza diretta ai turisti, produce proprio materiale (dépliant/brochure) e si dota altresì di volantini, dépliant, programmi che, in modo programmatico, gli operatori prenotano e ritirano presso gli altri uffici del territorio. Presso lo IAT di Dozza è possibile acquistare materiale turistico e/o pubblicazioni sulla storia del Borgo e della Rocca: i visitatori possono scegliere tra un'ampia gamma di gadget (cartoline, magneti, spille, quaderni, matite, biro, segnalibri, ecc.). Inoltre, l'ufficio dedica una vetrina alla vendita di artigianato locale al fine di promuovere le maestranze del territorio. Il personale dello IAT possiede le competenze per creare la grafica del materiale informativo, pertanto è stato in grado di produrre locandine, volantini e altro materiale che ha provveduto a stampare in proprio, senza rivolgersi ad aziende di stampa. Inoltre ha stampato il materiale grafico esaurito che era ancora richiesto dagli utenti presso l'ufficio IAT.

Nel 2024, lo IAT di Dozza ha implementato e rafforzato la collaborazione con gli altri Uffici turistici locali lavorando per l'obiettivo comune di migliorare il servizio rivolto al pubblico. Infatti, nel 2024 l'Ufficio ha continuato a rapportarsi costantemente con la rete di promozione turistica a livello nazionale, come il Club dei Borghi Più Belli d'Italia con cui ha collaborato ad esempio per la "Notte Romantica 2024", e il Touring Club Italiano, con cui ha collaborato ad esempio in occasione della "Caccia ai Tesori Arancioni 2024". A livello regionale, lo IAT di Dozza ha collaborato ad esempio con IF-Imola Faenza Tourism Company, Bologna Welcome, eXtraBo, nonché con associazioni, ristoratori e albergatori del territorio.

Nel 2024 è continuato anche il percorso di formazione e aggiornamento del personale di front e back office. Il Borgo di Dozza è sottoposto ad un crescente e progressivo incremento dell'utenza turistica, italiana e straniera. A tal fine, sono stati selezionati dei corsi di formazione riguardanti la promozione turistico-culturale e il miglioramento del rapporto con turisti e visitatori, anche dal punto di vista della privacy.

**attività finalizzate al funzionamento di reti territoriali/virtuali di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale**

Al fine di accrescere la rete territoriale di informazione e accoglienza turistica, nel 2024 lo IAT di Dozza ha continuato a collaborare con i Comuni e gli IAT del territorio condividendo competenze, conoscenze, informazioni e materiali circa attrattive e attività di ambito sovracomunale. Da tempo, lo IAT di Dozza coltiva un rapporto di stretta collaborazione con le DMO locali, in particolare Imola, creando un proficuo canale di condivisione delle informazioni turistiche, che permettono di ottimizzare i tempi di lavoro e promuovere al meglio iniziative/eventi.

Nel corso del 2024, gli operatori dell'Ufficio Informazione e Accoglienza Turistica (IAT) di Dozza hanno svolto un'intensa attività di distribuzione e raccolta di materiale promozionale cartaceo, garantendo un costante flusso di informazioni tra il loro punto di riferimento e gli altri IAT del Circondario e della Regione. Le consegne e i ritiri, effettuati periodicamente, comprendevano materiali come dépliant, brochure, locandine e altro materiale informativo riguardante le iniziative turistiche e culturali in corso. Questa attività ha avuto lo scopo di garantire

che tutte le strutture coinvolte nel sistema turistico avessero a disposizione informazioni aggiornate per i visitatori, creando così una rete di supporto alla promozione territoriale.

In parallelo, lo IAT di Dozza ha dato ampio spazio alla comunicazione digitale attraverso l'elaborazione e l'invio di newsletter periodiche, che riguardavano principalmente gli eventi e le manifestazioni organizzate nel Comune di Dozza. Queste newsletter non solo informavano i destinatari sui programmi in atto, ma avevano anche l'obiettivo di promuovere in modo efficace le attività culturali, sociali e turistiche, contribuendo a una diffusione capillare delle informazioni sul territorio sovracomunale. Grazie a questo approccio integrato tra comunicazione cartacea e digitale, lo IAT di Dozza è riuscito a mantenere un flusso costante e ben coordinato di informazioni, favorendo così una maggiore visibilità e partecipazione agli eventi organizzati.

Nel corso dell'anno 2024, i Comuni del Circondario Imolese hanno proseguito e intensificato la loro collaborazione nell'ambito turistico, con l'obiettivo di consolidare e sviluppare ulteriormente le attività congiunte a livello locale. Il progetto, che ha visto il coinvolgimento di tutti i Comuni dell'area, si è focalizzato sul rafforzamento della rete dei servizi di informazione turistica nell'intero territorio imolese, mirando a mantenere e potenziare le sinergie sovracomunali tra i vari enti e operatori locali. Tale rete di collaborazione ha avuto un impatto significativo sulla promozione e sull'accoglienza turistica, integrando anche la possibilità di prenotare eventi direttamente tramite piattaforme digitali.

L'azione ha previsto un impegno crescente nella condivisione di servizi turistici, sia in modalità fisica che digitale, per potenziare le attività di promozione, informazione e accoglienza nel territorio imolese. Questo approccio ha incluso l'aggiornamento e la gestione di portali online, rendendo più accessibili e fruibili le informazioni turistiche, permettendo così ai visitatori di pianificare in modo più semplice e rapido la loro esperienza nell'area. In particolare, l'Ufficio Turistico di Dozza si è impegnato quotidianamente a mantenere aggiornati i propri canali online, tra cui il sito istituzionale di Dozza e quelli regionali, come emiliaromagnaturismo.it, e il portale ufficiale dell'Informazione Turistica dell'Area Imolese, turismoimolese.cittametropolitana.bo.it.

Oltre alla gestione dei siti, è stata potenziata la comunicazione attraverso i canali social, con lo IAT di Dozza che ha condiviso costantemente informazioni relative agli eventi, alle attrazioni e alle iniziative culturali in programma nella zona. Un aspetto particolarmente rilevante è stato il lavoro svolto in sinergia con lo IAT-R, che ha permesso di creare contenuti social condivisi per promuovere due manifestazioni di rilievo che si sono svolte sul territorio di Dozza nel 2024. L'obiettivo di queste collaborazioni era di realizzare una rete virtuosa e interconnessa di informazioni, capace non solo di accogliere i turisti, ma anche di offrirgli un'esperienza di visita completa e ben organizzata.

Queste azioni hanno rafforzato ulteriormente la rete territoriale di informazione e accoglienza turistica, facendo sì che il territorio imolese diventasse sempre più una destinazione turistica integrata e facilmente accessibile, sia per i visitatori che per gli operatori del settore. Il coordinamento tra i vari IAT ha permesso, infatti, di offrire un servizio turistico di qualità, in grado di rispondere alle esigenze di chi visita la zona, contribuendo al contempo alla valorizzazione del patrimonio culturale e naturale dell'area.

### **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**

Negli ultimi anni, il settore turistico ha compiuto significativi sforzi per promuovere un turismo inclusivo e sostenibile, adottando azioni concrete volte a rendere i servizi, l'ospitalità, i percorsi e la mobilità accessibili a tutti. Questo impegno non solo favorisce il benessere sociale, ma genera anche valore economico diffuso. In questo scenario, l'Ufficio turistico di Dozza ha svolto un ruolo attivo cercando, con le proprie azioni quotidiane, di abbattere le barriere e promuovere una politica turistica inclusiva e accogliente.

Un primo passo importante in questa direzione è stato quello di collocare l'Ufficio al piano terra della Rocca di Dozza, in prossimità della biglietteria del Museo, garantendo così l'accessibilità a tutti, inclusi coloro che hanno difficoltà di mobilità. Questo ha reso lo spazio facilmente fruibile da chiunque, contribuendo a rendere il punto informativo più facilmente raggiungibile anche da persone con limitazioni motorie. Presso l'Ufficio, i visitatori possono consultare gratuitamente una vasta gamma di materiali informativi, come dépliant, brochure e guide turistiche, e ricevere supporto dagli operatori, in grado di rispondere a domande e richieste da parte di turisti provenienti da ogni parte del mondo.

Un altro passo concreto verso l'inclusività è rappresentato dalle applicazioni mobili sviluppate per rispondere alle diverse esigenze del pubblico. In particolare, è stata creata un'App pensata per le persone con disabilità uditiva, che offre una guida turistica delle principali attrattive di Dozza utilizzando la lingua dei segni. Allo stesso modo, è stata realizzata un'App dedicata al Museo Rocca di Dozza, che propone percorsi diversificati (scritti, video e audio) per venire incontro alle varie esigenze dei visitatori. Entrambe le applicazioni sono gratuite e possono essere facilmente scaricate sul proprio dispositivo mobile, semplicemente scansionando il QR Code messo a disposizione dell'utenza presso l'Ufficio. Inoltre, sono stati sviluppati e introdotti due nuovi strumenti digitali: una App dedicata al "Sentiero del Vino", un percorso di 6 km che attraversa le cantine e i vigneti di Dozza, e una App

per il "Muro Dipinto", intitolata "Guido", che guida i visitatori alla scoperta di questo straordinario patrimonio artistico. Entrambe le App sono disponibili gratuitamente in più lingue e possono essere scaricate direttamente dal sito o tramite QR Code.

In un'ottica di sostenibilità e innovazione, lo IAT di Dozza ha anche investito nell'aggiornamento costante dei propri canali digitali. Nel 2024, oltre ai tradizionali materiali cartacei, è stato dato un impulso significativo alla promozione digitale: il sito web dell'Ufficio e i canali social sono stati costantemente aggiornati per offrire informazioni utili e migliorare l'esperienza del turista.

Infine, per garantire un'esperienza turistica ancora più completa e accessibile, lo IAT di Dozza offre ai visitatori una connessione Wi-Fi gratuita e aperta, disponibile direttamente presso l'Ufficio, per consentire a tutti di rimanere connessi durante la loro visita. In questo modo, Dozza si conferma una destinazione sempre più attenta all'inclusività, alla sostenibilità e all'innovazione nel settore turistico.

### **attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO**

Nel 2024, la collaborazione tra gli Uffici turistici locali ha raggiunto un livello significativo di sviluppo, con un impegno congiunto per migliorare i servizi offerti al pubblico. Un esempio di questa stretta collaborazione è stata l'intesa con lo IAT-R di Imola, che ha lavorato insieme allo IAT di Dozza con l'obiettivo comune di ottimizzare l'accoglienza e l'assistenza ai turisti, coordinando le risorse e le informazioni in modo da garantire un'esperienza più fluida e completa per i visitatori.

Un aspetto fondamentale di questa collaborazione è stato il costante rapporto con le reti di promozione turistica a livello nazionale, che ha permesso di ampliare la visibilità del territorio dozzese e di partecipare attivamente a progetti e iniziative che hanno valorizzato le risorse locali. Lo IAT di Dozza ha, infatti, lavorato in sinergia con il Club dei Borghi più belli d'Italia, un'associazione che promuove i piccoli centri storici di valore. Un esempio concreto di questa collaborazione è stata la partecipazione alla Notte Romantica 2024, un evento che ha coinvolto numerosi borghi italiani, tra cui Dozza, nel promuovere attività culturali e turistiche dedicate alla scoperta di angoli affascinanti del nostro Paese.

Parallelamente, è continuata la collaborazione con il Touring Club Italiano, che ha visto lo IAT di Dozza impegnato nella promozione della Caccia ai Tesori Arancioni 2024. Questo evento, che ha coinvolto diversi borghi certificati dal Touring Club, ha rappresentato un'importante occasione per far conoscere il patrimonio culturale e turistico di Dozza e degli altri borghi aderenti.

A livello provinciale e regionale, l'interazione con realtà come IF – Imola Faenza Tourism Company, Bologna Welcome e ExtraBO ha permesso allo IAT di Dozza di consolidare la propria rete di promozione turistica, sviluppando nuove sinergie e progettando attività comuni per attirare turisti da diverse aree geografiche. Inoltre, la collaborazione con associazioni locali, ristoratori e albergatori ha favorito la creazione di pacchetti turistici integrati, pensati per migliorare l'offerta complessiva e garantire un'esperienza completa ai visitatori.

Nel corso dell'anno, gli operatori dello IAT di Dozza hanno inoltre gestito un'intensa attività di distribuzione e raccolta del materiale informativo turistico. Questa attività ha visto il costante impegno nella consegna di dépliant, brochure e altri materiali promozionali agli Uffici turistici della zona, come quelli di Imola, Castel San Pietro, Borgo Tossignano, Bologna, e altre località circostanti, al fine di mantenere sempre aggiornate le informazioni turistiche e assicurare la disponibilità dei materiali a tutti i punti di accoglienza turistica della regione.

Infine, nel 2024 sono state attivate diverse attività congiunte tra gli uffici turistici, inclusa la possibilità di effettuare prenotazioni per eventi specifici, come manifestazioni culturali, concerti, mostre e altri appuntamenti di rilievo, favorendo così la partecipazione dei turisti e rendendo più facile l'accesso agli eventi organizzati sul territorio. Grazie a queste azioni collaborative, è stato possibile migliorare notevolmente l'esperienza turistica complessiva, offrendo un servizio sempre più completo, integrato e accessibile.

### **descrizione degli interventi relativi agli altri servizi turistici di base (animazione e intrattenimento turistico)**

Nel corso del 2024, lo IAT di Dozza ha potenziato e diversificato i propri servizi turistici di base, con un'attenzione particolare all'animazione e all'intrattenimento turistico, al fine di arricchire l'esperienza dei visitatori e valorizzare le iniziative culturali e sociali locali. Lo IAT ha svolto un ruolo attivo nella promozione di eventi e attività organizzate dal Comune di Dozza e da altri enti, contribuendo significativamente alla diffusione delle informazioni e all'accoglienza dei turisti.

Un esempio significativo di questa attività è stata la partecipazione alla Notte Romantica dei Borghi più Belli d'Italia. In occasione di questo evento, che coinvolge numerosi borghi storici in tutta Italia, lo IAT di Dozza ha esteso il proprio orario di apertura oltre i consueti orari, offrendo ai turisti la possibilità di ottenere informazioni aggiornate su tutte le attività e gli eventi in programma nel borgo. Questo ha permesso di promuovere non solo l'evento stesso, ma anche le altre iniziative culturali e turistiche che si sono svolte a Dozza durante quella serata, creando così un'esperienza immersiva per i visitatori.

Inoltre, lo IAT di Dozza è stato protagonista anche durante altre importanti manifestazioni di carattere locale, come la Festa del Vino di Dozza, eventi tradizionali che celebrano la cultura, la gastronomia e le tradizioni del

territorio. Durante queste feste, lo IAT ha organizzato info point per offrire supporto ai turisti e fornire informazioni dettagliate sulle manifestazioni, sui percorsi enogastronomici e sulle altre attività da non perdere. Gli info point sono stati pensati come veri e propri punti di riferimento per i visitatori, dove potevano ottenere mappe, dépliant e informazioni sulle iniziative in corso, migliorando così l'orientamento e l'accesso alle diverse attività organizzate.

Lo IAT ha anche messo in campo una serie di azioni mirate alla promozione delle tradizioni locali, della gastronomia tipica e delle peculiarità del territorio. Oltre alla semplice distribuzione di materiale informativo, sono stati organizzati momenti di interazione con i visitatori, come degustazioni di prodotti tipici e approfondimenti tematici, in modo da offrire esperienze dirette e coinvolgenti. L'obiettivo era non solo informare, ma anche stimolare l'interesse per il patrimonio locale, creando un legame più profondo tra il turista e il borgo di Dozza.

In sintesi, le attività di animazione e intrattenimento promosse dallo IAT di Dozza nel 2024 sono state fondamentali per rafforzare la visibilità del territorio e migliorare l'esperienza dei visitatori, grazie a un'integrazione efficace tra accoglienza, informazione e partecipazione attiva alle manifestazioni.

#### **descrizione delle modalità di collaborazione con la Redazione Locale di riferimento (AZIONI 2024)**

Nel 2024, lo IAT di Dozza ha dedicato un significativo impegno al rafforzamento e alla consolidazione dei rapporti di collaborazione con la Redazione Locale di riferimento, con l'obiettivo di migliorare la diffusione delle informazioni turistiche e promuovere il territorio in modo sempre più efficace e coordinato. Le azioni intraprese sono state molteplici e articolate, coinvolgendo diversi canali di comunicazione e strategie di promozione.

In primo luogo, lo IAT ha gestito con costanza il ritiro e la consegna di materiale promozionale turistico-culturale, garantendo che gli operatori turistici e gli uffici di informazione del territorio avessero sempre a disposizione materiale aggiornato. Questo ha incluso dépliant, brochure, locandine e guide, che sono stati distribuiti nei punti strategici della zona, facilitando così l'accesso alle informazioni turistiche per i visitatori.

Un altro aspetto rilevante è stata la condivisione tempestiva delle informazioni sugli eventi locali con la Redazione Locale, per assicurare che tutte le manifestazioni, dalle fiere agli eventi culturali, fossero adeguatamente promosse e coperte dai canali informativi della zona. Questo ha permesso di aumentare la visibilità delle iniziative e di garantire una maggiore partecipazione da parte dei turisti e della comunità locale.

A supporto di questa attività, lo IAT di Dozza ha anche investito nella promozione delle iniziative locali tramite il proprio sito web e i canali social. Gli aggiornamenti costanti sui social media hanno avuto l'obiettivo di raggiungere un pubblico ampio e diversificato, pubblicizzando eventi e attività in programma, ma anche mettendo in luce particolarità del borgo e altre attrattive turistiche del territorio. Le piattaforme online hanno svolto un ruolo fondamentale nella diffusione delle informazioni in tempo reale, raggiungendo sia i residenti che i visitatori.

Inoltre, lo IAT ha realizzato e inviato newsletter tematiche, contenenti aggiornamenti su eventi e attività locali, ma anche suggerimenti per itinerari turistici e approfondimenti sul patrimonio culturale di Dozza. Queste newsletter hanno l'obiettivo di mantenere il pubblico sempre informato e coinvolto, creando un canale di comunicazione diretta con chi è interessato a scoprire il territorio.

Un'altra azione fondamentale è stata la gestione delle prenotazioni per eventi del circondario, che ha permesso ai visitatori di accedere facilmente a una varietà di manifestazioni culturali e turistiche organizzate non solo a Dozza, ma anche nei Comuni limitrofi. Grazie a questa attività, lo IAT ha contribuito a semplificare l'esperienza del turista, offrendo un servizio pratico e immediato per la partecipazione agli eventi.

Infine, lo IAT di Dozza ha lavorato a stretto contatto con la Redazione Locale per la realizzazione di contenuti social condivisi, sviluppando materiale visivo e testi promozionali per le piattaforme social. Questi contenuti, pensati per essere coinvolgenti e informativi, sono stati diffusi attraverso i canali di comunicazione di entrambi gli enti, creando una rete sinergica di promozione che ha contribuito a rafforzare l'immagine turistica di Dozza e a sensibilizzare un pubblico sempre più ampio sulle opportunità offerte dal territorio.

Complessivamente, le azioni messe in atto nel 2024 dallo IAT di Dozza hanno avuto un forte impatto nel consolidare la rete informativa locale, migliorando l'accesso alle informazioni turistiche e potenziando la visibilità delle iniziative del borgo, sia a livello locale che oltre i confini del territorio.

#### **descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti**

Il personale addetto allo IAT di Dozza (front e back office) è qualificato e idoneo ad accogliere turisti, di varie nazionalità. Ai sensi della DGR E-R n. 956/2005 sono stati effettuati corsi di formazione per un ammontare di 30 ore annuali, al fine di acquisire ulteriori metodologie di lavoro in ambito turistico in un'ottica di continuo miglioramento dei servizi offerti. A questo fine sono stati programmati corsi di formazione per il personale addetto. In particolare, la formazione ha tenuto 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 sono state affrontate hanno riguardato: tecniche di accoglienza e approccio al turista, interpretazione delle richieste e gestione delle relazioni

con i turisti, attrazioni turistiche ed enogastronomiche, composizione di itinerari, escursioni, visite guidate, informazioni sull'offerta turistica del territorio, conoscenza dei mezzi di trasporto e dei loro tragitti, privacy e sicurezza.

L'intento dei corsi di formazione era quello di sviluppare negli operatori 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
- capacità di gestire in sicurezza i turisti e la loro privacy

Parte del programma di formazione ha riguardato due giornate di formazione condivisa organizzate dallo IAT-R di Imola e intitolate "Lezioni di territorio".

personale addetto al front office e al back office degli uffici	€ 33.690,00
formazione professionale e aggiornamento degli addetti	€ 1.000,62
rete di collegamento e/o condivisione di funzioni e informazioni con altri IAT	€ 0,00
spese di locazione	€ 0,00
riscaldamento e pulizia locali	€ 3.637,29
spese postali	€ 0,00
utenze telefoniche ed elettriche	€ 1.689,76
assistenza tecnica	€ 0,00
abbonamenti a piattaforme multimediali per la promozione turistica e a uno o più quotidiani contenenti le edizioni locali	€ 0,00
rafforzamento e miglioria del sistema d'informazione ed accoglienza turistica in ottica 4.0	€ 0,00
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali cartacei	€ 4.400,00
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali in formato elettronico	€ 0,00
spese per servizi turistici di base relativi ad animazione e intrattenimento turistico	€ 819,19
altro	€ 0,00
<b>Totale</b>	<b>€ 45.236,86</b>

<p>Il totale delle spese rendicontate ammesse a contributo ammonta a € 45.236,86 <math>\geq</math> 80% della spesa progettuale ammessa di € 54.500,00. Si conferma pertanto il contributo concesso di € 8.544,86.</p>
---

## COMUNE DI IMOLA (WELCOME ROOM)

PG n. 4473 del 23/01/2025

PG n. 5826 del 29/01/2025

### giornate ed orari di apertura (effettivamente osservati nel 2024)

galleria accessibile 7 giorni su 7 h24

### censimento dei contatti

- 8.454 contatti (2718 relativi a territorio + 451 relativi a dove mangiare + 5285 relativi a eventi)

### azioni/iniziative che si sono svolte nel corso del 2024

- è stata gestita la prenotazione del campeggio in occasione del GP F1, realizzato materiali turistici (mappa della città, depliant Dove mangiare, Imola Eventi 2024, Sport al Centro, depliant Dove dormire), accolto gruppi in visita alla città, istituito un punto informativo turistico all'interno dell'evento Sport al Centro, organizzato n. 2 visite guidate all'anfiteatro romano, partecipato attivamente nell'organizzazione dell'evento MotoBabbi (con oltre 400 partecipanti) e la Camminata di Natale (con circa 1400 partecipanti), aggiornato e implementato i siti turistici istituzionali dell'ente.

### descrizione delle modalità di collaborazione con la Redazione Locale di riferimento

- è stato richiesto l'inserimento nel portale CMBO - sezione feste e sagre degli eventi in svolgimento a Imola, richiesto aggiornamento schede sito SITUR relativamente alla ristorazione e ospitalità.

### 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

- è stato installato un monitor touchscreen accessibile dalla galleria per la consultazione dei siti turistici locali e regionali, implementato anche con immagini e video del territorio.

spese di locazione	€ 0,00
riscaldamento e pulizia locali	€ 1.836,73
spese di guardiania	€ 7.500,00
spese per il noleggio sussidi audio-visivi, informatici e immersivi	€ 0,00
utenze telefoniche ed elettriche	€ 600,00
assistenza e manutenzione strumenti informatici	€ 1.224,49
stampa di materiale informativo e/o di accoglienza	€ 3.739,48
acquisto abbonamenti a piattaforme e a quotidiani	€ 0,00
spese per il rafforzamento e miglioria del sistema d'informazione ed accoglienza turistica in ottica 4.0	€ 13.353,64
realizzazione o acquisto di materiali cartacei	€ 0,00
realizzazione o acquisto di materiali in formato elettronico	€ 0,00
altro (stand mobili in occasione di grandi eventi)	€ 1.745,66
<b>Totale</b>	<b>€ 30.000,00</b>

La spesa rendicontata è pari a € 30.000,00. Non sono ammesse spese per € 4.880,00 in quanto relative a hardware. La spesa ammessa a contributo risulta pertanto pari a € 25.120,00  $\geq$  80% della spesa progettuale ammessa di € 30.000,00. Si conferma quindi il contributo concesso pari a € 7.746,79.

## COMUNE DI SAN GIOVANNI IN PERSICETO (IAT R)

PG n. 7061 del 03/02/2025  
integrazione PG n. 21528 del 31/03/2025

### tipo di gestione (diretta o affidata a terzi)

La gestione dello Iat Pianura è in forma diretta.

### personale impiegato (nome e cognome e forma contrattuale)

- Paolo Scialpi – contratto a tempo indeterminato fino a luglio 2024
- Cinzia De Martino – contratto tempo indeterminato
- Caterina Cavicchi – contratto interinale
- Valentina Montevecchi – contratto interinale
- Alessandra Marzocchi - contratto interinale

### giornate ed orari di apertura (effettivamente osservati nel 2024)

Dal 01/01/24 al 30/04/24 dal martedì al sabato orario 9:30-12:30

Dal 01/05/24 al 15/07/24 dal lunedì al sabato orario 10:00-16:00 / domenica orario 9:30-15:30

Dal 16/07/24 al 15/09/24 dal martedì al sabato orario 9:30-12:30

Dal 16/09/24 al 15/10/24 dal lunedì al sabato orario 10:00-16:00 / domenica orario 9:30-15:30

Dal 16/10/24 al 31/12/24 dal martedì al sabato orario 9:30-12:30

### servizi erogati (prenotazione pernottamento in forma last minute, verifica disponibilità ricettiva senza prenotazione, iscrizioni/prenotazione visite guidate/eventi, altro)

Nel corso del 2024, il team di Iat-R ha svolto attività di prenotazione e verifica della disponibilità presso le strutture ricettive del territorio. In particolare, si è supportata l'organizzazione dell'ospitalità per l'evento AITR, tenutosi a novembre 2024, gestendo circa 20 prenotazioni alberghiere con transfer, 2 prenotazioni per 45 persone per ristoranti e realizzando brochure informative con indicazioni su parcheggi e punti di interesse. In contemporanea si sono ospitate le assemblee dei soci ITACA' e AMODO offrendo logistica e supporto per le prenotazioni.

Inoltre, durante l'anno, ci si è occupati dell'iscrizione e prenotazione per visite guidate, eventi locali, esperienze e degustazioni, contribuendo alla valorizzazione dell'offerta turistica del territorio.

### censimento dei contatti (sintesi descrittiva dati di cui alla dashboard)

- che i contatti rilevati tramite la piattaforma regionale monitoraggio sono stati

Dal 01/01/24 al 31/12/24 TOTALE CONTATTI 1674

- che i reclami rilevati tramite la piattaforma regionale per il monitoraggio sono stati

Dal 01/01/24 al 31/12/24 TOTALE RECLAMI 0

### azioni/iniziative che si sono svolte nel corso del 2024

Alcuni dati legati ad attività svolte:

- Armonie del territorio (l'evento enogastronomico, organizzato presso Villa Caprara, ha offerto una degustazione di vini, miele e parmigiano locale. Durante l'incontro, esperti del settore hanno fornito approfondimenti sui prodotti, spiegandone le caratteristiche): ~10 partecipanti
- Magico mondo del miele (l'evento enogastronomico si è tenuto presso Villa Caprara, offrendo una degustazione di miele locale. Durante l'incontro, esperti del settore hanno illustrato il processo di produzione del miele, spiegando ogni fase, dall'operato delle api alla raccolta del prodotto): ~ 20 partecipanti
- Visite nell'ambito del Cimitero Monumentale (visite guidate in occasione delle giornate dei cimiteri storici, riguardanti diversi ambiti storici): ~ 34 partecipanti
- Visite ed eventi nell'ambito dell'800 (visite guidate ad alcuni luoghi d'interesse come la Collegiata, il Teatro Comunale o il Museo D'Arte Sacra, nell'ambito della mostra diffusa La pittura a Bologna nel lungo Ottocento | 1796 – 1915):~ 420 partecipanti

- I primi fondamentali Esperimenti di Guglielmo Marconi (conferenza spettacolo nel corso della quale sono stati eseguiti, con apparecchi originali, i primi fondamentali esperimenti di Guglielmo Marconi) : ~ 92 partecipanti
- Lucio Saffaro (con Bus transfer da Bologna - comprende la conferenza “Lucio Saffaro matematica e arte come poesia” e visita del museo Fisica Experience dove sono esposti 138 lavori grafici e pittorici dell'artista Lucio Saffaro, alcuni dei quali mai esposti prima): ~ 72 partecipanti

Si evidenziano inoltre:

- Collaborazione con il Museo Automobili Lamborghini di Sant'Agata Bolognese, che prevedeva l'organizzazione di un servizio navetta tra la stazione ferroviaria di San Giovanni in Persiceto e il Museo, con ritorno incluso;
- Workshop dedicato alla preparazione del Ragù, durante il quale i partecipanti hanno avuto l'opportunità di imparare a realizzare la celebre salsa e di degustarla, in collaborazione con un rinomato ristorante della zona;
- Servizio di noleggio biciclette;
- Vendita di biglietti ferroviari, con assistenza per individuare le migliori coincidenze e ottenere tariffe vantaggiose;

Organizzazione di tour guidati, personalizzati in base alle esigenze di agenzie di viaggio e aziende private, con la guida turistica autorizzata Miriam Forni. I tour proposti spaziano tra esperienze culturali, storiche ed enogastronomiche. Nel corso dell'anno 2024, si sono inoltre contattate ed incontrate alcune delle strutture ricettive e ristorative della zona al fine di fare conoscere il servizio e instaurare un rapporto di collaborazione.

Sono stati realizzati contenuti sia cartacei che digitali per promuovere gli eventi della Pianura Bolognese.

#### **attività finalizzate al funzionamento di reti territoriali/virtuali di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale**

Nel 2024 si è mantenuto un dialogo costante con i Comuni della Pianura Bolognese, promuovendo la cooperazione e la collaborazione tra i territori. Sono state contattate le diverse realtà locali per individuare i referenti del turismo e della cultura nei vari distretti e raccogliere informazioni aggiornate sulle condizioni di sicurezza del territorio e sulle ciclovie di competenza, a seguito dell'ultima alluvione.

Un esempio concreto di questa collaborazione è stato l'invito e la partecipazione di Stefano Gottardi e Giorgia Govoni di Reno Galliera alla degustazione Armonie del Territorio, un momento di condivisione e valorizzazione delle eccellenze locali.

è stata inoltre realizzata una mappatura delle strutture ricettive e ristorative presenti nei diversi Comuni e creato un database interno con gli eventi patrocinati dalle varie realtà nel corso dell'anno.

Lo Iat-R svolge un'importante attività di condivisione delle informazioni sul territorio, con particolare attenzione al turismo e all'accoglienza. Attraverso il costante aggiornamento e la diffusione di dati su strutture ricettive, eventi, itinerari e punti di interesse, lo staff si impegna a fornire un servizio accurato e accessibile a cittadini e visitatori. Questa attività favorisce una migliore fruizione del territorio e rafforza la rete di collaborazione tra enti, operatori turistici e realtà locali.

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

Per potenziare e innovare organizzativamente o tecnologicamente i servizi di informazione e accoglienza nel settore turistico, con un focus su accessibilità, sostenibilità, e innovazione, sono stati implementati gli strumenti a disposizione dei turisti (cartacei, digitali), inoltre attraverso il costante aggiornamento e la diffusione di dati su strutture ricettive, eventi, itinerari e punti di interesse, lo staff si impegna a fornire un servizio accurato e accessibile a cittadini e visitatori. Questa attività favorisce una migliore fruizione del territorio e rafforza la rete di collaborazione tra enti, operatori turistici e realtà locali.

##### 1. Accessibilità:

Inclusività digitale: collaborazione con RL per aggiornare costantemente e puntualmente il sito Turismo in Pianura e i suoi servizi online circa l'accessibilità a persone con disabilità, garantendo l'uso agevole da parte di tutti.

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

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

##### 2. Sostenibilità:

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

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

3. Innovazione Organizzativa:

IAT Mobile: Creazione di un servizio IAT mobile (MERCOLEDÌ E SABATO MATTINA), in grado di intercettare i flussi in più punti, di riorientarli e di presidiare con stand dedicati durante eventi importanti.

4. Innovazione Tecnologica:

Realtà Aumentata (AR) e Realtà Virtuale (VR): Utilizzo di AR e VR per offrire esperienze immersive e interattive ai turisti, ad esempio, visite virtuali al Museo di Fisica <https://fisica-experience.mangomobi.com/>

5. Turismo Inclusivo:

Promozione di esperienze accessibili: Collaborazione con operatori turistici per sviluppare esperienze accessibili a tutti, indipendentemente dalle loro caratteristiche individuali. Si è aderito in collaborazione con il Museo di Fisica, il Museo Carpigiani ed il Museo Lamborghini alla giornata Giornata internazionale delle persone con disabilità con percorsi dedicati.

6. Partecipazione degli Stakeholder:

Coinvolgimento della comunità: Coinvolgimento attivo della comunità locale nella progettazione e implementazione di servizi turistici, garantendo un approccio inclusivo e rispettoso delle tradizioni locali. Collaborazione Pubblico-Privato: Collaborazione tra settore pubblico e privato per sostenere iniziative innovative e sostenibili nel turismo. Esempio congresso AITR, evento aziendale NORDMOTORI.

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

### **attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO**

La collaborazione tra Iat-R, Bologna Welcome ed eXtraBo si basa sulla creazione di una rete di informazioni volte alla promozione del territorio e servizi dedicati ai visitatori.

Grazie a questa condivisione, vengono sviluppate iniziative volte a valorizzare il patrimonio culturale e turistico, offrendo un'esperienza più ricca e coinvolgente.

Il costante scambio di dati, eventi, materiale e opportunità consente di rafforzare l'attrattività del territorio, migliorando l'accoglienza e la fruizione delle sue eccellenze.

### **descrizione degli interventi relativi agli altri servizi turistici di base (animazione e intrattenimento turistico)**

Il team dello Iat-R, in collaborazione con professionisti del settore, ha sviluppato itinerari personalizzabili in base alle esigenze dei gruppi richiedenti. Su richiesta, le proposte possono includere degustazioni, visite a oasi naturalistiche o la partecipazione a eventi specifici dei Comuni, ad esempio i percorsi Guerciniani.

### **descrizione delle modalità di collaborazione con la Redazione Locale di riferimento (AZIONI 2024)**

Lo staff dello Iat-R mantiene un costante contatto con la Redazione Locale per condividere informazioni aggiornate sulle mappature territoriali, le strutture ricettive e ristorative, nonché sugli eventi della Pianura Bolognese. Questa collaborazione permette di garantire una comunicazione efficace e una valorizzazione coordinata del territorio. Si collabora nella gestione delle informazioni contenute sul sito Turismo in Pianura e ci si occupa dell'inserimento delle esperienze sull'e-commerce del sito.

### **descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti**

Lo staff dello Iat-R ha svolto, durante tutto l'anno, attività di formazione sul campo partecipando attivamente a visite guidate di valenza culturale e naturalistica.

personale addetto al front office e al back office degli uffici	€ 65.830,67
formazione professionale e aggiornamento degli addetti	€ 5.000,00
rete di collegamento e/o condivisione di funzioni e informazioni con altri IAT	€ 5.509,20
spese di locazione	€ 0,00
riscaldamento e pulizia locali	€ 0,00
spese postali	€ 0,00
utenze telefoniche ed elettriche	€ 0,00

assistenza tecnica	€ 0,00
abbonamenti a piattaforme multimediali per la promozione turistica e a uno o più quotidiani contenenti le edizioni locali	€ 1.427,40
rafforzamento e miglioria del sistema d'informazione ed accoglienza turistica in ottica 4.0	€ 2.165,50
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali cartacei	€ 1.601,03
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali in formato elettronico	€ 0,00
spese per servizi turistici di base relativi ad animazione e intrattenimento turistico	€ 9.880,00
altro (produzione borse con logo in occasione della mostra sull'800)	€ 1.409,22
<b>Totale</b>	<b>€ 92.823,02</b>

La spesa rendicontata è pari a € 92.823,02. Non sono ammesse spese per € 1.331,94, così ripartite: € 905,48 in quanto relative a spese di acquisto stampanti e € 426,46 in quanto relative a spese di cancelleria. La spesa ammessa a contributo risulta pertanto pari a € 91.491,08 superiore alla spesa progettuale ammessa di € 80.500,00. Si conferma quindi il contributo concesso pari a € 17.349,84.

## COMUNE DI CREVALCORE (IAT DIFFUSO)

PG n. 5053 del 27/01/2025  
PG n. 7061 del 03/02/2025  
**integrazione PG n. 21024 del 27/03/2025**  
**integrazione PG n. 21513 del 31/03/2025**

### azioni/iniziative che si sono svolte nel corso del 2024

1. Organizzazione e svolgimento del percorso formativo iniziale di 20 ore;
2. Realizzazione di un breve video promozionale dedicato a far conoscere il progetto IAT Diffuso. Il video racconta l'innovativo servizio turistico che valorizza il territorio, rendendo informazioni e supporto facilmente accessibili a visitatori e turisti;
3. Aggiornamento e ristampa della mappa green Ritorno in Pianura relativa al territorio di Crevalcore, 4 colori f/r – f.to chiuso 10,8x21 - f.to ap. 32,4x42 – carta favini shiro eco white 120gr, 4000 copie;
4. Realizzazione di n. 3 vele da esporre presso ogni punto informativo IAT Diffuso, per renderli maggiormente riconoscibili.

### attività finalizzate al funzionamento di reti territoriali/virtuali di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale

Rafforzamento della 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.

### 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

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.

### **attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO**

Le attività mirate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO e Fondazione Bologna Welcome si sono sviluppate attraverso alcune iniziative congiunte, mettendo in risalto le attrazioni turistiche e gli eventi culturali. È stato promosso il pacchetto turistico Verona-Bologna con il coinvolgimento del territorio. Materiali promozionali, come brochure e mappe, sono stati distribuiti in collaborazione con Fondazione Bologna Welcome e altre DMO regionali. Gli operatori locali hanno raccolto feedback dai turisti, condivisi per migliorare l'offerta turistica. Queste azioni hanno rafforzato la cooperazione tra il territorio e le DMO, migliorando la promozione e l'accessibilità turistica.

### **descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti**

Organizzazione e svolgimento del percorso formativo iniziale di 20 ore, la cui partecipazione era necessaria per essere punto informativo IAT Diffuso, per la conoscenza dell'offerta esistente in termini di servizi e prodotti, con particolare focus sulla Ciclovia del Sole e di aggiornamento e la condivisione dei contenuti, dei materiali e delle modalità di comunicazione delle informazioni turistiche. Si è provveduto alla realizzazione di un percorso formativo che, partendo dalla condivisione degli elementi base di sistema, preveda la conoscenza diretta e la declinazione comunicativa coordinata delle informazioni funzionali.

- 16 gennaio: Introduzione e presentazione del sistema turistico regionale e metropolitano, obiettivi e ruoli, elementi di normativa nazionale, regionale e metropolitana sul turismo, con relatori del Territorio Turistico Bologna-Modena e personale di Bologna Welcome.
- 1° febbraio: degli elementi conoscitivi generali del territorio, dell'offerta locale e le strategie oggi in atto con presentazione di buone pratiche e conoscenza degli strumenti analogici e digitali a disposizione. Il territorio toccato dalla Ciclovia del Sole e della sua prosecuzione fino a Verona, il nuovo pacchetto Bologna-Verona, breve panoramica sull'offerta turistica della Pianura Bolognese, siti e materiali a disposizione per aggiornarsi; la Redazione Locale della Pianura.
- 20 febbraio: La scoperta del territorio dal punto di vista storico-culturale: il Castello di Palata Pepoli, cenni storici e visita all'interno; Villa Ronchi per scoprire gli avanzamenti di restauro e i progetti futuri; il centro storico; il Museo della Pace G. Mattioli; il Museo dei Burattini.
- 7 marzo: gli aspetti naturalistici della nostra Pianura: le Vasche dell'Ex Zuccherificio di Crevalcore. Visita al progetto Sementerie Artistiche, l'elenco di imprese aderenti alla Carta dei Servizi della Ciclovia del Sole; la Brazadela Tonda, la prima De.Co. di Crevalcore.

spese di organizzazione percorso formativo iniziale e di aggiornamento degli aderenti	€ 1.071,65
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali cartacei	€ 793,00
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali in formato elettronico	€ 2.000,00
acquisto abbonamenti a piattaforme multimediali e quotidiani	€ 0,00
spese per accoglienza turistica in ottica 4.0	€ 0,00
realizzazione e fornitura degli elementi grafici distintivi dello IAT Diffuso (vele)	€ 498,56
altro (costi coordinamento, progettazione e rendicontazione)	€ 5.358,24
<b>Totale</b>	<b>€ 9.721,45</b>

Il totale delle spese rendicontate ammesse a contributo ammonta a € 9.721,45 < 80% della spesa progettuale ammessa di € 16.429,89. Si conferma pertanto il contributo concesso di € 3.299,42.

**tipo di gestione (diretta o affidata a terzi)**

Affidamento a Fondazione Bologna Welcome

**personale impiegato (nome e cognome e forma contrattuale)**

Complessivamente, sono impiegati 12 addetti di cui 11 a tempo indeterminato, 1 full time a tempo determinato.

Lingue conosciute dal personale:

- Inglese
- Francese
- Tedesco
- Spagnolo
- Rumeno
- Portoghese
- Russo
- Giapponese

**giornate ed orari di apertura (effettivamente osservati nel 2024)**

IAT-R “Centrale” - Piazza Maggiore aperto da lunedì a sabato dalle 9:00 alle 19:00 e domenica e festivi dalle 10:00 alle 17:00. Il punto è stato chiuso il 25/12.

L'altra sede dello IAT-R “Centrale” - Piazza Maggiore in Aeroporto aperta tutti i giorni con orario continuato dalle 9:00 alle 18:00 dal lunedì al sabato e dalle 10:00 alle 17:00 la domenica e i festivi (ad esclusione del giorno di Natale, S. Stefano, Capodanno e Pasqua in cui il punto è chiuso al pubblico). L'altra sede dello IAT-R “Centrale” - Piazza Maggiore in Aeroporto è rimasta operativa fino al 14 giugno 2024.

**servizi erogati (prenotazione pernottamento in forma last minute, verifica disponibilità ricettiva senza prenotazione, iscrizioni/prenotazione visite guidate/eventi, altro)**

- Verifica disponibilità ricettiva senza prenotazione
- Prenotazione pernottamento in strutture ricettive
- Prenotazione, verifica disponibilità su eventi, visite guidate, trasporti ferroviari, servizi turistici,
- Distribuzione di proprio materiale turistico-informativo (mappe, Promenade, cartoline tour, folder di destinazione)
- Distribuzione di materiale turistico-informativo del territorio, teatri, cinema, eventi
- Vendita di materiali turistici, gadget, prodotti tipici, editoria

**censimento dei contatti (sintesi descrittiva dati di cui alla dashboard)**

- che i contatti rilevati tramite la piattaforma regionale monitoraggio sono stati

Dal 01/01/2024 al 28/02/2024 TOTALE CONTATTI 11.909

Nb: il monitoraggio è stato fatto utilizzando i sistemi tecnologici di FBW, la piattaforma regionale è stata attivata dal 1/3/2024.

Dal 01/03/2024 al 31/12/2024 TOTALE CONTATTI 13.085

- che i reclami rilevati tramite la piattaforma regionale per il monitoraggio sono stati

Dal 01/01/2024 al 31/12/2024 TOTALE RECLAMI 10

I reclami sono stati rilevati attraverso i sistemi tecnologici di FBW

Si desidera segnalare che durante i periodi di alta stagione l'utilizzo della piattaforma per l'inserimento dei dati risulta oneroso in termini di tempo per il personale addetto al front office già impegnato a rispondere in modo tempestivo alle esigenze dei turisti, sia in presenza che tramite telefono o email. Tale criticità nella raccolta del dato attraverso il sistema regionale ha comportato un notevole disallineamento tra il dato registrato e il numero di utenti che effettivamente si sono recati presso lo IAT-R “Centrale” Piazza Maggiore nel corso del 2024. Dato che si può evincere dal sistema eliminacode in uso da FBW, che ha rilevato l'ingresso di 91.094 utenti.

Riteniamo, dunque, utile programmare un aggiornamento per verificare se le stesse difficoltà sono state riscontrate anche dagli altri IAT regionali.

### **azioni/iniziative che si sono svolte nel corso del 2024**

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

### **attività finalizzate al funzionamento di reti territoriali/virtuali di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale**

Lo strumento selezionato dal Territorio Turistico Bologna-Modena attraverso le DMO territoriali per le attività di e-commerce è stato adottato anche dagli IAT-R per la promo-commercializzazione dei servizi presso i punti fisici. L'utilizzo congiunto e coordinato dell'e-commerce tra FBW e Modenatur ha permesso 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. È stato, inoltre, intensificato lo scambio di materiale informativo con altri IAT del territorio, oltre che con lo IAT-R di Modena.

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

L'impegno della DMO rispetto al tema dell'accessibilità turistica è costante ed è caratterizzato da una comunicazione dedicata e 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 della destinazione bolognese [www.bolognawelcome.com](http://www.bolognawelcome.com) continua ad occupare un ingombro di rilievo nella homepage del sito per permettere all'utente e al visitatore con disabilità di individuare più velocemente la sezione e fruire delle informazioni pratiche di viaggio (come arrivare a Bologna, come spostarsi in città, quali esperienze e luoghi visitare, dove trovare gli itinerari di visita, quali alberghi e ristoranti si sono dichiarati accessibili) sia in italiano che in inglese.

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

### **attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO**

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

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

### **descrizione degli interventi relativi agli altri servizi turistici di base (animazione e intrattenimento turistico)**

Nel 2024 sono stati realizzati dei pieghevoli e dei weekly-planner relativi ai tour e alle esperienze del momento, unitamente a vetrofanie tematiche e vetrine targettizzate. Questi materiali hanno contribuito ad incrementare l'attenzione del turista e del cittadino per l'offerta culturale.

In accordo con gli organizzatori di mostre temporanee sono state organizzate delle visite guidate tematiche con relativa promozione. Si è, inoltre, lavorato per la valorizzazione e la promozione di opera d'arte non conosciute al grande pubblico come, per esempio, l'affresco del Guercino all'interno dell'abitazione privata sita a Palazzo Sampieri Talon. Insieme con la proprietà ed in collaborazione con Ascom sono state organizzate visite guidate e aiutato la proprietà a costruire un'audioguida in italiano ed inglese in grado di fornire tutte le informazioni necessarie ai visitatori durante la visita.

### **descrizione delle modalità di collaborazione con la Redazione Locale di riferimento (AZIONI 2024)**

Come previsto dalla normativa, la funzione di Redazione Locale viene svolta dall'ufficio nell'ambito di SITUR.

Questo assetto garantisce fisiologicamente una sinergia ottimale tra il servizio di informazione e accoglienza turistica con funzione "reservation" e la Redazione Locale.

Lo IAT-R svolge una funzione strategica di raccolta ed elaborazione delle esigenze dei turisti con cui entra in contatto diretto per poi trasformarle in esperienze ed itinerari che la Redazione Locale provvede a promuovere attraverso i propri canali declinando rispetto ai target di riferimento.

**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

personale addetto al front office e al back office degli uffici	€ 231.615,00
formazione professionale e aggiornamento degli addetti	€ 0,00
rete di collegamento e/o condivisione di funzioni e informazioni con altri IAT	€ 0,00
spese di locazione	€ 4.880,00
riscaldamento e pulizia locali	€ 11.650,00
spese postali	€ 2.300,00
utenze telefoniche ed elettriche	€ 18.900,00
assistenza tecnica	€ 29.655,00
abbonamenti a piattaforme multimediali per la promozione turistica e a uno o più quotidiani contenenti le edizioni locali	€ 0,00
rafforzamento e miglioria del sistema d'informazione ed accoglienza turistica in ottica 4.0	€ 0,00
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	€ 0,00
spese per servizi turistici di base relativi ad animazione e intrattenimento turistico	€ 0,00
altro	€ 0,00
<b>Totale</b>	<b>€ 300.000,00</b>

Il totale delle spese rendicontate ammesse a contributo ammonta a € 300.000,00 uguale alla spesa progettuale ammessa di € 300.000,00. Si conferma pertanto il contributo concesso di € 64.277,98.

---

## REVOCHE

### COMUNE DI VALSAMOGGIA (IAT DIFFUSO)

PG n. 5794 del 29/01/2025

#### **azioni/iniziative che si sono svolte nel corso del 2024**

L'entrata in vigore, a partire da gennaio 2024, della nuova normativa regionale sui criteri e le modalità organizzative per l'istituzione, il riconoscimento e il funzionamento dei servizi di Informazione e Accoglienza Turistica (DGR 2188/2022) ha imposto ai territori l'adozione di un modello organizzativo rinnovato, diverso rispetto a quello precedentemente in uso. In questo contesto, il Comune di Valsamoggia ha assunto il ruolo di capofila, consapevole della complessità di affrontare, a cavallo tra due legislature, una fase di transizione e riorganizzazione.

Nei primi undici mesi, il Comune di Valsamoggia ha gestito con personale interno le azioni funzionali al riconoscimento degli IAT diffusi (certificato nel mese di settembre 2024) e contestualmente ha lavorato per strutturarsi in modo tale da poter rispondere più efficacemente alle rinnovate esigenze organizzative, formative, comunicative e promozionali. La comunicazione, ben curata fino a dicembre 2023 dal precedente gestore dello UIT Colli Bolognesi, ha indubbiamente risentito di questa prima fase transitoria e sarà obiettivo primario dei prossimi mesi. È infatti in corso, insieme al soggetto gestore individuato per gestire il progetto IAT diffuso, la definizione di una nuova strategia di comunicazione efficace che dialoghi con i comuni, gli stakeholder territoriali, gli operatori turistici, lo IAT-R di riferimento e le redazioni locali, nonché con i canali della destinazione turistica BO-MO e dell'APT regionale. A dicembre 2024 è stato fatto un primo incontro di coordinamento con lo IAT-R di Sasso Marconi ed è stata avviata la raccolta di contenuti funzionale alla creazione di un archivio digitale aggiornato mediante la collaborazione con gli uffici dei quattro comuni aderenti al progetto IAT Diffuso Colli Bolognesi.

#### **Attività svolte:**

##### **a) Strumenti di comunicazione**

In data 15 febbraio 2024 il Comune di Zola Predosa, precedente capofila, ha consegnato al Comune di Valsamoggia le credenziali di accesso a tutte le piattaforme digitali a servizio dello UIT Colli Bolognesi, nello specifico:

- accesso alla piattaforma wix per la gestione del sito web [www.visitcollibolognesi.it](http://www.visitcollibolognesi.it);
- accesso all'account google [info@visitcollibolognesi.it](mailto:info@visitcollibolognesi.it);
- accesso ai canali social instagram, facebook e twitter/X;
- accesso alla piattaforma mailchimp per l'invio di newsletter.

Da allora il numero di seguaci sui social è rimasto sostanzialmente stabile (9.254 follower su facebook e 4.147 su instagram) e il sito internet ha contato un numero di visitatori unici pari a 6.404 (+15% rispetto all'anno precedente). Sul sito internet <https://www.visitcollibolognesi.it/> è stato inserito il rimando al sito della nuova Via dei Brentatori (<https://www.viadeibrentatori.it/>) che coinvolge i comuni di Bologna, Casalecchio di Reno, Zola Predosa, Monte San Pietro e Valsamoggia e che, dopo il lancio stampa del mese di aprile, ha destato grande interesse e portato numerosi contatti di turisti interessati. Sono inoltre state aggiornate le strutture ricettive e di ristorazione che ne hanno fatto richiesta, è stata infine modificata stagionalmente la pagina degli eventi con rimandi alle sezioni specifiche dei siti web dei quattro comuni coinvolti. A dicembre 2024, le credenziali di accesso di tutti gli strumenti digitali sono state consegnate al nuovo soggetto gestore.

Il 23 luglio 2024 il personale del Comune di Valsamoggia ha ritirato dai locali di Villa Edvige Garagnani il materiale promozionale cartaceo che ha poi utilizzato per la promozione durante gli eventi turistici locali.

##### **b) Contatti telefonici e email**

Il 16 febbraio 2024 il numero di telefono di riferimento sul sito [www.visitcollibolognesi.it](http://www.visitcollibolognesi.it) è stato sostituito con il numero 0516723046 a cui risponde l'ufficio Valorizzazione del territorio del Comune di Valsamoggia dal lunedì al venerdì dalle 9 alle 13 e il martedì e giovedì pomeriggio dalle 15 alle 17. La mail [info@vistcollibolognesi.it](mailto:info@vistcollibolognesi.it) è stata monitorata quotidianamente.

Di seguito la tabella di riepilogo del numero di contatti gestiti tra febbraio 2024 e dicembre 2024 attraverso questi due canali.

##### **c) Riconoscimento Iat Diffusi Colli Bolognesi**

In data 2 maggio 2024 si è tenuto in video conferenza il primo incontro di allineamento con i 6 punti IAT diffusi. In tale sede sono stati condivisi gli adempimenti necessari al riconoscimento ed è stato pianificato il sopralluogo svoltosi poi il 15 maggio 2024.

In data 9 agosto 2024 la Città Metropolitana di Bologna ha richiesto al Comune di Valsamoggia integrazioni funzionali al riconoscimento di alcuni dei punti IAT, in ottemperanza alla normativa di riferimento. Nel corso del

mezzogiorno di agosto, il Comune di Valsamoggia ha contattato gli operatori e collezionato il suddetto materiale mancante. Ha quindi provveduto alla trasmissione al Territorio Turistico.

In data 9 settembre 2024 la Città Metropolitana di Bologna ha comunicato al Comune di Valsamoggia l'avvenuta approvazione degli esiti della ricognizione e pertanto ha validato il progetto e riconosciuto formalmente gli sportelli di IAT diffuso presso i seguenti esercizi di privati:

- La Mandria (gestito da "Cooperativa Sociale Tatami"), Comune Zola Predosa, BO;
- Cà La Ghironda Resort (gestito da Vera s.r.l.), Comune Zola Predosa;
- Pro Loco Savigno Aps, Comune Valsamoggia;
- COPAPS Soc. coop. a R.L., Comune Casalecchio di Reno;
- La Casola, Comune Monte San Pietro;
- Bar Due di Picche Snc, Comune Monte San Pietro.

Il 30 dicembre 2024 la Città metropolitana ha notificato al Comune di Valsamoggia la necessità di fornire ulteriori integrazioni relative a due dei suddetti punti entro il prossimo aprile 2025.

#### **d) Affidamento a soggetto terzo della gestione dei servizi di informazione e accoglienza turistica**

Ottenuto il suddetto riconoscimento, il Comune di Valsamoggia, in qualità di capofila della convenzione di cui alla delibera di CC 159 del 28/12/2023, ha ritenuto che per una migliore valorizzazione del territorio e informazione turistica fosse più efficace avvalersi di un servizio esterno, dotato di specifiche competenze professionali. Ha pertanto ritenuto opportuno fare un'indagine di mercato richiedendo tre preventivi ad altrettante società (Appennino Slow, Itineraria srl, Fondazione Rocca dei Bentivoglio) in grado di rispondere a tali esigenze. L'indagine di mercato si è conclusa in data 21 novembre 2024 e le tre società hanno presentato un'offerta predisposta e suddivisa per prestazioni da svolgere nel periodo dicembre 2024 - dicembre 2025.

Il preventivo più economicamente vantaggioso è risultato essere quello della Fondazione Rocca dei Bentivoglio, società in house al 100% del Comune di Valsamoggia, e pertanto l'amministrazione comunale di Valsamoggia ha individuato la stessa per la "Realizzazione di attività previste dal Programma turistico di promozione locale (P.T.P.L.)" per un importo complessivo di € 42.100 (IVA compresa). Si allega alla presente, il progetto redatto dalla Fondazione Rocca dei Bentivoglio in qualità di soggetto gestore.

#### **attività finalizzate al funzionamento di reti territoriali/virtuali di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale**

A novembre 2024, a seguito della piena operatività degli organismi comunali e unionali, si è re-insediato il forum politico di coordinamento il cui prossimo incontro si terrà a febbraio 2025.

Per quanto riguarda il raccordo con i 6 punti IAT Diffusi, dopo il già citato incontro di maggio 2024 e successive azioni, il nuovo soggetto gestore avvierà i lavori con un incontro convocato per il giorno 31 gennaio 2025.

#### **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**

Così come dettagliato al precedente punto relativo al riconoscimento degli IAT Diffusi, tanto del dialogo con gli operatori si è concentrato sul tema dell'abbattimento delle barriere architettoniche e del potenziamento delle reti internet a disposizione dei fruitori. Infatti, pur essendo questi elementi indispensabili, è stato evidente fin da subito che la tipologia degli operatori coinvolti nonché la loro collocazione territoriale, li rendeva particolarmente fragili da questo punto di vista. In particolare il digital divide che ancora colpisce le aree rurali impatta inevitabilmente sulla qualità della connessione che gli operatori utilizzano e possono conseguentemente fornire agli avventori. Da segnalare, tuttavia, l'impegno profuso dagli operatori stessi nel ricercare e poi attuare soluzioni che consentissero loro di ottemperare a quanto richiesto.

#### **attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO**

Grazie agli accordi già in essere tra i quattro comuni interessati dal progetto, lo spazio ExtraBO è stato utilizzato per promuovere i principali eventi che si sono svolti sui territori. Numerose sono state le interlocuzioni funzionali alla raccolta di contenuti, informazioni, materiali che ExtraBO ha poi diffuso tramite il suo punto fisico, i suoi canali digitali e la partecipazione agli eventi fieristici.

#### **descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti**

Quattro dei sei IAT Diffusi riconosciuti, avevano già svolto nel 2021 la formazione per gli info point diffusi, organizzata dai Comuni convenzionati mediante webinar gestiti dai docenti del CAST - Centro Studi Avanzati sul Turismo - dell'Università di Bologna (sede di Rimini).

Questi i temi su cui sono stati formati gli operatori:

- Modelli e metodi per il coordinamento e la cooperazione tra gli operatori all'interno delle singole destinazioni (4 ore)

- L'offerta turistica in una prospettiva territoriale: dal turismo di prossimità agli itinerari culturali (2 ore)
- Analisi delle esigenze e dei bisogni del turista in un'ottica di marketing: identificazione di una tipologia di turista tipo in un'ottica esperienziale (2 ore)
- Modelli, metodi e strumenti per la comunicazione turistica (2 ore)
- Laboratorio interattivo sulle caratteristiche del territorio, le opportunità che esso offre, le modalità di valorizzazione dello stesso e il ruolo dei punti di informazione turistica diffusi (4 ore).

A novembre 2024, i 6 punti IAT diffusi, così come tutti gli operatori del territorio, sono stati invitati a prendere parte al ciclo di 5 webinar della durata complessiva di 7 ore e mezza, tenuti da Alberto Conte e Sara Zanni (Itineraria srl e Movimento lento), focalizzati sullo sviluppo di proposte turistiche di valore. I webinar, che si sono svolti nell'ambito del progetto di rilancio del cammino Piccola Cassia, sono stati registrati e i materiali sono stati messi a disposizione degli operatori anche per una fruizione differita. Questi i temi trattati:

- Introduzione e presentazione, dati statistici sul turismo attivo e sui cammini (1.5 ore)
- Turismo in bicicletta: le dimensioni del mercato, le esigenze dei cicloturisti (1.5 ore)
- Turismo a piedi: i servizi per i viaggiatori (1.5 ore)
- Dall'itinerario all'ecosistema turistico «slow» (1.5 ore)
- La costruzione dell'offerta turistica outdoor (1.5 ore)

Obiettivo del coinvolgimento degli operatori del territorio e degli IAT diffusi in un percorso già strutturato di rilancio del cammino Piccola Cassia è parso funzionale alla creazione di una maggiore consapevolezza rispetto a quelle che sono le opportunità in essere e di divenire sul territorio in cui essi operano.

Nei mesi di febbraio/marzo 2025 è in programma una formazione di aggiornamento così come previsto dal già citato progetto della fondazione Rocca dei Bentivoglio.

spese di organizzazione percorso formativo iniziale e di aggiornamento degli aderenti	€ 500,00
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali cartacei	€ 0,00
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali in formato elettronico	€ 2.500,00
acquisto abbonamenti a piattaforme multimediali per la promozione turistica e a uno o più quotidiani contenenti le edizioni locali	€ 417,79
spese per il rafforzamento e miglioria del sistema d'informazione ed accoglienza turistica in ottica 4.0	€ 12.000,00
realizzazione e fornitura degli elementi grafici distintivi dello IAT Diffuso (vela, vetrofania o equivalente);	€ 0,00
altro	€ 0,00
<b>Totale</b>	<b>€ 15.417,79</b>

La spesa rendicontata è pari a € 15.417,79. Non sono ammesse spese per € 500,00 in quanto riferite ad azioni non realizzate nel 2024. La spesa ammessa a contributo risulta pertanto pari a € 14.917,79 e quindi < 50% della spesa progettuale ammessa pari a € 30.000,00.

Si è reso pertanto necessario avviare il procedimento di revoca, ai sensi dell'**art. 10, punto 5, dell'Avviso pubblico**, che prevede la revoca del contributo nel caso di *“rendicontazione di spese ammissibili inferiori al 50% del budget progettuale complessivo indicato in sede di approvazione ed eventualmente modificato”*.

Con comunicazione PEC in atti al P.G. n. 19618/2025, si è provveduto ad inviare relativo preavviso, dando un termine di dieci giorni per la presentazione di eventuali osservazioni in relazione alle motivazioni indicate. Entro tale termine, né successivamente, sono pervenute osservazioni o istanze da parte del soggetto beneficiario.

Si revoca pertanto il contributo di € 7.746,79, concesso con determinazione dirigenziale n. 1871/2024.

## COMUNE DI SAN BENEDETTO VAL DI SAMBRO (WELCOME ROOM)

Il Comune di San Benedetto Val di Sambro non ha provveduto all'invio della documentazione di rendicontazione entro il termine del 31 gennaio 2025 previsto dall'**art. 9 dell'Avviso pubblico**.

Si è reso pertanto necessario avviare il procedimento di revoca e con comunicazione PEC, in atti al P.G. n. 18969/2025, si è provveduto ad inviare il relativo preavviso, dando un termine di dieci giorni per la presentazione di eventuali osservazioni in relazione alle motivazioni indicate. Entro tale termine, né successivamente, sono pervenute osservazioni o istanze da parte del soggetto beneficiario.

Si revoca pertanto il contributo di € 3.460,22, concesso con determinazione dirigenziale n. 1871/2024.

## MODENA

### AMBITO 1 Servizi di accoglienza e informazione turistica

Il quadro complessivo dell'attività svolta durante l'anno 2024 dagli uffici di informazione turistica operanti sul territorio è il seguente:

#### COMUNE DI MODENA (IAT R)

PG n. 3471 del 03/02/2025

#### tipo di gestione (diretta o affidata a terzi)

Servizio in appalto a Modenatur scarl

#### personale impiegato (nome e cognome e forma contrattuale)

Francesca Soffici - tempo indeterminato  
Roberta Zanna - tempo indeterminato  
Camilla Grassi - tempo indeterminato  
Riccardo Lotti (da novembre) -- tempo indeterminato  
Fabiana Borsari (da agosto) - tempo indeterminato  
Norma Arena - tempo indeterminato  
Laura Marcianò - tempo indeterminato  
Laura Mastri - tempo indeterminato  
Chiara Regazzini - tempo indeterminato  
Annalisa Gherdini - (da novembre) tempo determinato  
Mayana Sydiy (fino a settembre) - tempo indeterminato  
Lavinia Sancassiani (fino a settembre) - tempo indeterminato

#### giornate ed orari di apertura (effettivamente osservati nel 2024)

Ufficio di informazioni turistiche Piazza Grande 14:

364 giorni di apertura

da gennaio a luglio dal lunedì al sabato 9-18, domenica e festivi 9.30-18.00 da agosto a dicembre tutti i giorni 9-18

chiuso il 25 dicembre

Ufficio di informazioni turistiche e servizi biglietteria bus - Sede: Piazza Dante Alighieri:

Apertura tutti i giorni dell'anno ad esclusione del 25 e 26 Dicembre, 1 e 31 Gennaio e 15 Agosto con i seguenti orari:

- da gennaio a giugno: dal lunedì al sabato dalle 7.30 alle 13.30; domenica dalle 8.30 alle 13.00;
- da luglio ad agosto: tutti i giorni dalle 9.00 alle 13.30;
- da settembre a dicembre: dal lunedì al sabato dalle 7.30 alle 13.30; domenica dalle 8.30 alle 13.00.

Ufficio di informazioni turistiche con sede nel quartiere fieristico:

durante l'apertura di suddetto punto informativo sono state svolte le seguenti attività: erogazione di informazioni turistiche, vendite pubblicazioni, biglietti, pass, cards turistiche, prenotazione dei servizi turistici quali guide, tour, visite, verifica disponibilità del ricettivo per i pernottamenti, distribuzione materiale informativo. Nel 2024 il punto informativo presso Modena Fiere è stato attivato nelle seguenti fiere:

- Modenantiquaria
- 7.8 novecento
- Fiera di Modena
- Play
- Champagne Experience

#### servizi erogati (prenotazione pernottamento in forma last minute, verifica disponibilità ricettiva senza prenotazione, iscrizioni/prenotazione visite guidate/eventi, altro)

- verifica disponibilità ricettiva senza prenotazione;
- prenotazione pernottamento in strutture ricettive;
- prenotazione, verifica disponibilità su eventi, visite guidate ecc;

- distribuzione di proprio materiale turistico-informativo.
- vendita di materiali turistici, gadget, prodotti tipici, ecc.

#### **censimento dei contatti (sintesi descrittiva dati di cui alla dashboard)**

- i contatti rilevati tramite la piattaforma regionale monitoraggio sono stati

Dal 01/01/2024 al 31/12/2024 TOTALE CONTATTI 19378

- i reclami rilevati tramite la piattaforma regionale per il monitoraggio sono stati

Dal 01/01/2024 al 31/12/2024 TOTALE RECLAMI 12

Dopo alcuni mesi di utilizzo, gli addetti hanno acquisito maggiore rapidità nell'inserimento dei dati, tuttavia fanno fatica a stare al passo quando ci sono tante persone nei weekend e in alta stagione. Recentemente è stato inoltre segnalato un rallentamento del sistema che causa la perdita di secondi preziosi tra la chiusura del contatto e l'apertura di quello successivo.

In generale la situazione diventa critica nei weekend, quando l'afflusso aumenta rendendo difficile gestire tutti i contatti e causando inevitabilmente delle perdite. È evidente che raggiungere la perfezione in un sistema manuale sia complesso, ma la velocità di inserimento resta un aspetto cruciale, anche perché la quantità di dati richiesti è considerevole.

Per quanto riguarda i dati facoltativi sulla provenienza una parte sfugge inevitabilmente.

#### **azioni/iniziative che si sono svolte nel corso del 2024**

Il Servizio Ufficio Informazione e Accoglienza Turistica (IATR) del Comune di Modena ha operato nel 2024 con un modello organizzativo strutturato ed efficiente per rispondere alle esigenze di turisti e visitatori.

L'obiettivo principale del servizio è stato quello di garantire un'accoglienza di qualità, valorizzando le risorse del territorio e offrendo un'informazione chiara, tempestiva e multicanale.

L'anno 2024 ha visto il consolidamento di numerose attività già avviate, accanto all'implementazione di nuove strategie per la promozione turistica, con una crescente attenzione alla digitalizzazione e alla personalizzazione dell'esperienza turistica.

Tra i principali ambiti d'intervento vi sono stati:

- La gestione del front office e del back office turistico 364 giorni all'anno.
- La distribuzione di materiale informativo.
- La promozione del territorio attraverso diversi canali, con particolare focus sulla digitalizzazione.
- Il monitoraggio dei flussi turistici per ottimizzare l'accoglienza e migliorare l'offerta.
- La collaborazione con le istituzioni e gli operatori del settore per la realizzazione di progetti di valorizzazione turistica.

Il gestore incaricato (Modenatur scarl) parallelamente ha sviluppato l'attività di prenotazione dei servizi turistici in regime di concessione e non incidenti sui costi di gestione dello IAT, non descritti nella presente relazione, ma parte integrante della strategia complessiva.

Attività di Front Office e Accoglienza Turistica

L'ufficio IAT Piazza Grande è stato il principale punto di riferimento per i visitatori della città. Le attività svolte hanno incluso:

- Accoglienza e assistenza ai turisti in diverse lingue, fornendo informazioni dettagliate su attrazioni, itinerari, eventi e servizi utili.
- Gestione degli orari di apertura in conformità agli standard previsti, garantendo una presenza costante.
- Fornitura di informazioni pratiche su mobilità e trasporti, incluse le opzioni di trasporto pubblico, presso lo IAT è anche possibile accreditarsi per l'uso delle biciclette gratuite "C'Entro in bici".
- Supporto alla pianificazione delle visite, con suggerimenti su come organizzare il proprio tempo in città, in base agli interessi e alla durata del soggiorno.
- Utilizzo di strumenti digitali per migliorare il servizio: assistenza tramite e-mail, telefono, sito web e social media.

Inoltre, sono stati attivati servizi di informazione multimediale, grazie alla presenza di monitor informativi all'interno e vetrina dell'ufficio, che hanno trasmesso contenuti promozionali sulle principali attrazioni turistiche di Modena e sulle iniziative in corso.

Produzione e Distribuzione di Materiale Informativo

L'attività di informazione e promozione è stata supportata dalla realizzazione di materiali cartacei e digitali per rispondere alle diverse esigenze dei turisti:

- Mappe turistiche della città, con indicazioni su punti di interesse, percorsi consigliati e orari di apertura dei musei.
- Brochure con informazioni dettagliate sulle attrazioni e i servizi turistici disponibili, con QR code dinamici, che hanno permesso ai visitatori di accedere a contenuti digitali interattivi.

- Aggiornamento continuo dei contenuti sul portale VisitModena, con particolare attenzione alla sezione dedicata agli eventi e agli itinerari tematici.

- presenza di totem trifacciali informativi in città con pannelli con mappa e promo eventi in corso. Inoltre, il servizio IAT ha curato la raccolta e distribuzione di materiale informativo fornito da musei ed organizzatori di eventi garantendo una selezione coerente con l'identità turistica della città e della Regione Emilia-Romagna.

Monitoraggio e Analisi dei Flussi Turistici

Per migliorare il servizio di accoglienza e ottimizzare le risorse disponibili, sono stati implementati strumenti di monitoraggio:

- Installazione di un contapersone all'ingresso dell'ufficio per analizzare i flussi di visitatori.
- Analisi dei dati sulle interazioni digitali, per valutare l'efficacia dei canali informativi online.

- inserimento contatti nella form regionale.

- raccolta reclami e supporto agli utenti. Collaborazione con Enti e Operatori del Settore Il Servizio IAT ha collaborato attivamente con:

- La Provincia di Modena/il Territorio Turistico Bologna-Modena per la realizzazione di progetti di valorizzazione turistica come Autunno fuori dal Comune,

- con gli altri IAT provinciali e con i Comuni ed enti pubblici del territorio,

- Guide turistiche, ristoratori e operatori culturali per promuovere l'offerta turistica integrata della città,

- Troupe televisive, giornalisti e blogger per la produzione di contenuti promozionali e reportage su Modena in autonomia o in collaborazione con APT e/o la DMO.

L'anno 2024 ha segnato un significativo sviluppo delle attività di informazione e accoglienza turistica, con un focus crescente sulla digitalizzazione, la personalizzazione dei servizi e la promozione integrata. L'obiettivo per il futuro è continuare su questa linea, potenziando ulteriormente la collaborazione con gli operatori locali e l'adozione di strumenti innovativi per migliorare l'esperienza turistica complessiva.

Il portale VisitModena.it

Continua l'attività di implementazione e sviluppo di migliorie del portale VisitModena con particolare attenzione a ottimizzare le funzionalità e il design del motore di ricerca per un'esperienza più intuitiva; introdurre nuove funzionalità per agevolare la navigazione e rendere più efficiente il caricamento delle schede; migliorare la visualizzazione e il caricamento dei contenuti video per una fruizione più fluida; garantire un'ottimale esperienza di utilizzo anche da dispositivi mobili; rendere le funzionalità delle schede più dinamiche e interattive.

È stata inoltre avviata la progettazione dell'integrazione tra visitmodena e il sito ufficiale di informazione turistica della Regione Emilia – Romagna, e con il portale ufficiale del turismo italiano italia.it in conformità con il progetto nazionale TDH (Tourism Digital Hub) promosso dal Ministero del Turismo. Sono stati avviate le prime comunicazioni tecniche tra il CMS di visitmodena e le API del TDH e sono state effettuate le prime prove tecniche di sottomissione dei dati all'ambiente di test per la sezione eventi del portale visitmodena.

Il Portale è stato aggiornato costantemente con verifiche mensili sui principali luoghi di visita e musei e monumenti. Grazie al sistema di tag e creazione elenchi del quale è dotato visitmodena.it sono state realizzate numerose nuove pagine dinamiche tematiche legate alla raccolta di esperienze, eventi e aperture dedicate in collegamento ai principali eventi del territorio o su specifici cluster tematici andando a richiamare e gestire i contenuti inerenti per dare la massima fruibilità dei contenuti e per fornire delle landing page mirate per le campagne.

In particolare, sono state realizzate e/o aggiornate o modificate sullo stesso url perché ricorrenti, le seguenti landing page dedicate, alcune delle quali temporaneamente disattivate in quanto scadute. Quelle attive sono consultabili al sito <https://www.visitmodena.it>, quelle non attive verranno riattivate temporaneamente a richiesta, se necessario in quanto attualmente non in pubblicazione:

- Aperture musei durante le festività
- Ponte 25 aprile
- Pasqua
- Ferragosto
- Notte europea dei musei
- 2 giugno
- Motor Valley Fest
- autunno fuori dal comune
- fiere grandi come il centro
- La modena di Mann
- Festival filosofia
- Best of Lost in Modena
- Pedalare e camminare
- Unesco Fest
- Bonissima

- Natale e Capodanno a Modena

Rendicontazione IAT 2024

Assistenza a giornalisti, tv e content creator

Soggetto	Data	Pax	Mercato
Forchette Stellari	31 gen -1 feb	5	Italia
Troupe Tv Rai Cultura	20-26 marzo	8	Italia
Valencians al Mon	27-28 marzo	3	Spagna
Cartonimorti	17-19 aprile	2	Italia
Lege isst	12-16 maggio	8	Germania
Tv Greca	7 giugno	4	Grecia
Yes Weekend	26-27 giugno	2	Italia
NOS tv	30 giugno	30	Olanda
Scaglie	22-23 luglio	7	Italia
Cheng Zhang	22-23 agosto	10	Cina
Njam tv	24 agosto	10	Belgio
Wikipedro	ottobre	1	Italia
Lonely Planet Italia	12 novembre	4	Italia

#### TROUPE TV “FORCHETTE STELLARI”

Ospiti: Fabrizio Nonis e il suo team

Canale televisivo: Forchette Stellari, un programma di Gambero Rosso Channel in onda su Sky

Periodo di permanenza: 31 gennaio - 1° febbraio 2024

Luogo dell'evento: Modena, Maranello, Spilamberto

Descrizione: L'ufficio IAT ha fornito assistenza alla troupe di Forchette Stellari, programma di Gambero Rosso Channel in onda su SKY, che ha girato a Modena un episodio dedicato allo Chef Luca Marchini. In particolare, sono stati forniti i permessi ZTL ed è stato facilitato il contatto con il Museo del Balsamico di Spilamberto.

Risultati: Messa in onda della puntata di “Forchette Stellari” dedicata a Modena il 10 aprile 2024 su Sky e Gambero Rosso Channel

#### TROUPE TV RAI CULTURA

Ospiti: Paola Principato, Curatrice del programma “Italia, viaggio nella bellezza”, e la troupe di autori, registi e tecnici che ha realizzato le riprese della puntata

Canale televisivo: Rai Cultura

Periodo di permanenza: 20-26 marzo 2024

Luogo dell'evento: Modena e Sassuolo

Descrizione: L'ufficio IAT fornito supporto agli autori del programma Italia, viaggio nella bellezza prodotto da Rai Cultura, in collaborazione con il MiC, i quali volevano realizzare un puntata dedicata agli Este, da girare tra Modena e Sassuolo, e ci hanno chiesto supporto a livello logistico e organizzativo per le riprese a Modena e le autorizzazioni necessarie. L'autrice Amalda Ciani e la regista Marzia Marzolla sono venute a Modena l'8 marzo per effettuare un sopralluogo, mentre le riprese ufficiali con tutta la troupe televisiva si sono svolte tra il 20 e il 26 marzo. La troupe era composta dall'autrice Amalda Ciani Cuka e la regista Marzia Marzolla il 20 marzo, e dai registi Eugenio Farioli Vecchioli e Federico Cataldi il 25 e il 26 marzo, oltre agli operatori tecnici delle riprese. Sono state inoltre effettuate riprese in esterna con droni dei seguenti siti: Piazza Roma (per esterno Palazzo Ducale – Accademia Militare di Modena, Statua di Ciro Menotti), Istituto d'arte Adolfo Venturi in via Belle arti, Palazzo dei Musei e chiesa di Sant' Agostino, Largo Porta Sant' Agostino, Duomo e Palazzo Comunale, Piazza Grande.

Risultati: Messa in onda della puntata “Il tesoro degli Este tra Modena e Sassuolo” - in prima emissione il 27 maggio 2024 alle 21.10 su Rai Storia, in replica martedì 28 maggio alle 09.45, mercoledì 29 maggio alle 06.30, giovedì 30 maggio alle 23.15 e venerdì 31 maggio alle 15.00.

La puntata rimane disponibile sul portale Rai Play al seguente link: [https://www.raiplay.it/video/2024/05/Italia-Viaggio-nella-Bellezza-Il-tesoro-degli-Este-tra-Modena-e-Sassuolo-267033f6-627b-48c6-a52d-54ea95c19986.html?wt\\_mc=2.www.cpy.raiplay\\_vid\\_Italiaviaggionellabellezza](https://www.raiplay.it/video/2024/05/Italia-Viaggio-nella-Bellezza-Il-tesoro-degli-Este-tra-Modena-e-Sassuolo-267033f6-627b-48c6-a52d-54ea95c19986.html?wt_mc=2.www.cpy.raiplay_vid_Italiaviaggionellabellezza).

TROUPE TV “VALENCIANS AL MON”

Ospiti: Produttore Javier Jarne Cubero insieme a tutta la troupe della produzione televisiva spagnola La Cometa TV che realizza il programma "Valencians al Món" (Valenciani per il mondo), un programma di viaggi pluripremiato trasmesso su uno dei principali canali tv pubblici in Spagna.

Canale televisivo: La Cometa TV

Periodo di permanenza: 27-28 marzo 2024 Luogo dell'evento: Modena

Descrizione: Si tratta di una richiesta di supporto che è giunta allo IAT (su indicazione di APT Servizi) da parte della produzione televisiva spagnola La Cometa TV che realizza il programma "Valencians al Món" (Valenciani per il mondo), un programma di viaggi pluripremiato trasmesso su uno dei principali canali tv pubblici in Spagna (in allegato il press Kit). È il programma TV più seguito del canale, in onda ogni mercoledì in prima serata, con oltre 150 episodi già prodotti. Il format prevede che la troupe viaggi in tutto il mondo visitando e intervistando persone nate nella Comunità Valenciana che vivono all'estero. Durante le interviste, vengono raccontate le loro vite ed esperienze, mentre vengono presentate le principali attrazioni turistiche e culturali di ogni destinazione. A fine marzo, la troupe è venuta in Emilia-Romagna per girare in diverse città e ha espresso interesse per venire anche a Modena. Per questo motivo, disponibilità a supportare la troupe a livello logistico e organizzativo, facilitando le riprese nei seguenti luoghi: Acetaia Comunale, Casa Museo Luciano Pavarotti, Caseificio di Parmigiano Reggiano, Museo Enzo Ferrari. La troupe era composta solamente da tre persone: reporter, videomaker e l'ospite (la persona spagnola che vive qui) e per facilitare gli spostamenti sono stati forniti loro i permessi per auto per accedere alla zona ZTL del centro storico.

Risultati: Realizzazione di una puntata del programma televisivo Valencians al Mon, dedicata a Modena.

YOUTUBER “CARTONIMORTI”

Ospiti: Andrea Lorenzon

Canale: YouTube @Cartonimorti

Periodo di permanenza: 17-19 aprile 2024

Luogo dell'evento: Modena

Descrizione: lo IAT ha collaborato con APT fornendo supporto per la realizzazione di un mini documentario a cura dello Youtuber Andrea Lorenzon. Andrea è un content creator con più di tre milioni di follower tra Facebook, YouTube, Instagram e TikTok, conosciuto da moltissime persone perché ideatore del progetto @Cartoni Morti. Recentemente ha aperto un nuovo canale YouTube

@Andrea Lorenzon attraverso il quale racconta con sarcasmo e ironia i borghi e le città italiane in un viaggio a ritroso nella storia. La nuova città dell'Emilia-Romagna su cui Andrea desiderava lavorare era proprio Modena, per cui lo IAT si è attivato per organizzare tre giorni di riprese in città. Le riprese di Andrea sono iniziate con un percorso tra i simboli del centro storico, quali Piazza Grande, il Duomo, i Musei del Duomo e la Torre Ghirlandina, passando anche per le Sale Storiche del Palazzo Comunale. Il secondo giorno si è concentrato su luoghi che intrecciano arte, tradizione e sapori: la Galleria Estense, il Mercato Albinelli, il Museo della Figurina e l'Acetaia Comunale, per poi concludere al Museo Enzo Ferrari, dedicato al mito dell'automobilismo. La terza giornata è stata riservata a eventuali riprese mancanti, per completare il progetto. Il video, pensato per il canale YouTube, mira a catturare l'essenza di Modena con un tocco ironico e originale, tra storia, cultura e sapori. In merito ai costi del press trip, APT si è fatta carico delle spese del soggiorno di Andrea e del suo collaboratore, ad eccezione delle visite guidate, le quali sono state offerte dall'Ufficio.

Risultati: Pubblicazione sul canale YouTube @Cartonimorti di un mini documentario dedicato a

Modena e alla sua storia <https://youtu.be/QtqfGQ1STZk?feature=shared>

TROUPE TV “LEGE ISST”

Ospite: Sebastian Lege, Chef tedesco e presentatore del programma televisivo “Lege Isst”

Canale televisivo: RTL televisione tedesca

Periodo di permanenza: 12-16 maggio 2024

Luogo dell'evento: Modena

Descrizione: Il contatto è pervenuto dalla coordinatrice del progetto, Dott.ssa Carmen Tè, la quale ha contattato il Dirigente del Settore Promozione della Città e Turismo del Comune di Modena per richiedere supporto e

autorizzazioni per realizzare alcune riprese per programma tv "Lege Isst" della rete nazionale tedesca RTL, condotto dallo Chef Sebastian Lege. Il celebre cuoco e presentatore televisivo tedesco è venuto a Modena insieme alla sua troupe per realizzare un reportage dedicato alla cucina italiana e ai prodotti tipici del territorio. L'obiettivo del programma era creare una ricetta di pasta fatta in casa con pomodoro e Parmigiano Reggiano, presentando al pubblico tedesco le eccellenze gastronomiche e culturali della città. La troupe, composta da otto persone tra cui lo chef, una regista, tecnici video e un fonico, è stata accompagnata ed è stata fornita assistenza e facilitazione nella traduzione dall'inglese all'italiano. Durante il sopralluogo, erano presenti anche la coordinatrice Dott.ssa Carmen Tè, un videomaker e altri due membri del team. La troupe ha soggiornato a Modena dal 12 al 16 maggio, svolgendo nei primi due giorni il sopralluogo e nei giorni seguenti le riprese vere e proprie. Per il sopralluogo, è stata offerta alla troupe l'accompagnamento di una guida turistica. Il programma ha coinvolto i seguenti luoghi: il Mercato Albinelli, Piazza Grande con la Cattedrale, la Torre Ghirlandina e il Palazzo Comunale (solo esterni); Piazza Mazzini; Piazza XX Settembre; L'Acetaia Comunale. La troupe si è mostrata molto flessibile e autonoma nell'organizzazione del lavoro, con una grande attenzione per i dettagli e una sincera ammirazione per Modena. Risultati: Realizzazione di una puntata dedicata alla cucina emiliana, ed in particolare alla pasta fatta a mano e al ragù alla Bolognese, per la V tedesca RTL: <https://plus.rtl.de/video-tv/shows/lege-kommt-auf-den-geschmack-964047>

#### TROUPE TV GRECA

Ospite: Sofia Angidou e troupe tv dedicata alle riprese

Canale televisivo: Canale tv nazionale greco

Periodo di permanenza: 7 giugno 2024

Luogo dell'evento: Modena

Descrizione: È stato fornito supporto ad una troupe televisiva greca che il 7 giugno è venuta a Modena per realizzare un documentario di viaggio per un canale TV nazionale greco, dedicato alle città europee con comunità greche residenti. Nello specifico, tra le tappe dell'itinerario, sono state organizzate visita guidata e riprese all'interno dell'Acetaia Comunale di Modena. Durante la visita, il team di produzione ha realizzato riprese e un'intervista con al Maestro della Consorteria presente, che ha illustrato sinteticamente la storia e l'importanza del balsamico per il territorio. L'inserimento dell'Acetaia nel documentario ha rappresentato un'occasione di promozione internazionale, valorizzando Modena come eccellenza enogastronomica e culturale.

#### YES WEEKEND

Ospite: Sara Brusco e Gian Marco Tavani

Canale televisivo: Sky TG 24

Periodo di permanenza: 26-27 giugno 2024

Luogo dell'evento: Modena

Descrizione: lo IAT ha collaborato con la DMO per supporto logistico alla troupe di Yes Weekend, la rubrica di approfondimento di Sky Tg 24 dedicata al turismo, in particolare fornendo i permessi di riprese e ZTL per il centro storico

Risultati: messa in onda della puntata il 13 e 14 luglio su Sky e in replica nei mesi successivi. Video della puntata: <https://video.sky.it/news/cronaca/video/yes-weekend-13-luglio-2024-modena-939377>

LIVE TV SHOW TOUR DE FRANCE Ospite: Troupe della tv olandese NOS TV

Canale televisivo: NOS TV, emittente nazionale olandese

Periodo di permanenza: 30 giugno 2024

Descrizione: Tramite APT Servizi, sono entrati contatto con la troupe olandese della rete nazionale NOS TV, che è stata supportata nell'organizzazione delle riprese per una diretta televisiva internazionale in occasione della tappa italiana del Tour de France, prevista in arrivo a Bologna il 30 giugno 2024. Il programma, un talk show sportivo dal titolo "De Avondetappe", prevedeva commenti sulla tappa appena conclusa, alternati a riprese della gara e approfondimenti sulla città ospitante.

Le attività svolte dall'Ufficio IAT di Modena sono state:

- Collaborazione attiva con i vari Servizi del Comune di Modena interessati dal progetto, per organizzare ogni aspetto logistico (Polizia Municipale, SUAP, Ufficio Stampa).
- Site inspection preparatoria con la troupe, la Polizia Municipale e il SUAP, svoltasi in data 07/05/2024.
- Richiesta di permessi di occupazione per il suolo pubblico.
- Informazione ai commercianti della zona rispetto a chiusura traffico, sia tramite comunicazione di posta elettronica che con avviso di persona porta a porta, per illustrare il programma delle riprese.
- Collaborazione con la DMO

#### MAGAZINE ONLINE "SCAGLIE"

Ospite: Troupe dell'Agenzia di comunicazione LUZ di Milano

Canale televisivo: Magazine online "Scaglie" del Consorzio del Parmigiano Reggiano

<https://scaglie.it/>

Periodo di permanenza: 22-23 luglio 2024

Luogo dell'evento: Modena

Descrizione: L'agenzia di comunicazione LUZ di Milano, che cura il magazine online "Scaglie" del Consorzio del Parmigiano Reggiano, ha contattato l'Ufficio turistico del Comune di Modena per richiedere supporto organizzativo e logistico finalizzato alla realizzazione di alcune riprese in centro storico. Il progetto, nello specifico, consisteva in una serie web a tema turistico, con tre puntate ambientate rispettivamente a Reggio Emilia, Modena e Parma, per esplorare luoghi dove viene prodotto il Parmigiano Reggiano. A Modena, le riprese hanno interessato prevalentemente il centro storico, con il presentatore, l'influencer Tasso Culinario, che raccontava la città e la sua cultura, soffermandosi in particolare sul Mercato Albinelli, dove ha mostrato i prodotti tipici esposti. Lo IAT ha facilitato le riprese, in esterna e al Mercato con supporto del Direttore Romagnoli, e fornito i permessi ZTL per accedere con i mezzi in centro storico.

TROUPE TV CINESE "ONCE UPON A BITE"

Ospite: Cheng Zhang e la troupe di documentaristi cinesi affiliati alla CCTV

Canale televisivo: CCTV, canale televisivo nazionale cinese

Periodo di permanenza: 22-23 agosto 2024

Luogo dell'evento: Modena

Descrizione: Un team di documentaristi cinesi, affiliato alla CCTV, il canale televisivo nazionale cinese, ha contattato l'Ufficio IAT del Comune di Modena per richiedere supporto nell'ottenimento dei permessi necessari per effettuare riprese video in alcune delle principali aree storiche della città. Il progetto rientrava nella produzione del documentario culinario Once Upon a Bite, distribuito su Netflix e dedicato alle tradizioni gastronomiche di diverse culture nel mondo.

Le location individuate per le riprese includevano: la Fontana della Ninfa, il Duomo di Modena e il Mercato Albinelli, luoghi simbolo della città e rappresentativi del patrimonio storico e gastronomico modenese. Il team, composto da circa 7-10 persone, ha effettuato le riprese tra il 22 e il 23 agosto, utilizzando attrezzatura leggera come videocamere a spalla e treppiedi, garantendo un impatto minimo sulla fruizione degli spazi da parte dei cittadini e dei turisti.

È stato facilitato il coordinamento tra la produzione e le autorità competenti, assicurando che tutte le autorizzazioni necessarie fossero ottenute nei tempi previsti e fornendo assistenza logistica per il regolare svolgimento delle riprese. L'inserimento di Modena all'interno del documentario ha rappresentato un'opportunità strategica per valorizzare l'identità enogastronomica della città e promuoverla presso un pubblico internazionale.

TV BELGA "NJAM!"

Ospite: Troupe TV Belga della Televisione fiamminga Studio 100

Canale televisivo: Njam!

Periodo di permanenza: 24 agosto 2024

Luogo dell'evento: Modena

Descrizione: lo IAT ha assistito la troupe della televisione fiamminga Studio 100 durante le riprese per il canale culinario njam!, con il famoso chef siciliano Peppe Giacomazza. Sono state facilitate le operazioni logistiche, tra cui l'ottenimento dei permessi ZTL per garantire l'accesso ai mezzi con l'equipaggiamento tecnico in centro storico.

Risultati: Il programma è andato in onda il 20 ottobre sulla tv nazionale belga ed è disponibile online sul canale YouTube di Njam, al seguente link:  
<https://www.youtube.com/watch?v=6M8ZiCP89po&list=PLRakwCEjCN1DDcBq2ZUpzKVMdZggLD59l&index=7>

LONELY PLANET ITALIA

Ospite: Marta Dosio e la troupe di EDT Lonely Planet Italia

Rivista: Lonely Planet Italia

Periodo di permanenza: 12 novembre 2024

Luogo dell'evento: Modena

Descrizione: La casa editrice EDT/Lonely Planet Italia ha contattato l'Ufficio IAT di Modena per richiedere supporto nell'ottenimento delle autorizzazioni necessarie per effettuare riprese presso i siti UNESCO di Modena. La richiesta rientra nel progetto Il patrimonio UNESCO in Italia. Esperienze di viaggio tra arte, natura e letteratura, un'iniziativa volta a promuovere il patrimonio culturale italiano attraverso la realizzazione di dieci video tematici. Nello specifico, per l'itinerario dedicato al Medioevo, Lonely Planet Italia ha selezionato tre luoghi simbolo della città: la Cattedrale di Modena, la Torre Civica e Piazza Grande. Le riprese, svoltesi il 12 novembre 2024, hanno avuto una durata complessiva di circa un'ora e sono state effettuate con attrezzatura leggera, al fine di ridurre al minimo eventuali disagi per i visitatori. Lo IAT si è attivato per facilitare il coordinamento con le autorità competenti coinvolte e garantire il regolare svolgimento delle riprese, oltre che per l'ottenimento dei permessi di ingresso in ZTL.

WIKIPEDRO

Ospiti: Wikipedro, content creator

Canale social: Instagram e Facebook

Periodo di permanenza: ottobre 2024, varie date

Luogo dell'evento: Modena

Descrizione: Collaborazione con APT per la realizzazione di contenuti social su Modena da parte di Wikipedro, content creator fiorentino, organizzando per lui visite all'Acetaia Comunale, alle Sale Storiche del Palazzo Comunale e facilitando la sua permanenza a Modena nell'arco e collaborazione anche per la revisione dei video insieme ad APT.

Analisi del sistema ricettivo modenese

Realizzata un'analisi aggiornata dell'offerta ricettiva, alberghiera e extra alberghiera, e dei dati relativi alla sharing hospitality, ovvero il fenomeno degli affitti brevi che si sta diffondendo rapidamente in ogni destinazione turistica, valutandone l'impatto economico e gli effetti sul sistema turistico locale. Effettuata anche un'analisi dei trend della domanda turistica del territorio modenese negli ultimi 10 anni, con particolare attenzione agli ultimi 5 anni. L'indagine è stata affidata a Trademark Italia srl, azienda leader nelle consulenze nel settore turistico e dell'ospitalità, che cura dal 1984 l'Osservatorio Turistico dell'Emilia-Romagna. I risultati dell'indagine sono stati presentati e discussi nella Giunta comunale del 6 novembre e alle Associazioni di Categoria del Commercio, alla Camera di Commercio in data 27 novembre.

#### **attività finalizzate al funzionamento di reti territoriali/virtuali di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale**

Lo IAT-R di Modena, che attraverso il gestore aderisce alla rete ERW Emilia - Romagna Welcome, Rete che raggruppa e coordina tutta l'offerta di attività e tour del territorio e la mette a sistema a livello regionale attraverso la piattaforma Trekksoft ha continuato a promuovere le offerte, relative a tutto il territorio provinciale, le offerte inserite nel portale di Modena sono state promosse e prenotabili anche su: emiliaromagnaturismo.it, emiliaromagnawelcome.com, sui siti di partner e affiliati alla rete regionale e 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. Il sistema di prenotazione è stato messo a disposizione degli altri IAT del territorio per promuovere 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 2024 sono state potenziate alcune azioni di ricerca presso le realtà territoriali di tutta la provincia di Modena, coinvolgendo in questa attività la rete degli IAT, di "esperienze prenotabili".

#### **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'APT Servizi della Regione Emilia-Romagna sta sviluppando un nuovo database multimediale per la gestione della Media Library contenuto nel portale Visit Emilia-Romagna. È stato ritenuto più vantaggioso e opportuno far confluire il materiale fotografico e audiovisivo di proprietà del Comune di Modena destinato all'archivio digitale all'interno di questo database piuttosto che sviluppare una nuova piattaforma. Attualmente l'APT Servizi sta elaborando una bozza di convenzione da sottoporre alla firma del Comune di Modena.

Tra gli elementi di innovazione nel corso del 2024 è stata progettata e realizzata una mostra fotografica digitale in collaborazione con l'Istituto d'Arte Venturi di Modena e lo studio di progettazione culturale Bunker. La mostra "Venturi per Modena" ha offerto un approccio narrativo focalizzato sull'autenticità e sulla connessione umana per trasmettere l'esperienza unica offerta dal territorio modenese. Attraverso una serie di fotografie naturali e spontanee, sono stati catturati persone diverse per età, genere, origine e corporatura, immerse in momenti autentici della loro vita. Evitando pose forzate o scenari costruiti, l'obiettivo è stato quello di mettere in luce come i luoghi modenesi facilitino incontri significativi e scambi, promuovendo un senso di appartenenza e generando emozioni positive. Questo approccio ha permesso di trasformare il territorio in una cornice valorizzante, piuttosto che nel semplice soggetto delle fotografie, arricchendo così l'esperienza vissuta da chi guarda le immagini. I temi scelti per gli scatti e i video sono stati: arte e cultura, Terra di Motori, natura, sport e benessere, cammini e spiritualità, sport invernali, Terra di sapori. La mostra è stata anche proiettata nel totem dello Iat digitale.

#### **attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO**

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. Sul portale sono state pubblicate tutte le campagne della DMO commissionate dalla Provincia di Modena con all'attivazione, a cura della DMO; di landing page dedicate (weekend del gusto, modena slow e appennino inverno)

**descrizione degli interventi relativi agli altri servizi turistici di base (animazione e intrattenimento turistico)**

Tutte le iniziative di seguito elencate sono state progettate e realizzate da AR/S Archeosistemi nell'ambito dell'appalto dei Servizi di animazione culturale, apertura, custodia, biglietteria della Torre Ghirlandina, delle Sale storiche del Palazzo comunale di Modena e dell'Ex Albergo Diurno periodo 1/11/2022 - 31/10/2025 con Determina con Determina di aggiudicazione n. 2122/2022

In sintesi

N.12 Visite guidate tematiche e di approfondimento alla Torre (ultimo sabato di ogni mese. Orario inizio visite: 18.00 con l'orario invernale di apertura della Torre e 19.00 con l'orario estivo di apertura della Torre.

1° gennaio "STORIE Storie di torri":

24 febbraio "LANFRANCO, COMACINI E CAMPIONESI":

23 marzo "IL TROFEO RUBATO":

27 aprile "SAN GEMINIANO PATRONO DI MODENA":

25 maggio "LA GHIRLANDINA SIMBOLO DI MODENA":

29 giugno "LA TORRE PRIMA DELLA TORRE":

27 luglio "SAN GEMINIANO PATRONO DI MODENA":

31 agosto "LA GHIRLANDINA SIMBOLO DI MODENA":

28 settembre "IL TROFEO RUBATO":

26 ottobre "I PARTICOLARI NASCOSTI DELLA GHIRLANDINA: UNO SGUARDO RAVVICINATO":

30 novembre "LA TORRE E IL PALAZZO DEL LIBERO COMUNE":

28 dicembre "LANFRANCO, COMACINI E CAMPIONESI":

Aperitivo in TORRE!

Visita guidata alla Torre della Ghirlandina alle ore 19.30, tutti i venerdì di luglio e agosto, con a seguire brindisi di saluto a fine visita. Accompagnati da una guida Archeosistemi, i visitatori sono saliti sulla Torre della Ghirlandina fino alla sala dei Torresani dove si può ammirare il bel panorama su Modena centro. Successivamente, scesi dalla Torre, ai visitatori è stato offerto un calice di vino e sono stati accompagnati all'esterno dalla Torre, alla base della quale si è conclusa la visita con un brindisi di saluto.

N.10 Visite COMBO Torre + Sale Storiche durante Festività. Ore 17.00.

n.12 Visite guidate tematiche e di approfondimento alle Sale Storiche prima domenica del mese alle ore 18.00.

7 gennaio "LE IMMAGINI SIMBOLICHE DEL BUON GOVERNO COMUNALE

4 febbraio "DAL RINASCIMENTO ALL'OTTOCENTO

3 marzo "VITA, MORTE E MIRACOLI DI SAN GEMINIANO":

7 aprile "IL RINASCIMENTO IN PALAZZO COMUNALE

5 maggio "ADEODATO MALATESTA: RITRATTISTA DELLA BORGHESIA E DELL' ARISTOCRAZIA MODENESI

9 giugno "LE IMMAGINI SIMBOLICHE DEL BUON GOVERNO COMUNALE":

7 luglio "DAL RINASCIMENTO ALL'OTTOCENTO

4 agosto "LO STENDARDO INCORNICIATO IN PALAZZO COMUNALE":

1° settembre "IL RINASCIMENTO IN PALAZZO COMUNALE":

6 ottobre "VITA, MORTE E MIRACOLI DI SAN GEMINIANO":

3 novembre "ADEODATO MALATESTA: RITRATTISTA DELLA BORGHESIA E DELL' ARISTOCRAZIA MODENESI":

1° dicembre "LO STENDARDO INCORNICIATO IN PALAZZO COMUNALE":

n. 12 Visite guidate tematiche e di approfondimento agli spazi dell'Ex Albergo Diurno:

20 gennaio "L' ALBERGO DIURNO: LUOGO DI IGIENE E COMUNITÀ":

17 febbraio "PANTHEON ESTENSE: LA CHIESA DI SANT'AGOSTINO": 5 pax

16 marzo "PRODOTTI TIPICI MODENESI":

20 aprile "MODENA LIBERTY":

18 maggio "FATTI E MISFATTI DEI MEMBRI DI CASA D'ESTE":

15 giugno "LA CERAMICA NEGLI ALBERGHI DIURNI D'ITALIA":

20 luglio "MODENA TRA RINASCIMENTO E BAROCCO":

17 agosto "MODENA LIBERTY

21 settembre "FATTI E MISFATTI DEI MEMBRI DI CASA D'ESTE":

19 ottobre "L' ALBERGO DIURNO: LUOGO DI IGIENE E COMUNITÀ":

16 novembre "ALLA SCOPERTA DEL GHETTO EBRAICO DI MODENA": 14 dicembre "IL PRESEPE NELL'ARTE"

n. 6 VISITE TEATRALIZZATE CON ATTORI Torre Ghirlandina – Sale Storiche – Ex Albergo Diurno

n. 11 mostre:

dal 5 gennaio all'11 febbraio "Duomo in Lego"

dal 12 febbraio al 10 marzo "80° anniversario bombardamenti":

dal 19 marzo al 21 aprile "Venturi":

dal 30 aprile al 12 maggio "Motor Valley":

dal 17 maggio al 26 maggio "Festival Giustizia Penale dal 4 giugno al 9 luglio "Bach e la danza":

dal 13 settembre al 25 settembre "Flussi d'incoscienza dal 26 settembre al 29 settembre "Smart Life Festival": dal 18 ottobre al 20 ottobre "Festivalori":

dal 21 novembre al 24 novembre "24 FRAME Future Film Festival 2024" :

dal 5 dicembre 2024 al 6 gennaio 2025 "LE BOTTEGHE NEL PRESEPE: DA SEMPRE TESTIMONIANZA VIVA DEL TERRITORIO":

### **descrizione delle modalità di collaborazione con la Redazione Locale di riferimento (AZIONI 2024)**

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

### **descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti**

I percorsi formativi descritti di seguito sono stati organizzati da Modenatur Scarl nell'ambito dell'appalto dei Servizi di Informazione e Accoglienza Turistica del Comune di Modena.

Il contratto con Modenatur è scaduto il 31 luglio 2024 ed è stato rinnovato a partire dal 1° agosto 2024 in seguito a un nuovo bando. Durante la gestione fino al 31 luglio 2024, si applicava la precedente normativa, che prevedeva un obbligo di 16 ore di formazione annue. Tuttavia, dal 1° agosto 2024, è entrata in vigore la nuova normativa che prevede 30 ore di formazione annue.

Il 2024, pertanto, è stato un anno di transizione, e il calcolo delle ore è stato riparametrato proporzionalmente:

- 9,30 ore di formazione per il periodo dal 1° gennaio al 31 luglio 2024.
- 12,30 ore di formazione per il periodo dal 1° agosto al 31 dicembre 2024.

Questo ha portato a un totale di 22 ore di formazione per ciascun addetto nel 2024.

Per gli addetti entrati a far parte del team nel corso dell'anno le ore di formazione sono state riparametrate in base al numero di mesi lavorati considerando come obiettivo finale l'equivalente di 2 ore di formazione al mese per il 2024.

Il programma ha previsto un minimo di 22 ore articolate come segue:

Formazione sull'offerta turistica del territorio (mediamente da 4 a 12 ore annue ad addetto anche in base al momento di inserimento dell'addetto nel team durante l'anno)

Realizzata tramite visite guidate, organizzate in collaborazione con guide turistiche o esperti di settore. Questo percorso è stato personalizzato in base al grado di formazione ed esperienza degli addetti. Le visite sono state organizzate in forma individuale o di gruppo, a seconda delle esigenze di approfondimento. I luoghi inseriti nella formazione sono stati musei, monumenti, mostre (di lunga durata), aziende di produzione tipica.

Formazione interna a cura del direttore tecnico di Modenatur (totale: 16 ore)

Percorso di 16 ore dedicato ai seguenti temi:

- Qualità dell'accoglienza turistica
- Tecniche di comunicazione
- Dinamiche dei flussi turistici regionali e provinciali
- Normativa regionale sugli IAT e riforma.
- Rapporti con gli operatori di settore e la filiera turistica.
- Gestione delle emergenze e dei reclami degli utenti.

Incontri con la rete Emilia-Romagna Welcome (totale: 6 ore)

Un addetto ha partecipato a due incontri di Emilia-Romagna Welcome per il miglioramento dell'utilizzo dei software gestionali in uso allo IAT.

I contenuti sono stati poi condivisi internamente con tutti gli addetti tramite ulteriori incontri formativi, per un totale complessivo di 6 ore.

Corso di formazione treksoft (totale 4 ore)

Un addetto ha partecipato ad un incontro di formazione di treksoft l'8 maggio di una interna giornata che si è tenuto a Bologna i cui contenuti sono stati riportati a tutti gli addetti con una formazione di 4 ore.

Corso di aggiornamento formazione su inserimento sul portale Emiliaromagnaturismo a cura di APT Servizi. (totale 8 ore)

Un addetto ha partecipato a due incontri di formazione sulle modalità e criteri di inserimento su emiliaromagnaturismo.

tema Digital PR - 30 gennaio 2024 (2 ore)

formazione dashboard RL+DT 9 febbraio 2024 (2 ore)

content creator 12 novembre 2024 (2 ore)

inserimenti eventi 19 dicembre 2024 (2 ore)

Nel corso del 2024 un operatore dello IAT R ha inoltre partecipato ad un corso di 12 ore su Accessibilità ICT per tecnici/sviluppatori, corso avanzato è stato specificamente progettato per i tecnici sviluppatori interessati a migliorare l'accessibilità e l'usabilità dei servizi digitali della Pubblica Amministrazione italiana, in accordo con le normative europee e nazionali. Il corso si è articolato in

4 moduli:

Modulo 1: Accessibilità – introduzione, requisiti e normativa” - durata complessiva di 4 ore

Modulo 2: “Usabilità e linee guida di design” - durata 2 ore

Modulo 3: Approfondimento su requisiti tecnici di accessibilità ed errori ricorrenti parte 1 - durata 3 ore,

Modulo 4: Approfondimento su requisiti tecnici di accessibilità ed errori ricorrenti - parte 2- 3 ore

personale addetto al front office e al back office degli uffici di cui: - Personale Appalto Modenatur quota parte - Personale comunale in pianta organica	€ 174.401,71 € 129,401,71 € 45.000,00
formazione professionale e aggiornamento degli addetti di cui: - Personale Appalto Modenatur quota parte - Personale comunale in pianta organica	€ 9.000,00 € 8.000,00 € 1.000,00
rete di collegamento e/o condivisione di funzioni e informazioni con altri IAT	€ 21.800,24
spese di locazione	€ 0,00
riscaldamento e pulizia locali e acqua	€ 0,00
spese postali	€ 0,00
utenze telefoniche ed elettriche	€ 0,00
assistenza tecnica	€ 0,00
abbonamenti a piattaforme multimediali per la promozione turistica e a uno o più quotidiani contenenti le edizioni locali	€ 0,00
rafforzamento e miglioria del sistema d'informazione e accoglienza turistica in ottica 4.0	€8.052,00
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali cartacei	€ 0,00
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali in formato elettronico	€ 0,00
spese per servizi turistici di base relativi ad animazione e intrattenimento turistico	€ 34.880,34
altro Analisi sistema ricettivo modenese Spese di fibra ottica a SETA per Iat in Stazione Sistema assistenza servizio monitoraggio accessi Duomo Vetrofanie alla sede IAT Fiera	€ 20.307,09 € 14.790,00 € 2.000,00 € 2.033,33 € 1.483,76

<b>Totale</b>	<b>€ 268.441,38</b>
---------------	---------------------

La spesa rendicontata è pari a € 268.441,38. Non sono ammesse spese per € 11.483,79 in quanto afferenti al personale in pianta organica in misura superiore al 15% dell'importo totale ammissibile di tutte le ulteriori altre spese di progetto. La spesa ammessa a contributo risulta pertanto pari a € 256.957,59  $\geq$  80% della spesa progettuale ammessa di € 300.000,00 e confermata in sede di ricognizione. Si conferma pertanto il contributo concesso di € 34.471,68 di cui € 4.220,48 per animazione.

## COMUNE DI SESTOLA (IAT)

**PG n. 3528 del 03/02/2025**  
**PG n. 13453 del 16/04/2025**

### tipo di gestione (diretta o affidata a terzi)

Diretta

### personale impiegato (nome e cognome e forma contrattuale)

- Operatore n. 1: Dott.ssa Valentina Rizzari - Addetto IAT a tempo indeterminato (in maternità)
- Operatore n. 2: Dott.ssa Elisa Ballerini - Addetto IAT a tempo determinato (fino al 31/12/2024)
- Operatore n. 3: Dott. Andrea Vescogni - Addetto IAT a tempo indeterminato (dal 19/03/2024)

### giornate ed orari di apertura (effettivamente osservati nel 2024)

- Periodo di massima affluenza - Gennaio (dal 1° al 7), dal 26 Marzo al 02 Aprile, Giugno, Luglio, Agosto, Settembre (dal 1° al 15), Dicembre (dal 6 al 31): IAT aperto tutti i giorni dal lunedì alla domenica dalle 8.30 alle 12.30 e dalle 16.00 alle 19.00 (nel periodo estivo) o dalle 15.00 alle 18.00 (nel periodo invernale);
- Altri periodi dell'anno: IAT aperto dal martedì alla domenica - martedì, mercoledì, giovedì dalle 8.30 alle 12.30 e venerdì, sabato, domenica dalle 8.30 alle 12.30 e dalle 15.00 alle 18.00.

### servizi erogati (prenotazione pernottamento in forma last minute, verifica disponibilità ricettiva senza prenotazione, iscrizioni/prenotazione visite guidate/eventi, altro)

Informazione e assistenza al turista; fornitura di materiale informativo e promozionale; verifica disponibilità ricettiva senza prenotazione; vendita pubblicazioni e merchandising; messa a disposizione di una connettività aperta e gratuita.

### censimento dei contatti (sintesi descrittiva dati di cui alla dashboard)

- i contatti rilevati tramite la piattaforma regionale monitoraggio sono stati  
Dal 02/03/2024 al 31/12/2024 TOTALE CONTATTI = 5.501\*

\*A causa di ripetuti problemi tecnici alle linee Internet dello IAT, l'ufficio non è riuscito a raccogliere i dati relativi al monitoraggio nei seguenti periodi:

- dal 22 aprile al 02 maggio;
- dal 23 giugno al 26 giugno;
- dal 30 giugno al 05 luglio;
- dal 22 settembre al 5 ottobre.

- i reclami rilevati tramite la piattaforma regionale per il monitoraggio sono stati  
Dal 02/03/2024 al 31/12/2024 TOTALE RECLAMI = 3

Allo scopo di permettere una più snella compilazione delle schede di monitoraggio, si richiede cortesemente di valutare la possibilità di rendere facoltativo il dato "Regione di Provenienza".

### azioni/iniziative che si sono svolte nel corso del 2024

In conformità al progetto presentato, nel corso del 2024 lo IAT di Sestola ha realizzato n. 3 materiali promozionali inediti, allo scopo di capitalizzare i valori turistici-identitari dell'Appennino Modenese, consolidando lo sviluppo di un'immagine unitaria del territorio fondata, in particolare, sulle esperienze outdoor e sulla straordinaria fusione tra natura, storia e tradizioni locali.

Nell'intento di coordinare efficacemente i 3 supporti informativi, la progettazione e l'impaginazione grafica sono state affidate alla stessa agenzia di comunicazione e pubblicità (TRACCE S.R.L.).

Around Cimone (cartina cartacea in formato 35x50 cm in lingua italiana e inglese)

La cartina “a strappo” è stata concepita per fornire al turista un'affascinante visione d'insieme della rete sentieristica intorno al Monte Cimone: la rappresentazione fedele dello skyline del crinale è stata impreziosita dalla raffigurazione stilizzata di una buona parte dei percorsi che si sviluppano tra i Comuni di Fanano, Sestola, Montecreto e Riolunato.

Sul retro, invece, sono state inserite le descrizioni sommarie dei 15 trekking più iconici (con la specificazione dei dati tecnici). Inquadrando i QR Code, inoltre, l'utente può scaricare le mappe escursionistiche (in scala 1:25000) dei sentieri di Sestola, Fanano e Canevare o essere re-indirizzato al Sito Ufficiale di Informazione Turistica – InAppenninoModenese per ulteriori spunti.

“Around Cimone” si prefigge l'obiettivo di valorizzare il Cimone quale punto di riferimento per il turismo “slow & green”, configurandosi, dunque, come uno strumento promozionale di qualità che vuole infondere nei visitatori il desiderio di conoscere ed esplorare il territorio in tutta la sua varietà.

TrekInAppennino (brochure digitale in formato A5 in lingua italiana)

L'opuscolo presenta in forma didascalica 16 escursioni imperdibili della montagna modenese. Realizzata esclusivamente in versione digitale in linea con una sensibilità sempre più diffusa legata al risparmio di materiale cartaceo, la brochure integra sostanzialmente la consultazione di una mappa dei sentieri, offrendo per ogni itinerario un'illustrazione dettagliata del percorso, un ricco collage di fotografie in alta risoluzione e una serie di approfondimenti sul patrimonio storico, culturale e naturale dell'Appennino, allo scopo di alimentare l'interesse e la curiosità degli escursionisti.

Il caricamento di “TrekInAppennino” sul portale della Redazione Locale garantisce la completa reperibilità delle informazioni da remoto in un'ottica di sostenibilità coerente con l'evoluzione del mercato turistico.

Sentieri per Tutti (brochure in formato A5 in lingua italiana)

Il pieghevole nasce dalla volontà di rendere la scoperta e l'esplorazione delle bellezze naturali dell'Appennino Modenese accessibile anche ai turisti più anziani, alle persone con difficoltà motorie e alle famiglie con bambini.

A tal proposito, sono stati individuati e raggruppati in un unico supporto informativo 16 agevoli percorsi, caratterizzati da dislivelli moderati e/o da pavimentazioni compatte, proprio per incontrare le esigenze di fasce di pubblico sempre più in crescita sul territorio, specialmente durante la stagione estiva.

#### **attività finalizzate al funzionamento di reti territoriali/virtuali di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale**

Nel 2024, nel rispetto delle previsioni progettuali, lo IAT di Sestola ha acquistato gli abbonamenti digitali ai principali quotidiani locali: Gazzetta di Modena e Resto del Carlino. La rassegna stampa è stata messa a disposizione dei vari uffici, al fine di agevolare la diffusione capillare delle informazioni e delle novità a livello turistico-culturale riguardanti il contesto provinciale e regionale.

Lo scambio reciproco di materiali e la proficua condivisione di conoscenze tramite la Redazione Locale ha assicurato il funzionamento e l'implementazione della rete sovracomunale di informazione e accoglienza. I Comuni aderenti al progetto PTPL sono stati anche opportunamente coinvolti in fase di redazione dei nuovi supporti informativi.

A inizio anno, infine, lo IAT di Sestola ha sostenuto la realizzazione di un servizio di promozione territoriale proposto dalla ditta Publiteam S.R.L.: lo speciale TV “Winter Experience al Cimone”, andato in onda sui canali Sky e in chiaro su Cielo, ha raccontato l'Appennino Modenese all'insegna della sostenibilità, ponendo in evidenza le varie opportunità di praticare sport all'aria aperta in tutte le stagioni, l'eccellenza della gastronomia tipica e la vastità della rete ciclabile/escursionistica.

#### **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**

Nell'intento di assicurare il reperimento di informazioni turistiche in orario di chiusura dello IAT, il Comune di Sestola ha provveduto nel 2024 ad ammodernare l'attrezzatura tecnologica in dotazione all'Ufficio, acquistando un nuovo schermo multimediale e un telo da videoproiezione.

Per sopperire alla mancanza di uno IAT/Welcome Room, anche il Comune di Serramazzoni ha investito per sostituire parte dei dispositivi utilizzati per supportare e promuovere l'attività della Redazione Locale.

La creazione e la distribuzione di QR Code (da esporre in bacheca/vetrina) collegati alle sezioni o ai materiali (si pensi in particolare a TrekInAppennino) disponibili sul sito ufficiale InAppenninoModenese persegue, inoltre, l'obiettivo di garantire un'efficiente e immediata risposta al turista, evitando la dispersione di carta e stampati.

Come anticipato, infine, il progetto “Sentieri per Tutti” è stato realizzato proprio per valorizzare la crescita di un turismo senza barriere, attento a soddisfare i bisogni di preziose fasce di pubblico.

### **attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO**

Nel 2024 è stata corroborata la partnership con la DMO di Modena mediante lo scambio costante di brochure e la condivisione di post programmati (n. 1 pubblicazione in collaborazione a settimana) sui canali social di riferimento (InAppenninoModenese e VisitModena), al fine di consolidare il legame tra montagna e città.

In aggiunta, lo IAT di Sestola ha supportato la rassegna “Modena Slow” (curata sempre dalla DMO di Modena) incentrata sulla promozione di esperienze outdoor da vivere in Appennino: il calendario di escursioni didattiche, di passeggiate tematiche e di ciaspolate invernali è stato adeguatamente pubblicizzato sul territorio sfruttando i mezzi di comunicazione della Redazione Locale (tutte le esperienze sono state inserite nella sezione “Eventi” del sito InAppenninoModenese) e il nuovo opuscolo “TrekInAppennino”.

IAT e DMO hanno cooperato altresì alla realizzazione della terza edizione rinnovata e aggiornata del “Passaporto Turistico”, un gioco di valorizzazione territoriale adatto a tutte le fasce d’età, basato sulla visita di località di notevole interesse naturalistico e sulla raccolta dei relativi timbri presso strutture convenzionate (esercizi commerciali, rifugi, musei...).

Un esplicito rimando al Passaporto Turistico è stato introdotto in tutti i materiali informativi realizzati con il contributo del PTPL 2024.

### **descrizione degli interventi relativi agli altri servizi turistici di base (animazione e intrattenimento turistico)**

Allo scopo di arricchire l’esperienza di vacanza e/o villeggiatura dei turisti, i Comuni dell’Appennino Modenese hanno provveduto a strutturare un’adeguata offerta di intrattenimento, inclusiva, variegata e adatta a soddisfare le esigenze di svago e di relax di target group diversi.

In linea con gli anni passati, è stata garantita la diffusione di attività finalizzate all’animazione, in particolare tra giugno e settembre, con un occhio di riguardo alle famiglie e ai giovanissimi. Attraverso il sito e i social media di InAppenninoModenese lo IAT ha valorizzato uniformemente ed organicamente gli eventi e le manifestazioni in programma sul territorio, allo scopo di rafforzare l’identità ricreativa del Frignano.

Con il contributo concesso dal PTPL 2024, il Comune di Sestola ha contribuito a finanziare una rassegna di 6 spettacoli di teatro di figura (organizzata dall’Associazione I Burattini della Commedia APS), che ha interessato i Comuni di Fanano, Riolunato, Fiumalbo, Pievepelago e Serramazzoni.

### **descrizione delle modalità di collaborazione con la Redazione Locale di riferimento (AZIONI 2024)**

Lo IAT del Comune di Sestola è anche sede di Redazione Locale del SiTur: si occupa, infatti, della cura e dello sviluppo del Sito Ufficiale di Informazione Turistica dell’Appennino Modenese per conto dei Comuni di Fanano, Montecreto, Riolunato, Pievepelago, Fiumalbo, Lama Mocogno, Serramazzoni, Pavullo, Polinago e Montese.

Grazie alla proficua collaborazione tra gli uffici, il portale è stato continuamente aggiornato con nuovi contenuti (itinerari, eventi, materiali informativi...) e sezioni (“ciaspole”), evidenziando le specificità dei vari territori e, nello stesso tempo, le peculiarità delle linee di prodotto comuni.

### **descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti**

Nella seconda metà del 2024 si sono svolti n. 2 cicli di incontri di aggiornamento finalizzati all’approfondimento degli aspetti naturalistici, antropologici, culturali e “sportivi” del territorio con particolare attenzione al binomio turismo-nuove tecnologie.

Il Dott. Soliani Eugenio, content creator e social media manager per i canali di InAppenninoModenese, ha messo a disposizione la sua esperienza nel settore per rafforzare le competenze digitali degli operatori attraverso un corso intensivo, articolato in 4 appuntamenti, che ha toccato i seguenti argomenti:

- gestione di Google 4 Analytics;
- realizzazione e montaggio di reels;
- utilizzo dei software di grafica denominati “Adobe Photoshop” e “Adobe Illustrator”.

In qualità di Guida Ambientale Escursionistica regolarmente riconosciuta dalla Regione Emilia- Romagna, inoltre, il Dott. Soliani Eugenio ha organizzato per gli impiegati dello IAT n. 7 escursioni/trekking invernali con l’obiettivo di fornire le conoscenze e gli strumenti necessari per redigere i materiali informativi previsti dal progetto.

Elenco degli itinerari percorsi:

- dal Lago della Ninfa a Pian Cavallaro per il Sentiero dei Portatori;
- da Sestola a Fanano per il Sentiero dell’Amicizia;
- da Pian del Falco al Lago della Ninfa con una deviazione verso il cosiddetto “Far West” di Montecreto;
- da Magrignana alla borgata de’ La Marina;
- da Fanano al villaggio de’ Le Caselle;
- da Capanno Tassoni al Passo della Croce Arcana;

- dal Lago Santo al Lago Baccio (Pievepelago).

L'Associazione Culturale E'Scamàdul APS (iscritta al RUNTS), invece, nata a Sestola nel 1972 per creare un sodalizio in grado di ravvivare la passione per il territorio tramite lo studio della storia, della tradizione e della cultura locali, ha tenuto un mini-ciclo di incontri di formazione sugli usi e costumi del Frignano, consentendo agli operatori di accedere al ricco patrimonio bibliografico e archivistico custodito presso la sede.

personale addetto al front office e al back office degli uffici	€ 75.771,69
formazione professionale e aggiornamento degli addetti	€ 2.635,00
rete di collegamento e/o condivisione di funzioni e informazioni con altri IAT	€ 8.602,56
spese di locazione	€ 0,00
riscaldamento e pulizia locali e acqua	€ 19.017,82
spese postali	€ 73,20
utenze telefoniche ed elettriche	€ 8.023,48
assistenza tecnica	€ 3.097,17
abbonamenti a piattaforme multimediali per la promozione turistica e a uno o più quotidiani contenenti le edizioni locali	€ 1.334,52
rafforzamento e miglioria del sistema d'informazione ed accoglienza turistica in ottica 4.0	€ 7.832,14
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali cartacei	€ 23.109,07
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali in formato elettronico	€ 9.790,00
spese per servizi turistici di base relativi ad animazione e intrattenimento turistico	€ 61.299,34
altro	€ 0,00
<b>Totale</b>	<b>€ 220.585,99</b>

La spesa rendicontata è pari a € 220.585,99. Non sono ammesse spese per € 118.267,28 in quanto afferenti a personale esterno. La spesa ammessa a contributo risulta pertanto pari a € 102.318,71  $\geq$  80% della spesa progettuale ammessa di € 98.275,90 e rimodulata in € 85.800,00. Si conferma pertanto il contributo concesso di € 11.339,16 di cui € 2.202,20 per animazione.

---

## COMUNE DI MARANELLO (IAT R)

PG n. 3515 del 03/02/2025  
PG n. 3516 del 03/02/2025  
PG n. 3517 del 03/02/2025  
PG n. 3518 del 03/02/2025  
PG n. 3519 del 03/02/2025  
PG n. 3520 del 03/02/2025  
PG n. 3521 del 03/02/2025

### **tipo di gestione (diretta o affidata a terzi)**

Gestione affidata in convenzione a Museo Ferrari - Ferrari Spa

### **personale impiegato (nome e cognome e forma contrattuale)**

Daniela Spattini – contratto indeterminato, lingue parlate inglese, francese e russo

Luca Mura – contratto determinato, lingue parlate inglese e giapponese

Elisa Nardini – contratto determinato, lingue parlate inglese, arabo e spagnolo Maria Amato – contratto indeterminato, lingue parlate inglese e francese Michael Fabbri – contratto indeterminato, lingue parlate inglese e spagnolo

Michelle Fabbri – contratto indeterminato (coordinatore), lingue parlate inglese e francese

Alessia Tafuri – contratto di apprendistato, lingue parlate inglese e spagnolo

Assunta de Cristofaro – contratto di Amministratore a tempo indeterminato, lingue parlate inglese e spagnolo

Francesca Alessandri – collaborazione con partita iva, lingue parlate inglese e tedesco.

### **giornate ed orari di apertura (effettivamente osservati nel 2024)**

da Gennaio a Marzo e da Ottobre a Dicembre dalle 9:30 alle 17:15 da Aprile a Settembre dalle 9:30 alle 18:00

### **servizi erogati (prenotazione pernottamento in forma last minute, verifica disponibilità ricettiva senza prenotazione, iscrizioni/prenotazione visite guidate/eventi, altro)**

prenotazione ingressi museali e visite guidate, prenotazioni eventi, prenotazione taxi, verifica orari trasporto pubblico, verifica disponibilità ristoranti

### **censimento dei contatti (sintesi descrittiva dati di cui alla dashboard)**

Nel 2024 i visitatori del Museo Ferrari sono stati un totale di 575.416 in aumento di quasi 100.000 visitatori rispetto al 2023. Circa il 65% dei visitatori sono turisti italiani, la restante parte sono turisti stranieri con la predominanza di turisti provenienti da USA, Germania, Francia, Polonia, UK, Brasile e Spagna. Solo i mesi di gennaio e febbraio 2024 sono rimasti al di sotto dei 30.000 visitatori mentre, nei mesi di punta di luglio e agosto, sono stati abbondantemente superati i 70.000 ingressi. Un tale afflusso ha determinato il verificarsi di code in ingresso al Museo e al desk dello IATR. Bisogna considerare infatti che l'Ufficio IAT-R è collocato di fianco alla biglietteria del Museo e a pochi metri dall'ingresso del Museo stesso. Il personale in servizio si è trovato in difficoltà nel compilare il form on-line come richiesto dalla Regione. La compilazione del form prevede infatti la richiesta di informazioni al turista. In un contesto come quello dello IAT R presso il Museo Ferrari tali richieste comportano l'allungarsi dei tempi di attesa per gli altri visitatori in coda. Il personale IAT R ha quindi privilegiato l'erogazione del servizio e, dunque, l'esperienza dell'utente rispetto alla puntuale compilazione del form. Ne consegue che in alcuni momenti la zona immediatamente a ridosso dei due desk (biglietteria e IAT-R) può risultare affollata sebbene vi sia un servizio esterno all'ingresso del Museo che disciplina l'ingresso dei visitatori. Per queste motivazioni la compilazione del Contact Form Monitor, come richiesto dalla Regione a partire dal 1° marzo 2024, è risultata difficile per il personale in servizio. Pertanto, a fronte di un eccezionale afflusso di turisti registrato nel 2024, i dati della rilevazione dei contatti IAT-R sono molto al di sotto di quelli comunicati lo scorso anno.

- i contatti rilevati tramite la piattaforma regionale monitoraggio sono stati

Dal 01/03/2024 al 31/12/2024 TOTALE CONTATTI nr. 2922

- i reclami rilevati tramite la piattaforma regionale per il monitoraggio sono stati

Dal 01/03/2024 al 31/12/2024 TOTALE RECLAMI nr. 57

Per quanto riguarda i reclami nel dashboard sono stati inseriti nr. 57 reclami che riguardano per la quasi totalità trasporti e parcheggi (54/57) di cui 41 sono per la carenza di taxi, 7 sono relativi alla carenza di parcheggi liberi,

uno è relativo alla carenza di bus e 5 generici. I restanti 3 sono relativi alla concomitanza di una iniziativa sul territorio che è andata ad influire sulla fruibilità dei parcheggi e delle strade.

La questione parcheggi è all'attenzione dell'Amministrazione che opera per migliorare, per quanto è possibile, la disponibilità di ulteriori zone di parcheggio. È un dato di fatto però che il territorio riceve le visite di quasi 600.000 persone in un contesto urbano di una città che conta poco più di 17.000 abitanti.

Per quanto riguarda invece il trasporto pubblico ci sono diverse problematiche. La prima è la scarsa presenza di bus delle linee extraurbane che collegano Modena con Maranello negli orari e nei giorni di apertura del Museo in quanto le linee vengono soprattutto utilizzate da studenti e ridotte sia in occasione delle vacanze scolastiche che nelle fasce orarie di minore interesse per gli studenti. Esiste poi un problema di disponibilità di taxi spesso richiesti dai visitatori ma di difficile disponibilità vista la distanza da Modena. Inoltre gli NCC sono spesso già impegnati e prenotati.

#### **azioni/iniziative che si sono svolte nel corso del 2024**

Nel 2024 sono state sperimentate le modalità di prenotazione/acquisti di servizi tramite il portale maranelloplus collegato con l'agenzia di viaggi convenzionata. Come da progetto sono state avviate forme di collaborazione con i privati che sono stati chiamati a far parte della rete di IAT Diffuso e con le aziende partecipanti al progetto di turismo per le imprese. In particolare, in occasione della Motor Week (mese di aprile) è stato possibile prenotare tramite lo IAT - R le visite alle aziende che si sono rese disponibili ad accogliere i visitatori.

È proseguita l'attività di marketing digitale attraverso la collaborazione di un'agenzia di comunicazione che ha proposto un piano di comunicazione realizzando post su tutti i 7 comuni del Sistema Turistico per promuovere il territorio nelle sue specificità e le iniziative di maggiore richiamo turistico. Compresi nel servizio sono stati realizzati post a pagamento per la promozione di eventi di particolare interesse turistico. Tale modalità consente la targetizzazione degli utenti delle piattaforme potenzialmente interessati all'evento promosso (età, sesso, posizione geografica, interessi...).

Sono stati inoltre realizzati 2 edutour con la partecipazione di giornalisti qualificati che hanno prodotto contenuti pubblicati su diverse testate di settore. Un gruppo di giornalisti ha visitato i territori dei comuni della montagna, mentre un secondo gruppo ha visitato i territori pedemontani con la permanenza presso le Terme della Salvarola che rappresentano una delle eccellenze del territorio. I tour sono stati commissionati all'inizio dell'estate ma si sono svolti solo a novembre in un momento di pausa tra le diverse situazioni meteo avverse che si sono succedute e che hanno determinato diverse riprogrammazioni o annullamento di azioni.

Sono stati commissionati e realizzati servizi fotografici e miniclip video utilizzati per i post su IG e Fb maranelloplus.

personale addetto al front office e al back office degli uffici

1. spese personale IAT - R: il Sistema Turistico si è fatto carico della spesa di personale dello IAT-R nella misura prevista dal progetto;
2. spese personale back office comune Maranello nella misura del 15%: il personale del comune di Maranello, Ente capofila del Sistema Turistico Territoriale Intercomunale, ha svolto il lavoro di coordinamento dello IAT-R, delle azioni progettuali compreso gli atti di acquisto di beni e servizi, contatti con i fornitori e i colleghi degli altri comuni.

formazione professionale e aggiornamento degli addetti

1. Certificazioni linguistiche per nr. 2 addetti IAT;

Si è provveduto alla certificazione linguistica di un addetto IAT-R, neoassunto, che ha conseguito il livello B2 nella lingua inglese. Gli altri ne erano già in possesso.

Corsi di formazione in materia di informazione e Accoglienza Turistica per aderenti alla rete di IAT Diffuso;

2. Tra le azioni previste dal PTPL 2024 Amb. 1 era prevista la formazione della rete di IAT diffuso. Il Sistema turistico ha pubblicato un avviso per la raccolta di manifestazione di interesse per aderire alla rete di IAT Diffuso del Sistema Turistico Territoriale Intercomunale. All'Avviso hanno risposto 22. Di questi 5 sono stati esclusi per mancanza di requisiti. Fatta la verifica del possesso dei requisiti richiesti dalla normativa in 17 sono stati avviati alla formazione con un corso realizzato in modalità FAD da IFOA, ente certificato nella formazione, previa creazione di una piattaforma di e-learning per formazione. Al termine della formazione i partecipanti hanno ricevuto un attestato di partecipazione. Hanno inoltre partecipato all'incontro con i formatori presso la sala convegni del Museo Ferrari (6 dicembre 2024) e alla visita guidata al Museo Ferrari. I costi del corso di formazione in modalità FAD, pur essendo stati realizzati apposta per gli scopi del progetto e con i contenuti definiti dalle linee guida della destinazione turistica BO-MO, sono stati molto contenuti rispetto alla spesa prevista in progetto.

3. corsi di formazione per personale IAT - R;

Nel 2024 il personale impiegato allo IAT-R - che si turna per presidiare per tutto l'anno 7 giorni su 7 l'Ufficio IAT -R con sempre 2 persone in servizio - ha seguito corsi di formazione nelle materie previste dalla normativa

regionale. Anche per loro sono stati attivati corsi di formazione in modalità FAD. Si allegano attestati di partecipazione.

spese di locazione (costo effettivo e non figurativo)

1. sala convegni Museo Ferrari per nr. 1 iniziativa

Nel progetto si prevedeva l'uso della sala conferenze del Museo Ferrari, ma nel corso delle attività progettuali è stata utilizzata solo una volta per ospitare la giornata conclusiva del corso di formazione rivolto alle attività comprese nella rete di IAT Diffuso che hanno incontrato i docenti del corso e fatta la visita guidata al Museo Ferrari.

spese postali

1. spedizione di nr. 20 colli agli IAT/IAT-R di altre Città, anche fuori Regione, del materiale turistico del sistema, per promuovere il territorio anche fuori provincia/regione.

realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali in formato elettronico

1. stampa materiali cartacei:

1.1 ristampa brochure tematiche per la promozione del territorio in varie lingue con l'aggiornamento logo IAT-R e IAT Diffuso del Territorio e logo destinazione Turistica BO- MO da distribuire allo IAT-R e da dare alle attività aderenti allo IAT Diffuso;

1.2 ideazione e stampa nuova brochure su tema acetaie in italiano e inglese;

1.3 ideazione e stampa cartina turistica formato pieghevole in italiano e inglese con aggiornamento logo IAT-R e IAT Diffuso del Territorio e logo destinazione Turistica BO- MO;

1.4 riallestimento Ufficio IAT-R con logo IAT-R e logo destinazione Turistica BO-MO;

1.5 stampa vetrofania per IAT Diffuso da distribuire alle aziende facenti parte della rete;

1.6 stampa pergamene per attestato di conclusione corso primo anno per rete IAT Diffuso;

2. realizzazione servizi fotografici e mini clip video sul territorio dei 7 Comuni convenzionati da utilizzare per la produzione di post sulle piattaforme IG e FB collegate al sito maranelloplus per le attività di marketing digitale del territorio e per la realizzazione di materiale promo comunicazionale.

#### **attività finalizzate al funzionamento di reti territoriali/virtuali di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale**

Si è proceduto, come detto, alla creazione della rete di IAT Diffuso che ha previsto la stipula di contratti tra l'amministrazione capofila del Sistema Turistico e le aziende partecipanti. La procedura per il riconoscimento della rete si è conclusa a giugno con il provvedimento di riconoscimento n. 1280 del 30/07/2024 della Provincia di Modena e, a seguito di verifica del funzionario della Provincia, con l'acquisizione di documentazione per ognuno degli IAT Diffusi, in fase di conclusione nel mese di gennaio 2025.

Il Sistema Turistico ha organizzato, come previsto, attività di formazione sulle materie di informazione, accoglienza turistica, conoscenza del territorio e delle sue risorse. Il coordinamento della rete ha promosso e organizzato la raccolta di informazioni sugli eventi che hanno avuto luogo in ciascun territorio. Ha attivato collaborazioni con acetaie, caseifici e altre aziende per calendarizzare e rendere fruibili esperienze con prenotazione on-line favorendo il City Break. Al fine di rendere trasparente l'attività di vendita delle esperienze tramite il sito maranelloplus l'amministrazione capofila ha deciso di pubblicare un Avviso pubblico per la raccolta di manifestazioni di interesse al fine di raccogliere proposte di esperienze che sarà pubblicizzato presso le aziende del territorio.

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

Nel 2024 il sito maranello plus è stato arricchito con la funzione di intelligenza artificiale che consente di fornire informazioni turistiche anche negli orari in cui lo IAT-R è chiuso al pubblico. Si è svolta l'attività di formazione dell'IA per fornire le informazioni necessarie a rispondere ai quesiti che arrivano dai viaggiatori interessati a venire nel nostro territorio. L'IA integra, in modo nuovo e assolutamente al passo con i tempi, le modalità di erogazione del servizio di informazione turistica. Maranelloplus è stato inoltre arricchito con una versione inglese dei podcast pubblicati nel 2023.

#### **attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO**

Come previsto è proseguita l'attività di condivisione e di reciproco supporto tra gli Uffici IAT e IAT - R della Provincia. In particolare è stato utilizzato il gruppo IAT ALERT sulla piattaforma whatsapp per le richieste di info sulle iniziative e sulle aperture/chiusure di musei, mostre, ecc in modo veloce e sicuro. Si è rivelato particolarmente efficace per domande su aperture provenienti da turisti presenti allo IAT-R di Maranello su altri musei o beni del territorio.

### **descrizione degli interventi relativi agli altri servizi turistici di base (animazione e intrattenimento turistico)**

Come previsto dal progetto, il personale IAT-R ha partecipato ad iniziative sul territorio in funzione di IAT Mobile. Il personale ha presidiato uno stand riconoscibile grazie alla presenza di vele con il logo dello IAT Mobile e con la disponibilità di materiale turistico. Gli stand sono stati allestiti in occasione di:

1 evento a Formigine (Festival Idea);

1 evento a Fiorano Modenese (Fiorachella);

4 presenze alla Mostra mercato del tartufo a Montefiorino.

L'attività del personale presente alle iniziative si è sviluppata attraverso la diffusione del materiale di informazione turistica dei territori del Sistema e con la promozione delle emergenze turistiche dei territori.

Come previsto dal progetto, è stato attivato un servizio di bus navetta da Formigine, Maranello e Fiorano per collegare questi comuni con i comuni della montagna in occasione di eventi. Si è scelto, vista l'importanza, di promuovere le 4 date della mostra del tartufo (domenica 27 ottobre, 1,2 e 3 novembre). Le proposte, messe in vendita sul portale maranelloplus ad un prezzo convenzionato, prevedevano un collegamento con Frassinoro per la visita all'abbazia e la partecipazione ad un corso di scrittura, un collegamento con Palagano con la visita al Parco di Monte Santa Giulia, un collegamento con Prignano con la visita alla Big Bench. Tutte queste proposte prevedevano una sosta al ristorante per l'assaggio di prodotti tipici e si concludevano con la visita alla mostra del tartufo e al Museo della Resistenza di Montefiorino. Infine una giornata era dedicata interamente a Montefiorino. Nelle settimane immediatamente precedenti la Mostra mercato del Tartufo si è verificato un forte maltempo e, di conseguenza, non ci sono state prenotazioni per i tour organizzati. Si è invece regolarmente svolto il presidio dello IAT-R in modalità mobile.

Successivamente le proposte sono state riprogrammate in date successive fino a metà dicembre con sforzo notevole sia nella comunicazione e promozione delle proposte. Purtroppo nello stesso periodo si sono susseguite avverse condizioni atmosferiche e allerte arancioni che hanno scoraggiato le persone dal prenotare i tour sebbene si sia investito anche in post sponsorizzati su IG e alla fine, tutte le date sono state annullate.

Per quanto riguarda le altre iniziative ad esempio in corrispondenza dell'Italian Motor Week si è svolto a Maranello un trekking urbano con narrazione storica, è stata allestita una mostra nell'atrio del Municipio di Maranello e dato luogo alla seconda edizione di officine aperte.

Officine aperte ha interessato alcune aziende di Maranello collegate alla passione per i motori hanno aperto le porte ai visitatori permettendo la visita di reparti guidati da un addetto che ha illustrato le lavorazioni al gruppo di visitatori. Per tutte queste iniziative che si sono svolte a Maranello e per le altre di maggior rilievo (Festa di Primavera, Notte Rossa, Gran Premio del Gusto) l'Ufficio IAT- R ha svolto il ruolo di coordinamento delle prenotazioni delle visite guidate.

### **descrizione delle modalità di collaborazione con la Redazione Locale di riferimento (AZIONI 2024)**

Il Comune di Maranello, attraverso lo IAT -R Terra di Motori ha collaborato con la Redazione Locale del Comune Modena per adempiere alle previsioni di cui alla DGR 1629/2019 e provveda a caricare i contenuti relativi alle sezioni eventi, itinerari, località, per alimentare i siti della DT di riferimento e del portale ERT. È stata aggiornata con regolarità la redazione locale del Comune di Modena circa gli eventi in programma nei comuni del Sistema Turistico.

### **descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti**

I momenti di formazione previsti per le attività che aderiranno alla rete di IAT Diffuso sono stati seguiti anche dagli addetti sia degli Uffici comunali che dell'Ufficio IAT R. Questi ultimi sono stati impegnati a turno in visite alle emergenze culturali, artistiche e paesaggistiche del territorio in occasione dell'organizzazione degli educational tour e della presenza dello IAT-R in modalità mobile. Al personale IAT è stato proposto di conseguire la certificazione linguistica. Ad uno degli addetti in formazione è stato proposto il corso per conseguire la certificazione di inglese livello B2.

personale addetto al front office e al back office degli uffici	€ 105.328,58
1.spese personale IAT - R	€ 97.600,00
2 spese personale back office comune Maranello nella misura del 15%	€ 7.728,58
formazione professionale e aggiornamento degli addetti	€ 7.409,00
1. Certificazioni linguistiche per nr. 2 addetti IAT;	€ 709,00

2. Corsi di formazione in materia di informazione e Accoglienza Turistica per aderenti alla rete di IAT Diffuso; 3. corsi di formazione per personale IAT – R	€ 5.950,00 € 750,00
rete di collegamento e/o condivisione di funzioni e informazioni con altri IAT	
spese di locazione	€ 2.379,00
riscaldamento e pulizia locali e acqua	
spese postali	€ 300,00
utenze telefoniche ed elettriche	
assistenza tecnica 1.Manutenzione e hosting sito maranelloplus 2.Interventi evolutivi su Maranelloplus 2024 (Sezione dedicata a ristoranti con integrazione di sistema terze parti. Integrazione servizio di chatbot terze parti (Intelligenza Artificiale) e ulteriori modifiche 3.Canone led wall	€ 9.028,0 € 3.172,00 € 5.551,00 € 305,00
abbonamenti a piattaforme multimediali per la promozione turistica e a uno o più quotidiani contenenti le edizioni locali	€ 179,99
rafforzamento e miglioria del sistema d'informazione ed accoglienza turistica in ottica 4.0 1. Attivazione Intelligenza artificiale 2. Realizzazione e pubblicazione versione inglese Podcast	€ 13.908,00 € 10.614,00 € 3.294,00
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali cartacei 1. realizzazione stampa materiale promozionale turistico brochure tematiche 2. stampa materiale informativo promozionale 3. riallestimento iatr 4. traduzioni 5. traduzione inglese podcast 6. traduzione pieghevole 7. traduzione pieghevole mappa e cartina turistica	€ 8.484,85 € 1.878,80 € 5.020,30 € 671,00 € 100,60 € 391,01 € 97,84 € 325,30
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali in formato elettronico servizio mini clip video/fotografie	€ 4.575,00
spese per servizi turistici di base relativi ad animazione e intrattenimento turistico 1. Servizio di bus navetta per nr. 4 eventi comuni della montagna 2. Acquisto prodotti tipici 3. Servizio di guida turistica per nr. 3 iniziative nei comuni della pianura	€ 5.260,00 € 5.000,00 € 0 € 260,00
altro	
<b>Totale</b>	<b>€ 156.852,42</b>

Il totale delle spese rendicontate ammesse a contributo ammonta a € 156.852,42  $\geq$  80% della spesa progettuale ammessa di € 179.077,00 e confermata in sede di ricognizione. Si conferma pertanto il contributo concesso di € 20.474,42 di cui € 786,50 per animazione.

**tipo di gestione (diretta o affidata a terzi)**

In concessione in quota parte al Consorzio Castelvetro V.I.T.A.

**personale impiegato (nome e cognome e forma contrattuale)**

Front Office

- Operatore n. 1 Francesca Gandolfo, back e front office, dipendente tempo indeterminato del Consorzio Castelvetro di Modena, Accompagnatore Turistico (full time);
- Operatore n. 2: Desirè Isernia, back e front office, dipendente tempo indeterminato del Consorzio Castelvetro di Modena, Accompagnatore Turistico (full time);
- Operatore n. 3: Paola Lucchet, front office, contratto di prestazione di servizi tra Consorzio Castelvetro e AR/S ARCHEOSISTEMI SOCIETÀ COOPERATIVA di Reggio Emilia, Guida Turistica;
- Operatore n. 4: Giulia Pecoraro, supporto accoglienza e ospitalità, contratto di prestazione di servizi tra Consorzio Castelvetro e AR/S ARCHEOSISTEMI SOCIETÀ COOPERATIVA di Reggio Emilia, Accompagnatore Turistico;

Back Office

- Operatore n. 5 Domiziana Gianfelici, back office, dipendente del consorzio a tempo indeterminato, con specifica mansione comunicazione, gestione aggiornamento contenuti del portale e promozione social media (full time);
- Operatore n. 6 Eleonora Belluzzi, supporto accoglienza e ospitalità con contratto di prestazione di servizi tra Consorzio Castelvetro e AR/S ARCHEOSISTEMI SOCIETÀ COOPERATIVA di Reggio Emilia;

**giornate ed orari di apertura (effettivamente osservati nel 2024)**

orario giorni feriali (periodo di massima affluenza\*): martedì/venerdì ore 9.00-13.00 e 14.00-18.00 orario giorni festivi (periodo di massima affluenza\*): 10.00-13.00 e 15.00-18.00

orario giorni feriali (altri periodi): martedì/venerdì ore 9.00-13.00 e 14.00-18.00 orario giorni festivi (altri periodi): chiuso

Chiuso inoltre il mese di gennaio, agosto e le festività natalizie.

(\*) massima affluenza: Da metà marzo a metà novembre – escluso agosto.

**servizi erogati (prenotazione pernottamento in forma last minute, verifica disponibilità ricettiva senza prenotazione, iscrizioni/prenotazione visite guidate/eventi, altro)**

- informazioni turistiche relative agli attrattori presenti sul territorio di riferimento (a titolo esemplificativo ma non esaustivo: musei e monumenti, eventi, orari e localizzazioni attrazioni, itinerari, esperienze etc.) anche in orario di chiusura al pubblico tramite il sito dedicato [www.terredicastelli.eu](http://www.terredicastelli.eu) – anche in lingua inglese - e relative pagine social (Facebook e Instagram);
- assistenza ai turisti, in orario di apertura;
- fornisce materiale informativo e promozionale relativo al territorio di competenza fornito da Unione Terre di Castelli e quello regionale e/o locale (a titolo esemplificativo e non esaustivo: trasporti, attrazioni, eventi, card turistiche di servizi integrati, etc.), in orario di apertura;
- assistenza diretta, anche in lingua straniera, in orario di apertura;
- vendita carta cicloturistica di Terre di Castelli ed altre pubblicazioni, merchandising, gadget e prodotti tipici, nel rispetto della normativa vigente;
- supporta gli itinerari slow del territorio con la consegna delle credenziali, passaporti e/o timbri previsti;
- gestione puntuale della scheda monitoraggio online fornita;
- garantisce al turista una connettività Wi-Fi in loco, aperta e gratuita;

**censimento dei contatti (sintesi descrittiva dati di cui alla dashboard)**

- i contatti rilevati tramite la piattaforma regionale monitoraggio sono stati

Dal 01/01/2024 al 31/12/2024 TOTALE CONTATTI 1300

- i reclami rilevati tramite la piattaforma regionale per il monitoraggio sono stati

Dal 01/01/2024 al 31/12/2024 TOTALE RECLAMI 5

## **azioni/iniziative che si sono svolte nel corso del 2024**

Formazione del Personale.

È stato effettuato un investimento significativo nella formazione del personale, con un duplice obiettivo: approfondire la conoscenza delle peculiarità del territorio in tutte le sue sfaccettature e migliorare la qualità dell'accoglienza turistica. Inoltre, si è posta particolare attenzione a sviluppare un'offerta più specifica e flessibile, calibrata sui diversi target di riferimento (come dettagliato successivamente).

Attivazione degli IAT Diffusi

Sono stati attivati 8 IAT Diffusi in aree strategiche e punti nevralgici del territorio, in seguito all'accreditamento effettuato nei primi mesi del 2024. Questa iniziativa mira a garantire un servizio informativo capillare e accessibile per i turisti, generando al contempo un effetto moltiplicatore grazie al passaparola tra strutture private e associative aderenti.

Un'attenzione particolare è stata dedicata alla comunicazione digitale, con interventi sia sul sito internet ufficiale sia sui principali canali social, come Facebook e Instagram, a cui si è aggiunta la gestione del canale YouTube. L'attività si è concentrata sull'ampliamento e aggiornamento delle informazioni relative agli eventi ricorrenti di rilievo e di interesse turistico, alle esperienze, ai servizi e agli itinerari tematici, per valorizzare al meglio il territorio:

- Sezione "Esperienze": raccoglie 32 offerte proposte da operatori privati, declinate in diverse attività che spaziano tra enogastronomia, natura e cultura (link).
- Sezione "Servizi": include 130 attività, tra cui strutture ricettive, ristorative, aziende agricole, agriturismi, acetaie e altre realtà di servizio (link).
- Sezione "Itinerari": propone 22 percorsi tematici, suddivisi tra storia, cultura e natura (link).
- Sezione "Blog": presenta 40 articoli che raccontano la storia e la cultura delle tradizioni locali, abbinandole agli eventi ricorrenti e ai luoghi di interesse culturale (link).

Inoltre, è stato avviato un percorso strategico di comunicazione dedicato ai social media, supportato dall'acquisto di attrezzature video e dall'abbonamento a piattaforme di grafica, con l'obiettivo di migliorare la qualità dei contenuti e incrementare l'efficacia della promozione online.

Promozione e Sviluppo delle Attività Outdoor e delle Esperienze Food & Wine.

Le attività outdoor, tra cui cammini, trekking ed e-bike, rappresentano per il territorio delle Terre di Castelli uno degli obiettivi strategici principali, sia sotto il profilo della sostenibilità che per la valorizzazione dei comuni montani, contribuendo così all'incremento delle economie locali.

Nel 2024 è stata avviata una campagna di promozione attraverso l'acquisto di due pagine pubblicitarie nella guida "Italia in bicicletta" edita dal Touring Club Italiano, dedicata alla fruizione dei percorsi cicloturistici che collegano la pianura alla montagna, con particolare attenzione agli itinerari tra Modena e Bologna.

Inoltre, anche quest'anno, lo IAT ha preso parte alla 20ª edizione di "Fa' la cosa giusta!", la Fiera nazionale del consumo critico e degli stili di vita sostenibili a Milano, dove sono state promosse le esperienze outdoor ed enogastronomiche del territorio.

Il 2024 ha segnato anche un importante passo verso la validazione e istituzionalizzazione del Cammino dell'Unione, con la firma di una convenzione tra l'Ente Parchi Emilia Centrale e l'Unione Terre di Castelli, finalizzata all'acquisto e alla posa della nuova segnaletica ufficiale, che verrà completata entro la fine dell'anno. In parallelo, è stato supportato il progetto dell'Associazione Via Vandelli, per il miglioramento della segnaletica del cammino omonimo. L'iniziativa ha visto la partecipazione al bando FAI/Luoghi del Cuore 2024, per il rifacimento e il miglioramento della segnaletica dell'antica strada, in particolare per i comuni di Castelvetro e Castelnuovo.

Infine, è proseguito l'impegno per lo sviluppo di esperienze legate all'enogastronomia tipica, all'artigianato e alle narrazioni storico-sociali, con l'intento di offrire ai turisti e visitatori un'immersione autentica nella cultura locale. Questo progetto mira, inoltre, a supportare le aziende e le associazioni culturali nell'arricchire e diversificare la propria offerta turistica.

## **attività finalizzate al funzionamento di reti territoriali/virtuali di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale**

IAT Terre di Castelli è il punto centrale per l'informazione e l'accoglienza, disponibile in modalità fisica e virtuale, a cui si aggiungono 8 IAT Diffusi (punti informativi fisici) dislocati in aree strategiche del territorio, dai comuni di pianura fino a quelli montani.

I turisti e i visitatori possono così trovare numerosi punti informativi distribuiti sul territorio, dove possono ritirare materiale informativo cartaceo o ottenere informazioni tramite il portale web dedicato (rete virtuale).

La formazione del personale ha avuto un ruolo fondamentale, affinché i punti fisici di riferimento non si limitassero alla distribuzione di volantini, ma potessero offrire consulenze personalizzate, suggerendo itinerari e esperienze in base agli interessi dei visitatori. Inoltre, in alcuni casi, questi punti informativi organizzano eventi e attività sul territorio.

A livello virtuale, il portale web funge da punto di riferimento sia per gli IAT Diffusi che per i turisti, raccogliendo tutte le informazioni utili. Il portale offre mappe, itinerari tematici, cammini e percorsi cicloturistici, con la possibilità di scaricare o caricare tracce in formato GPX. Inoltre, include informazioni su eventi organizzati, visite guidate a luoghi storici e musei, con dettagli su modalità di prenotazione.

Questo strumento diventa così un punto di riferimento sempre accessibile, integrato dai canali social (Facebook, Instagram, YouTube), per garantire un flusso continuo di informazioni.

Il back office, infine, ha previsto un ampio lavoro di coordinamento tra il personale dell'Unione e gli operatori degli IAT Terre di Castelli. Incontri semestrali tra i comuni sono stati programmati per definire strategie coordinate, modalità di aggiornamento, monitoraggio dei risultati e attività di promozione

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

Nel corso dell'anno, il sito web [www.terredicastelli.eu](http://www.terredicastelli.eu) è stato completamente rivisitato per migliorarne l'accessibilità. Il processo è stato suddiviso in due fasi principali:

• **Analisi preliminare:**

- Valutazione della conformità del sito agli standard di accessibilità WCAG 2.1;
- Identificazione delle aree critiche che necessitano di interventi;
- Definizione di un piano dettagliato per l'adeguamento alle normative.

• **Sviluppo e implementazione:**

- Aggiornamento del layout grafico e delle funzionalità per garantire la conformità agli standard di accessibilità individuati durante l'analisi;
- Esecuzione di test di accessibilità tramite piattaforme dedicate per verificare l'efficacia delle modifiche.

Inoltre, il portale offre la funzione "Il mio percorso", che consente ai turisti di creare e organizzare il proprio itinerario personalizzato. Questa funzionalità permette di ottenere un riepilogo dettagliato del percorso, che può essere facilmente condiviso sui social media, via email o WhatsApp, o ancora salvato come file PDF. Scopri di più su "Il mio percorso"

**attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO**

Il supporto fornito da una rete informativa strutturata, come precedentemente descritto, costituisce un elemento strategico per la veicolazione delle informazioni verso la DMO di riferimento. Tale approccio garantisce una comunicazione univoca, traducendosi in significativi vantaggi in termini di efficienza ed efficacia operativa.

È stato assicurato il pieno supporto e la costante collaborazione del personale dell'Unione, con l'obiettivo di favorire la creazione, da parte della DMO, di nuove attività turistiche e iniziative capaci di generare un impatto positivo sui territori dell'Unione Terre di Castelli. Questo si è concretizzato in un continuo scambio di informazioni, suggerimenti e contatti utili per individuare e raggiungere in modo mirato i referenti richiesti in base alle esigenze specifiche.

Tra le attività supportate, si possono citare esempi significativi come le visite di tour operator, giornalisti e blogger nell'ambito di progetti quali "I Weekend del Gusto", "Autunno Fuori dal Comune" e "Lost in Modena".

**descrizione degli interventi relativi agli altri servizi turistici di base (animazione e intrattenimento turistico)**

Ideazione, offerta e promozione di attività con l'obiettivo di superare la semplice fruizione di luoghi ed eventi, ma proponendo esperienze che arricchiscono il viaggio, promuovono la comprensione culturale e favoriscono una connessione autentica con il territorio.

Con l'intento inoltre a diversificare e segmentare l'offerta turistica, incentivando la permanenza media dei visitatori, potenziare le opportunità per le aziende locali e, contemporaneamente, migliorare i servizi di animazione e intrattenimento turistico.

Particolare attenzione è stata rivolta a proporre tali attività nei periodi al di fuori dei grandi eventi, come la primavera e l'autunno, stagioni che, grazie alla loro suggestiva bellezza paesaggistica, si prestano a destagionalizzare e ampliare il flusso di presenze turistiche.

Le azioni principali si sono concentrate sulle esperienze offerte dai privati nel settore agroalimentare, che in Unione registrano un'ampia partecipazione. Dal punto di vista culturale, l'impegno è stato orientato alla tematizzazione delle esperienze in base al contesto storico, architettonico, sociale e paesaggistico, per valorizzare al meglio il territorio.

Un'attenzione significativa è stata dedicata all'offerta outdoor, con particolare riferimento al Cammino Unione, un itinerario che collega tutti i comuni aderenti con le principali città vicine, Modena e Bologna. È stato inoltre

rinnovato il sostegno ai cammini sovracomunali, come la Via Vandelli e la Via Romea Nonantolana, insieme agli itinerari cicloturistici.

Le attività hanno coinvolto numerosi operatori turistici, tra cui guide ambientali e storico-culturali, strutture ricettive, ristorative e aziende agricole.

Parallelamente, è stata promossa la partecipazione delle associazioni di promozione sociale e culturale, che operano volontariamente nei rispettivi comuni, offrendo un contributo appassionato alla valorizzazione del territorio.

#### **descrizione delle modalità di collaborazione con la Redazione Locale di riferimento (AZIONI 2024)**

Costante e periodica richiesta di informazioni con conseguente invio di informazioni, aggiornamenti, anche corredati di immagini, ai fini della promozione regionale.

#### **descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti**

<b>MACRO TEMI</b>	<b>TEMI specifici</b>	<b>IAT</b>	<b>IAT DIFFUSI</b>
Strumenti digitali a disposizione degli IAT diffusi	Come trovare e condividere informazioni	3	3
Offerta turistica d'area e le sue potenzialità	enogastronomia e turismo esperienziale	3	3
	Rocche e Palazzi + Lo stupore non ha età (percorsi famiglie)	3	3
	Sentieristica e cicloturismo, panoramica generale	3	3
	Andar per Borghi e Pievi; Musei di storia e del gusto	3	3
L'accoglienza del visitatore	Qualità dell'accoglienza	3	3
	accoglienza turista straniero	3	3
Parchi naturali tra conservazione della biodiversità e promozione dell'economia locale	Il Parco dei Sassi di Roccamalatina e le altre aree protette dell'Emilia Centrale	3	3
Il sistema di informazione turistica e promo commercializzazione	sistema informazione e accoglienza turistica provinciale; promo commercializzazione del Territorio Turistico Bologna-Modena.		
Digital marketing	Marketing territoriale	3	3 (*)
APPROFONDIMENTI E CONCLUSIONI	Partnership fra le aziende e organizzazioni del territorio	3	3 (*)
	TOTALE ORE	30	24
	(*) partecipazione facoltativa		

personale addetto al front office e al back office degli uffici	€ 22.484,08
formazione professionale e aggiornamento degli addetti	€ 619,99
rete di collegamento e/o condivisione di funzioni e informazioni con altri IAT	€ 5.000,00
spese di locazione	€ 210,00
riscaldamento e pulizia locali e acqua	€ 698,40
spese postali	€ 29,51
utenze telefoniche ed elettriche	€ 663,21
assistenza tecnica	€ 7.130,87
abbonamenti a piattaforme multimediali per la promozione turistica e a uno o più quotidiani contenenti le edizioni locali	
rafforzamento e miglioria del sistema d'informazione ed accoglienza turistica in ottica 4.0	€ 429,81
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali cartacei	€ 1.812,00
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali in formato elettronico	
spese per servizi turistici di base relativi ad animazione e intrattenimento turistico	€ 15.449,00
altro	
<b>Totale</b>	<b>€ 54.526,87</b>

La spesa rendicontata è pari a € 54.526,87. Non sono ammesse spese per € 6.854,22 in quanto per € 6.811,00 afferenti a spese sostenute in anni solari diversi da quello di riferimento e per € 43,22 afferenti a spese di cancelleria non ammissibili. La spesa ammessa a contributo risulta pertanto pari a € 47.672,65  $\geq$  80% della spesa progettuale ammessa di € 50.000,00 e confermata in sede di ricognizione. Si conferma pertanto il contributo concesso di € 5.794,84 di cui € 1.573,00 per animazione.

---

#### COMUNE DI CARPI PER UNIONE TERRE D'ARGINE (IAT)

PG n. 3534 del 03/02/2025  
PG n. 15606 del 07/05/2025

#### tipo di gestione (diretta o affidata a terzi)

Lo IAT è gestito dal Comune di Carpi in convenzione con i Comuni di Campogalliano, Novi di Modena e Soliera, approvata con deliberazione di Consiglio Comunale 296 del 20.12.2001, rinnovata nel 2004, quindi quinquennalmente.

Operativamente l'ufficio è in concessione a RTI costituita da Coopculture, AR/S Archoesistemi e Mediagroup, con scadenza concessione al 30 giugno 2025

#### personale impiegato (nome e cognome e forma contrattuale)

personale di appaltatore: paola lucchet, silvia mattioli, aljssa morisi, susanna panizza, ilaria ruozzi  
personale dipendente dell'ente: manuela rossi

### **giornate ed orari di apertura (effettivamente osservati nel 2024)**

da martedì a domenica e festivi, ore 10-18 – chiuso lunedì, Natale e Capodanno

### **servizi erogati (prenotazione pernottamento in forma last minute, verifica disponibilità ricettiva senza prenotazione, iscrizioni/prenotazione visite guidate/eventi, altro)**

informazione e accoglienza turistica; distribuzione materiali informativi; gestione richiesta di informazioni tramite web e social; servizio di supporto per info biglietteria per teatro, eventi, musei e altri siti; tenuta del calendario delle attività presso l'acetaia comunale; iscrizioni/prenotazioni a visite guidate/eventi

### **censimento dei contatti (sintesi descrittiva dati di cui alla dashboard)**

- i contatti rilevati tramite la piattaforma regionale monitoraggio sono stati

Dal 01/01/2024 al 31/12/2024 TOTALE CONTATTI 2.983

- i reclami rilevati tramite la piattaforma regionale per il monitoraggio sono stati

Dal 01/01/2024 al 31/12/2024 TOTALE RECLAMI 1

### **azioni/iniziative che si sono svolte nel corso del 2024**

Nel corso del 2024, oltre alle azioni specifiche dell'ufficio turistico come previste dalla normativa vigente, sono stati stampati materiali di supporto ai turisti (mappe e guide); è stato sviluppato un progetto di informazione e accoglienza turistica digitale tramite piattaforma online con sistema di beacon; è stata realizzata la nuova segnaletica dell'ufficio IAT.

### **attività finalizzate al funzionamento di reti territoriali/virtuali di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale**

attraverso la piattaforma Vivaticket è attiva la Carpicard, che consente l'accesso a 8 siti pubblici e privati nel territorio dell'Unione Terre d'Argine.

### **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**

è stato sviluppato il progetto di informazione e accoglienza turistica sostenibile, che ha visto l'installazione di n. 200 beacon con relativa targa nei seguenti siti del centro storico:

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

29. Palazzo Foresti  
30. Chiesa di San Francesco

Attraverso i quali il turista può accedere fin dal suo arrivo alle informazioni sia sui servizi che sui percorsi turistici della città.

**attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO**

invio di materiali e informazioni relativi ai servizi e alle proposte turistiche di Carpi, finalizzate alla promozione del territorio e all'aggiornamento del sistema turistico regionale.

**descrizione degli interventi relativi agli altri servizi turistici di base (animazione e intrattenimento turistico)**

è stata sviluppata un'attività di animazione turistica dal titolo "Lo spirito del Parmigiano", degustazione teatralizzata finalizzata alla valorizzazione di un prodotto enogastronomico DOP del territorio, con l'associazione Fattoria Koinè

**descrizione delle modalità di collaborazione con la Redazione Locale di riferimento (AZIONI 2024)**

invio di materiali e informazioni relativi ai servizi e alle proposte turistiche di Carpi, finalizzate alla promozione del territorio e all'aggiornamento del sistema turistico regionale, in particolare per i siti web e l'interazione attraverso i new media

**descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti**

è stato attivato per gli addetti un corso di formazione di n. 30 ore con il programma, che si è sviluppato con 3 lezioni frontali di n. 9 ore complessive e 6 incontri di visite guidate a Carpi, Campogalliano e Soliera per complessive 21 ore. In allegato 5 sono le firme di presenza degli addetti; evidenziate in giallo le firme delle operatrici IAT (altri partecipanti hanno aderito a titolo informativo personale).

personale addetto al front office e al back office degli uffici	€ 63.913,46
formazione professionale e aggiornamento degli addetti	€ 671,00
rete di collegamento e/o condivisione di funzioni e informazioni con altri IAT	
spese di locazione	
riscaldamento e pulizia locali e acqua	
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 d'informazione ed accoglienza turistica in ottica 4.0	€ 6.632,63
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali cartacei	€ 2.837,10
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali in formato elettronico	€ 1.622,60
spese per servizi turistici di base relativi ad animazione e intrattenimento turistico	€ 5.000,00
-	€ 605,00
- spese per personale	€ 4.395,00

altro	
<b>Totale</b>	<b>€ 80.676,79</b>

La spesa rendicontata è pari a € 80.676,79. Non sono ammesse spese per € 1.622,60 in quanto afferenti attività di biglietteria elettronica non compatibile con l'attività svolta dall'ufficio. La spesa ammessa a contributo risulta pertanto pari a € 79.054,19  $\geq$  80% della spesa progettuale ammessa di € 90.000,00 e confermata in sede di ricognizione. Si conferma pertanto il contributo concesso di € 10.303,82 di cui € 605,00 per animazione.

## COMUNE DI MODENA (WELCOME ROOM)

PG n. 3471 del 03/02/2025

PG n. 13432 del 16/04/2025

### Localizzazione e recapiti:

Indirizzo piazza Mazzini 45/A  
Comune Modena

### giornate ed orari di apertura (effettivamente osservati nel 2024)

dal martedì al venerdì: 9.30-13 /15.00-19.00 sabato, domenica e festivi: apertura 9.30 - 19.00. Chiuso il 1° gennaio al mattino e Natale

### censimento dei contatti

- **quantità e tipologia di materiali distribuiti e/o in libera consultazione:** circa 4300 pz
- **numero di accessi** dal 1/1/2024 al 31/12/2024 n. 21469 accessi

### azioni/iniziative che si sono svolte nel corso del 2024

Nel corso del 2025 sono state organizzate 11 mostre e iniziative culturali a cura di soggetti esterni che hanno visto la partecipazione di oltre 20.000 visitatori. In termini di flussi turistici quelle più rilevanti sono state "Duomo in Lego" nei mesi gennaio /febbraio e "Le botteghe nel presepe" nel mese di dicembre. Alle mostre si aggiungono 12 visite tematiche di approfondimento (1 al mese) e due visite teatralizzate (versione adulti e Kids) a cura di Ars Archeosistemi gestore dello spazio nell'ambito dell'appalto di gestione

n. 12 Visite guidate tematiche e di approfondimento:

20 gennaio "L' ALBERGO DIURNO: LUOGO DI IGIENE E COMUNITÀ":

17 febbraio "PANTHEON ESTENSE: LA CHIESA DI SANT'AGOSTINO": 5 pax

16 marzo "PRODOTTI TIPICI MODENESI":

20 aprile "MODENA LIBERTY":

18 maggio "FATTI E MISFATTI DEI MEMBRI DI CASA D'ESTE":

15 giugno "LA CERAMICA NEGLI ALBERGHI DIURNI D'ITALIA":

20 luglio "MODENA TRA RINASCIMENTO E BAROCCO":

17 agosto "MODENA LIBERTY

21 settembre "FATTI E MISFATTI DEI MEMBRI DI CASA D'ESTE":

19 ottobre "L' ALBERGO DIURNO: LUOGO DI IGIENE E COMUNITÀ":

16 novembre "ALLA SCOPERTA DEL GHETTO EBRAICO DI MODENA":

14 dicembre "IL PRESEPE NELL'ARTE"

n. 11 mostre:

dal 5 gennaio all'11 febbraio "Duomo in Lego":)

dal 12 febbraio al 10 marzo "80° anniversario bombardamenti":

dal 19 marzo al 21 aprile "Venturi":

dal 30 aprile al 12 maggio "Motor Valley":

dal 17 maggio al 26 maggio "Festival Giustizia Penale dal 4 giugno al 9 luglio "Bach e la danza":

dal 13 settembre al 25 settembre "Flussi d'incoscienza dal 26 settembre al 29 settembre "Smart Life Festival": dal 18 ottobre al 20 ottobre "Festivalori":

dal 21 novembre al 24 novembre "24 FRAME Future Film Festival 2024" :

dal 5 dicembre 2024 al 6 gennaio 2025 "LE BOTTEGHE NEL PRESEPE: DA SEMPRE TESTIMONIANZA VIVA DEL TERRITORIO":

### **descrizione delle modalità di collaborazione con la Redazione Locale di riferimento**

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 dello IAT R e della WR 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.

### **attività finalizzate al funzionamento di reti territoriali/virtuali di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale**

La welcome room essendo collegata alla redazione locale di Modena e a visitmodena di fatto già possiede le caratteristiche funzionali a valorizzare reti territoriali/virtuali di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale. Lo spazio inoltre viene utilizzato per attività formative della rete del IAT provinciali e per iniziative promozionali dell'offerta turistica del territorio modenese.

### **elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile (max 1 pagina)**

I principali elementi 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

### **attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO**

La DMO ha avuto l'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.

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 telefoniche ed 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	
altro (specificare)	
<b>totale</b>	€ 30.000,00

Il totale delle spese rendicontate ammesse a contributo ammonta a € 30.000,00  $\geq$  80% della spesa progettuale ammessa di € 30.000,00 e confermata in sede di ricognizione. Si conferma pertanto il contributo concesso di € 5.520,76.

## COMUNE DI MODENA (IAT DIGITALE)

PG n. 3471 del 03/02/2025  
PG n. 13432 del 16/04/2025

### **totem (marca e modello)**

Monitor touch IIYAMA PROLITE TF5539UHSC-B1AG con collegato PC NUC Intel I7 Tavolo iterativo touch Pixxboard Corepixx collegato al PC NUC Intel I5 e al Monitor Samsung

### **piattaforma multimediale/app e webapp denominazione** Web App Visitmodena

#### **sede:**

Piazza Mazzini 45/A Modena  
info@visitmodena.it  
m.visitmodena.it

### **censimento dei contatti (sintesi descrittiva):**

Attualmente non è previsto un sistema di monitoraggio dedicato, in quanto la valutazione costi/benefici ne esclude l'utilità, potendosi considerare che l'utilizzo è compreso nelle statistiche della pagina visitmodena che si possa fornire, per quanto riguarda utilizzo della strumentazione (presenza fisica ai monitor touch) tali dati potranno essere rilevati dall'operatore in servizio e forniti alla Regione ER attraverso una modalità / tempistica da concordare se richiesti.

Essendo lo Iat digitale all'interno della Welcome room il dato sugli accessi di quest'ultima nell'anno 2024 (21.469) è da valutare come un indice del collegamento strategico e sinergico tra i due nuovi servizi.

### **azioni/iniziative che si sono svolte nel corso del 2024**

Si è conclusa una prima fase di progettazione di un gioco interattivo digitale di osservazione, associazione e orientamento per scoprire la città di Modena: attraverso le proiezioni di particolari dei monumenti e dei luoghi turistici della città (es scorci) il giocatore è chiamato a ricostruire la figura o il monumento e indicare la sua collocazione geografica in città. Il gioco presenta 3 livelli di difficoltà. A conclusione del gioco al partecipante viene consegnato un pieghevole del gioco, per il quale è stato già realizzato il progetto grafico, per incentivarlo a effettuare visita di approfondimento (allegata il progetto grafico in bozza). Queste attività sono state progettate da AR/S Archeosistemi nell'ambito dell'appalto dei Servizi di animazione culturale, apertura, custodia, biglietteria della Torre Ghirlandina, delle Sale storiche del Palazzo comunale di Modena e dell'Ex Albergo Diurno periodo 1/11/2022 - 31/10/2025 con Determina con Determina di aggiudicazione n. 2122/2022

### **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 possiede le caratteristiche funzionali per valorizzare reti territoriali/virtuali di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale.

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

Lo spazio è accessibile anche a personale con difficoltà motoria in quanto dotato di ascensore e privo di barriere architettoniche. È possibile vivere una esperienza immersiva di visita alla città grazie ad un apposito video realizzato fruibile grazie alla strumentazione digitale altamente innovativa. Nel corso del 2024, la welcome room ove è ubicato lo iat digitale ha continuato a essere il punto di partenza o di arrivo di visite e attività di approfondimento del sito Unesco e di altri luoghi culturali della città, nonché di visite turistiche a tema, attraverso l'utilizzo di video, proiezioni di immagini “di particolari o dettagli” dei luoghi visitati, proposta di giochi virtuali. In tale contesto lo IAT digitale ha contribuito a potenziare le azioni di promozione e informazione turistica.

È stata avviata la progettazione dell'integrazione tra visitmodena e il sito ufficiale di informazione turistica della Regione Emilia – Romagna e con il portale nazionale italia.it in conformità con il progetto nazionale TDH (Tourism Digital Hub) promosso dal Ministero del Turismo. Sono stati avviate le prime comunicazioni tecniche tra il CMS di visitmodena e le API del TDH e sono state effettuate le prime prove tecniche di sottomissione dei dati all'ambiente di test per la sezione eventi del portale visitmodena. Sono in corso di approfondimento, in collaborazione con APT/EmiliaRomagnaTurismo (ERT) anche l'integrazione con le API della Regione Emilia-Romagna per la gestione degli eventi. In particolare, verrà implementata una prima release che introdurrà una action o un bottone per consentire ai redattori di "pushare" i dati degli eventi verso il portale regionale.

Per tali attività sul portale che viene proiettato nello IAT digitale, nel 2024 è stato fatto uno specifico affidamento a RedTurtle Technology s.r.l

#### **descrizione delle modalità di collaborazione con la Redazione Locale di riferimento**

Il Comune di Modena è sede di redazione locale (Modena e pianura) all'interno della funzione IATR. La gestione dello 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.

#### **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

canoni di locazione totem multimediali	€ 1.207,80
canoni e/o acquisto software, spese di progettazione, sviluppo e canoni per piattaforme multimediali (anche applicazioni) di promozione e informazione turistica	€ 11.000,00
spese software house	
spese di installazione e manutenzione degli strumenti informatici e multimediali	€ 3.660,00
spese per alimentazione elettrica e per la connettività internet	
spese per l'acquisto di contenuti redazionali e/o per personale dedicato alla sua realizzazione	€ 12.000,00
spese per traduzioni	
spese di grafica	
altro (specificare)	
canoni di locazione totem multimediali	

canoni e/o acquisto software, spese di progettazione, sviluppo e canoni per piattaforme multimediali (anche applicazioni) di promozione e informazione turistica	
spese software house	
spese di installazione e manutenzione degli strumenti informatici e multimediali	
spese per alimentazione elettrica e per la connettività internet	
<b>Totale</b>	<b>€ 27.867,80</b>

Il totale delle spese rendicontate ammesse a contributo ammonta a € 27.867,80  $\geq$  80% della spesa progettuale ammessa di € 30.000,00 e confermata in sede di ricognizione. Si conferma pertanto il contributo concesso di € 5.520,76.

### UNIONE TERRE DI CASTELLI (IAT DIFFUSO)

**PG n. 3181 del 30/01/2025**  
**PG n. 12015 del 07/04/2025**

Denominazione UNIONE TERRE DI CASTELLI IAT DIFFUSO

ESERCIZIO 1 DENOMINAZIONE	MUSEO DELL'ACETO BALSAMICO TRADIZIONALE DI MODENA (APS)
Tipologia esercizio	Museo
Indirizzo	Via F. Roncati, 28
Comune	41057 Spilamberto (MO)
Telefono	+39 059 78 16 14
e-mail	info@museodelbalsamicotradizionale.org
sito web	<a href="https://www.museodelbalsamicotradizionale.org/">https://www.museodelbalsamicotradizionale.org/</a>
ESERCIZIO 2 DENOMINAZIONE	La Fontana
Tipologia esercizio	Azienda Agricola – Fattoria Didattica
Indirizzo	Via Ghiarole, 54/A
Comune	41057 Spilamberto (MO)
Telefono	Tel: +39 059785145
e-mail	info@aziendafontana.it
sito web	<a href="https://www.aziendafontana.it/">https://www.aziendafontana.it/</a>

ESERCIZIO 3 DENOMINAZIONE	CIRCOLO POLIVALENTE OLIMPIA VIGNOLA (APS)
Tipologia esercizio	Piscina intercomunale, attività fitness, centri estivi
Indirizzo	Via Portello n.
Comune	41058 VIGNOLA
Telefono	Tel. 059 773612
e-mail	info@olimpiavignola.it
sito web	<a href="https://www.olimpiavignola.it/">https://www.olimpiavignola.it/</a>

ESERCIZIO 4 DENOMINAZIONE	PRO-LOCO VIGNOLA TERRE DI CILIEGIE (APS)
Tipologia esercizio	Associazione per la promozione, organizzazione e gestione attività di valorizzazione territoriale.
Indirizzo	Via Bellucci n° 1
Comune	41058 VIGNOLA
Telefono	+ 39 351 7008797
e-mail	prolocovignolaterradiciliegie@gmail.com
sito web	<a href="https://www.visitvignola.it/">https://www.visitvignola.it/</a>

ESERCIZIO 5 DENOMINAZIONE	Il Germoglio
Tipologia esercizio	Fattoria Didattica
Indirizzo	Via Rio D'Orzo n. 535
Comune	41056 SAVIGNANO SUL PANARO
Telefono	Tel: +39 350 1626778
e-mail	infogruppogermoglio@gmail.com
sito web	<a href="https://www.aziendalafontana.it/">https://www.aziendalafontana.it/</a>

ESERCIZIO 6	Proloco Savignano sul Panaro
Tipologia esercizio	Associazione per la promozione, organizzazione e gestione attività di valorizzazione territoriale
Indirizzo	Via Crespellani n.12
Comune	41056 SAVIGNANO SUL PANARO
Telefono	Tel: +39 347 2628207
e-mail	prolocosavignanosp@gmail.com

sito web	<a href="https://www.prolocosavignanosulpanaro.it/">https://www.prolocosavignanosulpanaro.it/</a>
----------	---

ESERCIZIO 7 DENOMINAZIONE	Centro Visite Borgo dei Sassi
Tipologia esercizio	Ubicato nell'antico borgo medioevale dei "Sassi di Roccamalatina", il Centro Visite Borgo dei Sassi costituisce il punto di accesso al sentiero n.4 "Salita al Sasso della Croce". Il Centro gestisce il servizio di biglietteria per l'accesso al sentiero che porta al punto panoramico ed è uno dei punti informativo del Parco dei Sassi. Caffetteria - Punto Ristoro.
Indirizzo	Via Sassi, 2000
Comune	41052 Guiglia (MO)
Telefono	Tel: + 39 059 746118 - +39 331 1325058
e-mail	<a href="mailto:info@sassidiroccamatina.it">info@sassidiroccamatina.it</a>
sito web	<a href="http://www.sassidiroccamatina.it/">http://www.sassidiroccamatina.it/</a>

ESERCIZIO 8 DENOMINAZIONE	MUSEO DEL CASTAGNO E DEL BORLENGO (APS LA SLUCADORA)
Tipologia esercizio	Museo e attività didattiche
Indirizzo	Via S.Giacomo n. 724
Comune	41059 Zocca (MO)
Telefono	+39 340 0985612
e-mail	<a href="mailto:museodelcastagno@libero.it">museodelcastagno@libero.it</a>
sito web	<a href="https://www.museodelcastagnoedelborlengo.it/">https://www.museodelcastagnoedelborlengo.it/</a>

CONTATTI RILEVATI suddivisi per lingua di contatto

Dal 01/04/2024 al 31/12/2024

TOTALE CONTATTI 1802

di cui

ITALIANO 1640

INGLESE 116

TEDESCO 32

SPAGNOLO 13

ALTRO 1

#### **azioni/iniziative che si sono svolte nel corso del 2024**

Le azioni hanno puntano a migliorare la qualità e l'efficienza del sistema informativo turistico, promuovendo il territorio e offrendo un'esperienza accogliente e ben organizzata per i visitatori:

È stata integrata l'informazione e accoglienza turistica di IAT Terre di Castelli con 8 IAT Diffusi, posizionati strategicamente nei diversi punti del territorio, dai comuni di pianura fino a quelli montani. Questa rete permette a turisti e visitatori di accedere a numerosi punti informativi distribuiti sul territorio, dove possono ritirare materiale cartaceo o consultare informazioni tramite il portale web dedicato (rete virtuale).

Per garantire un'implementazione efficiente, sono stati coinvolti diversi soggetti chiave:

- Amministrazioni Locali: hanno fornito supporto logistico e organizzativo per individuare sedi strategiche adeguate.
- Operatori Turistici: sono stati coinvolti operatori turistici, associazioni di promozione sociale, Pro Loco e consorzi per migliorare il servizio e l'offerta territoriale.
- Commercio Locale: è stata promossa la possibilità, per gli esercenti pubblici, di aderire al progetto, contribuendo così a rafforzare la nuova organizzazione dell'Unione in tema di informazione e accoglienza turistica, con benefici anche per i commercianti stessi.

Le principali azioni intraprese sono:

- Ridimensionamento degli orari di apertura al pubblico di IAT Terre di Castelli, favorendo una maggiore propensione all'informazione turistica digitale.
- Garantire agli operatori degli IAT Diffusi un accesso più agevole ai servizi di informazione e accoglienza.
- Organizzazione di percorsi formativi mirati per gli operatori (dettagliati in seguito).
- Creazione di una rete informativa interna tra IAT Diffusi, Comuni, enti di promozione e Pro Loco, coordinata da Unione Terre di Castelli e IAT TdC.
- Pianificazione di incontri periodici per verificare le richieste dei turisti e individuare eventuali criticità, con l'obiettivo di migliorare i servizi di informazione, accoglienza e animazione turistica.
- Distribuzione di materiale informativo da offrire gratuitamente ai turisti ed in occasione di eventi organizzati in tutti i comuni dell'area sovracomunale:
  - Guida turistica dell'area sovracomunale (allegata).
  - Flyer sintetici declinati sui temi principali di Unione Terre di Castelli: VIVI, SCOPRI, ASSAPORA (allegato).
  - o Mappa cicloturistica e cammini, per valorizzare i percorsi locali.
  - o Materiale dedicato al Cammino dell'Unione, comprensivo di credenziali e timbri relativi alle tappe dell'itinerario.
- Realizzazione e fornitura elementi grafici distintivi di IAT terre di castelli e IAT DIFFUSI.

Vetrofanie di diverse dimensioni da utilizzare al di fuori della sede e n. 3 vele di m 0,80x2 per l'identificazione sede IAT e IAT MOBILE in occasione degli eventi ricorrenti e rilevanti organizzati di vari comuni.

Infine, vengono evidenziate alcune criticità nella rendicontazione dei contatti. Sarebbe utile ricevere maggiori dettagli sulle modalità di censimento da adottate e, se possibile, disporre di un format online simile – anche se meno completo - a quello già utilizzato dagli uffici IAT e IAT R.

Si ritiene che ciò potrebbe rappresentare un supporto significativo per garantire l'elaborazione di statistiche retroattive affidabili.

### **attività finalizzate al funzionamento di reti territoriali/virtuali di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale**

Il servizio Turismo e Marketing, anche con il supporto di IAT Terre di Castelli, si è posto l'obiettivo di rendere gli IAT Diffusi un punto di riferimento solido e qualificato per l'accoglienza turistica, contribuendo alla valorizzazione e promozione dell'intero territorio. L'impegno annuale, una volta ufficializzata la costituzione e relativo accredito, si è concentrato su:

- coordinamento continuo per assicurare l'aggiornamento delle informazioni turistiche, fornire materiali promozionali e garantire la formazione costante degli operatori, in modo da migliorare la capacità di accoglienza e consulenza verso turisti e visitatori.
- aggiornamento regolare dei contenuti fisici e virtuali del portale di riferimento, affiancato dai canali social per garantire loro un'informazione accessibile e tempestiva.
- Ideazione e distribuzione di materiale promozionale, tra cui guide, mappe e flyer tematici, oltre all'organizzazione di iniziative promozionali durante eventi ricorrenti e di rilievo nei comuni aderenti.
- Monitoraggio e miglioramento dei servizi: programmazione di incontri periodici con gli operatori degli IAT Diffusi e con le amministrazioni comunali per condividere strategie, monitorare i risultati, raccogliere feedback e affrontare eventuali criticità.
- Ideazione percorsi di formazione e aggiornamento, volti a rafforzare le competenze degli operatori e a migliorare la qualità dei servizi offerti, con particolare attenzione alla capacità di personalizzare le consulenze turistiche.

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

Gli IAT Diffusi possono trarre grandi opportunità dalla rivisitazione del sito web [www.terredicastelli.eu](http://www.terredicastelli.eu), ora più accessibile e funzionale grazie all'adeguamento agli standard WCAG 2.1. Come del resto dalla funzionalità "Il mio percorso", lo strumento del portale web che consente ai turisti, anche tramite gli operatori stessi, di creare itinerari personalizzati con un riepilogo dettagliato, da condividere tramite social media, email, WhatsApp o in formato PDF.attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO

descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti

MACRO TEMI	TEMI specifici	IAT	IAT DIFFUSI
Strumenti digitali a disposizione degli IAT diffusi	Come trovare e condividere informazioni	3	3
Offerta turistica d'area e le sue potenzialità	enogastronomia e turismo esperienziale	3	3
	Rocche e Palazzi + Lo stupore non ha età (percorsi famiglie)	3	3
	Sentieristica e cicloturismo, panoramica generale	3	3
	Andar per Borghi e Pievi; Musei di storia e del gusto	3	3
L'accoglienza del visitatore	Qualità dell'accoglienza	3	3
	accoglienza turista straniero	3	3
Parchi naturali tra conservazione della biodiversità e promozione dell'economia locale	Il Parco dei Sassi di Roccamalatina e le altre aree protette dell'Emilia Centrale	3	3
Il sistema di informazione turistica e commercializzazione	sistema informazione e accoglienza turistica provinciale; promo commercializzazione del Territorio Turistico Bologna-Modena.		
Digital marketing	Marketing territoriale	3	3 (*)
APPROFONDIMENTI E CONCLUSIONI	Partnership fra le aziende e organizzazioni del territorio	3	3 (*)
	TOTALE ORE	30	24
	(*) partecipazione facoltativa		

spese di organizzazione percorso formativo iniziale e di aggiornamento degli aderenti	€ 1.200,00
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali sia cartacei	€ 5.584,00
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali in formato elettronico	

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 e fornitura degli elementi grafici distintivi dello IAT Diffuso (vela, vetrofania o equivalente);	€ 980,00
altro (attività finalizzate al funzionamento di reti territoriali/virtuali di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale)	€ 5.000,00
<b>Totale</b>	<b>€ 12.764,00</b>

Il totale delle spese rendicontate ammesse a contributo ammonta a € 12.764,00  $\geq$  80% della spesa progettuale ammessa di € 10.000,00 e confermata in sede di ricognizione. Si conferma pertanto il contributo concesso di € 1.840,26.



**ALLEGATO B)**

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

**TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA-MODENA**

**AMBITO 2**

**INIZIATIVE DI PROMOZIONE TURISTICA DI INTERESSE**

**LOCALE**

**RENDICONTAZIONE**

## INDICE PROGETTI

<b>BOLOGNA</b> .....	<b>3</b>
IT.A.CÀ MIGRANTI E VIAGGIATORI: FESTIVAL DEL TURISMO RESPONSABILE.....	3
CRINALI TEATRO 2024.....	13
BACCANALE 2024. RASSEGNA CULTURALE ED ENOGASTRONOMICA.....	15
LOOKAP! METAMORFOSI E L'APPENNINO RITROVATO: ARTE DIFFUSA, NATURA ED ESCURSIONI.....	21
FANTASTIKA “LA FORMA DEL DRAGO” - VII EDIZIONE BIENNALE D'ILLUSTRAZIONE.....	25
CONOSCI LA CICLOVIA DEL RENO? AZIONI PER LA PROMOZIONE DEL CICLOTURISMO IN PIANURA.....	31
BE IN WONDERLAND - CULTURE SPORT NATURE IN IMOLA AREA.....	33
OUTDOOR TOUR: TURISMO ENOGASTRONOMICO ED ESPERIENZE.....	37
LA NOTTE CELESTE - TERME IN FESTA.....	41
XXI GIORNATA NAZIONALE DEL TREKKING URBANO.....	44
I GESSI RACCONTANO - STORIE DI NATURA E CULTURA A DUE PASSI DALLE MURA DI BOLOGNA.....	48
IL TAGLIERE DEI SALSAMENTARI 1876 DE.CO.....	55
FESTIVAL MENTE LOCALE – VISIONI SUL TERRITORIO 2024.....	56
PARCO DELLA VENA DEL GESSO ROMAGNOLA PATRIMONIO DELL'UMANITÀ: UNA NUOVA OPPORTUNITÀ TERRITORIALE DI TURISMO SOSTENIBILE.....	59
RIPRENDERE LA PIANURA.....	64
SLOW TRAVEL SUI COLLI BOLOGNESI.....	65
CITTÀ METROPOLITANA DI BOLOGNA.....	71
<b>MODENA</b> .....	<b>77</b>
BEST OF LOST IN MODENA - PIANO DI COMUNICAZIONE PER RAFFORZARE L'IDENTITÀ E L'ATTRATTIVITÀ TURISTICA DI MODENA E DEL TERRITORIO PROVINCIALE.....	77
FRIGNANO EXPERIENCE: VIVI, SCOPRI, ASSAPORA.....	79
MARANELLO PLUS: FAST CARS, SLOW LIFE.....	83
CARPI TOUR: ACCESSIBILITÀ DIGITALE PER TUTTI.....	87

## BOLOGNA

### RELAZIONE

#### IT.A.CÀ MIGRANTI E VIAGGIATORI: FESTIVAL DEL TURISMO RESPONSABILE

PG n. 2747 del 16/01/2025

integrazione PG n. 30146 del 07/05/2025

presentato da Yoda APS

Comuni coinvolti: Comune di Bentivoglio, Comune di Marzabotto, Comune di Monzuno

Il totale della spesa rendicontata è pari a € 25.686,86, interamente ammessa. Si conferma l'importo concesso pari a € 14.500,00 a fronte della realizzazione delle azioni previste dal progetto, dei risultati attesi e di una spesa rendicontata ammessa superiore all'80% della spesa progettuale ammessa pari a € 29.000,00.

#### **descrizione consuntiva del progetto**

IT.A.CÀ migranti e viaggiatori: Festival del Turismo Responsabile 2024 ha raggiunto la sua sedicesima edizione, confermandosi un evento di rilievo nel panorama culturale locale e consolidando il suo ruolo centrale nella promozione del turismo sostenibile e inclusivo. Il festival ha dimostrato come l'arte, la cultura e la natura possano intrecciarsi in un dialogo profondo, generando innovazione sociale e promuovendo la resilienza dei territori coinvolti.

Con oltre un mese di attività, il festival ha attraversato luoghi significativi della Città Metropolitana di Bologna, rafforzando il legame tra comunità locali, territorio e visitatori grazie a una combinazione di eventi culturali, itinerari naturalistici e attività esperienziali.

Un elemento distintivo del festival è stato il suo approccio interdisciplinare, che ha visto l'integrazione di itinerari a piedi e in bicicletta con laboratori creativi, concerti, mostre fotografiche e spettacoli teatrali. Le attività, progettate per un pubblico diversificato, hanno favorito la partecipazione di famiglie, giovani, comunità locale, persone con disabilità e comunità migranti.

Gli itinerari come Migrantour Bolognina e Cirenaica hanno portato i partecipanti a scoprire la storia delle comunità migranti attraverso percorsi narrativi, mentre eventi come Agricologia hanno evidenziato la sinergia tra patrimonio naturalistico e cultura. Le mostre fotografiche, come Neglected Roots, hanno stimolato riflessioni sui temi del cambiamento climatico e della marginalizzazione sociale, offrendo una prospettiva unica sulla resilienza delle comunità locali. L'integrazione di laboratori per bambini e spettacoli per famiglie ha arricchito ulteriormente l'offerta, rafforzando il dialogo interculturale e intergenerazionale.

Grazie alla sinergia tra realtà locali, enti pubblici e privati, associazioni culturali e cooperative, il festival ha garantito un impatto significativo, consolidandosi come piattaforma culturale capace di attrarre pubblico e generare consapevolezza su temi fondamentali per il futuro del turismo con l'obiettivo di promuovere il rispetto per il territorio e una fruizione consapevole e sostenibile dei luoghi. L'attenzione alla sostenibilità, all'inclusività e al coinvolgimento delle comunità ha creato un evento culturale che non solo ha celebrato il patrimonio locale, ma ha anche avviato un dialogo profondo sulle sfide ambientali e sociali contemporanee, stimolando una maggiore consapevolezza riguardo all'impatto del turismo sulle comunità e sull'ambiente.

Il tema dell'edizione 2024 è stato "Radici in movimento" che esplora la dualità tra migrazione e turismo, riflettendo sull'identità e sulla continua ridefinizione degli ecosistemi umani. Le radici, fisiche o simboliche, rappresentano appartenenza e trasformazione: migranti e turisti incarnano esperienze opposte ma interconnesse, tra ricerca di stabilità e movimento. Il tema invita a ripensare confini e appartenenze, valorizzando comunità locali e globali. Le radici migrano e si intrecciano, arricchendo i territori attraverso memoria, inclusione e innovazione, unendo locale e globale in un cerchio continuo di scambio culturale.

#### **obiettivi conseguiti**

È tra le priorità del festival la valorizzazione del patrimonio materiale e immateriale dei territori visitati. Partendo dal patrimonio storico-architettonico e naturalistico e dai suoi significati più noti, viene spesso compiuto un lavoro di significazione ulteriore, grazie al quale i luoghi sono connotati anche per significati "altri" - meno noti, ma fortemente identitari - ricostruendo stratificazioni storiche che partono dal Medioevo fino ai giorni nostri, significati derivati dal lavoro costante con la comunità locale che partecipa al processo progettuale delle iniziative.

Il festival IT.A.CÀ 2024 ha centrato una serie di obiettivi fondamentali che rafforzano il suo impatto culturale e sociale:

- Promozione del turismo responsabile: IT.A.CÀ ha sensibilizzato le persone sul valore di un turismo

rispettoso dell'ambiente e delle comunità locali, proponendo itinerari che uniscono natura, cultura e tradizioni locali, contribuendo in questo modo alla transizione ecologica e alla sostenibilità sociale del comparto turistico. Allo stesso tempo, il festival ha promosso la destagionalizzazione dell'offerta turistica e il conseguente rispetto della carrying capacity del territorio.

- Inclusione sociale e interculturalità: Attraverso il coinvolgimento di comunità migranti e persone con disabilità, il festival ha dimostrato come l'accessibilità e la diversità siano risorse fondamentali per arricchire l'esperienza culturale e turistica.
- Valorizzazione del territorio e delle tradizioni: Le attività hanno messo in evidenza il valore delle aree meno note del territorio, integrando elementi di memoria storica, patrimonio naturalistico, enogastronomia e innovazione artistica.
- Creazione di una rete di collaborazione: Il festival ha rafforzato la collaborazione tra attori pubblici e privati, favorendo un dialogo tra enti locali, associazioni culturali, cooperative e comunità per creare sinergie durature e replicabili. Il coinvolgimento di soggetti profit e no profit è stato cruciale per sviluppare offerte turistiche che integrassero la conoscenza e il valore del territorio, stimolando la comunità locale a partecipare attivamente alla costruzione della propria identità culturale. Questo processo ha promosso una fruizione collettiva e consapevole, incrementando il senso di appartenenza e valorizzando le risorse locali.
- Promozione delle espressioni artistiche contemporanee, attraverso concerti, mostre e performance teatrali che hanno dato spazio a linguaggi innovativi.
- Diffusione della cultura della legalità e della cittadinanza responsabile, sensibilizzando il pubblico su temi civici attraverso laboratori e talk.
- Coinvolgimento di nuovi pubblici, con particolare attenzione ai giovani e alle comunità di origine straniera, ampliando l'accessibilità e diversificando l'offerta culturale.

Questi obiettivi hanno permesso al festival di consolidarsi come un evento inclusivo e capace di promuovere valori fondamentali per il territorio.

### **modalità concrete di attuazione del progetto**

La progettazione del festival è stata caratterizzata da un processo partecipativo e inclusivo, da gennaio a settembre 2024, in cui Yoda APS ha svolto il ruolo di facilitatore. Nonostante le sfide tipiche di un progetto così ambizioso, realizzato con risorse limitate e coinvolgendo numerose realtà, siamo riusciti a creare un evento rilevante.

Attraverso focus group, tavoli di lavoro e incontri diretti, è stata coinvolta una vasta gamma di attori locali, dai cittadini ai rappresentanti delle istituzioni, passando per le associazioni e gli operatori del settore. Questo approccio inclusivo ha permesso di far emergere le peculiarità del territorio, di definire un programma diversificato, e in linea con i valori del turismo responsabile, e di sensibilizzare i partecipanti ai temi della sostenibilità, dell'impatto ambientale, dei cambiamenti climatici, della valorizzazione del territorio, dell'inclusione sociale, dell'accessibilità. Grazie a questi incontri di progettazione i soggetti che partecipano al processo possono far emergere le peculiarità territoriali, i desiderata e vengono formati e sensibilizzati in modo informale, attraverso la pratica del learning by doing, alle tematiche della mobilità sostenibile, della riduzione dell'impatto ambientale, dell'accessibilità: il dialogo tra soggetti differenti rende possibile la concertazione di progettualità differenti in un'ottica di sostenibilità sociale, economica e ambientale.

L'ideazione e la realizzazione delle iniziative ha coinvolto diverse risorse umane che hanno condotto studi, progettato contenuti e percorsi, si sono occupate della parte logistico-organizzativa. A queste risorse sono da aggiungere i componenti di ogni rete che si dividono tra fornitori di servizi, volontari, guide escursionistiche, partner tecnici, artisti, relatori, ecc.

Le attività sono state pubblicizzate attraverso una strategia di comunicazione integrata, che ha sfruttato social media, newsletter e collaborazioni con media partner locali e nazionali.

### **azioni realizzate e risultati ottenuti rispetto a quelli previsti**

L'edizione 2024 di IT.A.CÀ ha saputo consolidare il festival come una piattaforma di dialogo interculturale e inclusione sociale, proponendo una fruizione culturale innovativa e accessibile. I risultati sono stati molto positivi, con quasi tutti gli eventi al completo, risultato che ci conferma che stiamo percorrendo la strada giusta.

Nel suo piccolo, il festival ha contribuito alla valorizzazione del territorio e alla promozione di un modello di turismo responsabile che rappresenti un'opportunità concreta di sviluppo sostenibile per le comunità.

Grazie al lavoro di co-progettazione partecipata dei diversi attori delle reti locali - a Bologna, in Appennino e in Pianura - sono stati realizzati 15 itinerari a piedi e 3 in bici, volti a far scoprire, sia ai residenti che ai visitatori, le peculiarità naturalistiche, socio-culturali, enogastronomiche e rurali con particolare attenzione alla valorizzazione delle comunità locali e delle attività produttive sostenibili del territorio.

Gli itinerari hanno avuto diverse tematiche trainanti: comunità migrante e nuove cittadinanze, passato coloniale,

periferia, architettura popolare e piani urbanistici, emigrazione dalle aree interne, comunità di ieri e di oggi, storia industriale, relazione tra persone e luoghi, participatory theatre, arte pubblica, arte contemporanea, scena musicale alternativa, musica popolare e danze tradizionali, sapori e prodotti agricoli tipici, benessere, didattica in fattoria, Settimana Europea della Mobilità, poesia e cammino, la Resistenza.

Gli itinerari sono stati spesso caratterizzati da una commistione di attività (laboratori, performance, concerti, mostre, approfondimenti) nell'ottica di offrire tanto ai residenti quanto ai visitatori un'esperienza e un racconto a tutto tondo che unisse più discipline e interessi e quindi più voci.

Oltre agli itinerari, il festival ha visto la realizzazione di altre attività:

Installazione artistica partecipativa, laboratorio artistico per bambin\*, spettacolo teatrale per bambin\*, presentazione e reading su scritture collettive, mostre fotografiche, presentazione di libri e ricerche.

Link utili:

- programma completo della tappa Bolognese del festival visibile sia da pc che da mobile <https://www.festivalitaca.net/portfolio-articoli/it-a-ca-bologna-6/>
- programma in inglese visibile sia da pc che da mobile <https://drive.google.com/file/d/1bHlmyo-RpioKQekYNoMyZbYRMr5AzzBG/view>
- video in LIS per la promozione del progetto
  - <https://www.facebook.com/reel/501966382686150>
  - [https://drive.google.com/file/d/1S6gfpC9F0zOV80Hm23\\_rU4nfEnrmN19w/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1S6gfpC9F0zOV80Hm23_rU4nfEnrmN19w/view?usp=sharing)
  - [https://drive.google.com/file/d/1q\\_rsnbLZizDGTAyqqShxO8bBYCCChIzlj/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1q_rsnbLZizDGTAyqqShxO8bBYCCChIzlj/view?usp=sharing)
  - <https://drive.google.com/file/d/1N6tiptQuRasP8vwqxKx1Lg40FL2B8Qe4/view?usp=sharing>

Si segnala l'evento nazionale organizzato in collaborazione con AITR - Associazione Italiana turismo responsabile - all'interno del festival. Un appuntamento importante per coloro che vogliono contribuire alla costruzione di un turismo più rispettoso dell'ambiente e delle comunità locali: AITR incontra - <https://www.festivalitaca.net/2024/11/aitr-incontra-fa-tappa-a-san-giovanni-in-persiceto-2024-ii-edizione/>.

Un evento di tre giorni dedicato al turismo responsabile e sostenibile che si è tenuto a San Giovanni in Persiceto (BO) dal 29 novembre al 1 dicembre. L'iniziativa ha riunito operatori del settore, esperti, associazioni e istituzioni per discutere e promuovere pratiche turistiche più sostenibili. Il programma è stato ricco di attività, tra cui convegni su tematiche attuali come il cicloturismo, il turismo di montagna e il turismo scolastico responsabile, workshop B2B per favorire la creazione di nuove collaborazioni e un educational lungo la Ciclovía del Sole. L'evento ha rappresentato un'opportunità unica per conoscere le ultime tendenze del settore, confrontarsi con altri operatori e scoprire nuove destinazioni. Per le realtà bolognesi l'evento è stata un'occasione di poter conoscere più da vicino che cosa si muove nel contesto nazionale, di prendere contatti e attivare nuove partnership.

Segnaliamo inoltre l'inserimento in programma di alcune attività a Castel del Rio inizialmente non programmate.

#### AGROECOLOGIA VOL.1: CURA, CULTURA E NATURA

Il 15 settembre 2024 si è tenuto l'itinerario "Agroecologia Vol. 1" a Castel del Rio, nell'Appennino tra Bologna e la Romagna, un'esperienza multisensoriale che ha unito agricoltura, natura e cultura. La giornata è iniziata con una colazione di prodotti locali seguita da un concerto di musiche tradizionali nella piazza di Sant'Andrea. Il percorso è proseguito con una camminata panoramica guidata, un pranzo a base di prodotti tipici a base del Marrone IGP, passeggiate nei castagneti con storie di castanicoltori e un laboratorio di forest bathing e teatro-danza nel bosco.

La scelta di Castel del Rio, noto per il suo Marrone IGP, si è rivelata strategica per promuovere le eccellenze agroalimentari locali e valorizzare il patrimonio culturale del territorio. La collaborazione con produttori locali e istituzioni ha permesso di creare un evento fortemente radicato nella comunità.

<https://www.festivalitaca.net/evento/itinerario-a-piedi-concerti-forest-bathing-e-tanto-altro-agricologia-vol-1-cura-cultura-e-natura/>

#### AGROECOLOGIA VOL.2: CURA, CULTURA E NATURA

Il 28 settembre 2024 si è svolto l'itinerario "Agroecologia Vol. 2" a Castel del Rio, esplorando la Valle del Rio Magnolia. I partecipanti hanno camminato tra boschi di castagni, antichi edifici, aziende agricole biologiche e una piccola vigna storica, gustando prodotti locali come formaggi, grani antichi e vini del territorio. Dopo un pranzo con piatti della tradizione, la giornata si è conclusa con un concerto e un laboratorio di danze e musiche tradizionali della Valle del Santerno, eseguite dai Maggiaioli di Valsanterno.

<https://www.festivalitaca.net/evento/itinerario-a-piedi-concerto-e-lab-musica-e-danze-agricologia-vol-2-cura-cultura-e-natura/>

#### **soggetti pubblici e/o privati effettivamente coinvolti nel progetto**

Il festival ha visto la partecipazione attiva di una vasta rete di soggetti, tra cui enti pubblici, enti del terzo settore, privati, cooperative, aziende. Questa rete di collaborazioni ha contribuito a garantire la riuscita del festival e il suo impatto sul territorio.

Comune di Bentivoglio, Comune di Marzabotto, Comune di Monzuno, Comune di Castel del Rio, Comune di San Giorgio di Piano, Comune di Mirandola, Centro Interculturale Zonarelli, CEAS "La Raganella" (Servizio del Comune di Mirandola), ExtraBO, Biodistretto Appennino bolognese, Nexus Emilia-Romagna, AITR Associazione Italiana Turismo Responsabile, Proloco San Giorgio di Piano, Proloco di Montese, Centro Antartide, Cooperativa Madreselva, Fragola e Tempesta, Associazione Montagna di Suono e Rifugio Acatù, Associazione Una montagna di idee, Az. Agricola Tramonti, Slow Emotion, Magnifico Teatrino Errante APS, Arch. Luana Gugliotta e Arch. Andrea Cavarocchi, Antonella Iasso (interprete LIS), FIAB Bologna Monte Sole Bike Group, FIAB Modena, GreenWhaleSpace, Collettivo MetRozero, Next Generation Italy, CoCreiamo APS, Circolo Arci Guernelli, Shizen Associazione Sportiva Dilettantistica, Centro Documentazione Handicap APS - Cooperativa Accaparlante, La Girobussola APS, Ateliersi, MetROzero, Jaya e Samà aps, Green Whale Space, Laura Frasca, Solea La Biblioteca sul crinale APS, Associazione Rocca Bio, Rifugio Segavecchia, Il Blog del Pilastro, Circolo La Fattoria, Free Walking Tour Modena, Associazione culturale Modena Sobborghi, Dipartimento di Sociologia e diritto dell'economia UNIBO, Al Pelegrén, Lilly ArteNatura, Associazione Piazza Coperta, Comunità Slow Food del grano alto d'Appennino, Museo della civiltà contadina e dell'emigrante, Pennelli Ribelli, Ca' Inua, Appennino 2000, Mulino di Mamino, Mulino delle Coveraie, Same Same, Il Passo della Barca, Casa di quartiere-Centro Sociale Rosa Marchi, Spazio Salto, Hayat, Associazione Salviamo la ghiacciaia-Ghiacciaia di Villa Lambertini-Mattei, Associazione La Meta, Wu Ming 2, Az. Agr. Il Regno del Marrone. Le Braccianti di Euripide, Prof. Giovanni Barnabei (Geolab), CAI Imola, Stefano Schiassi e Ciro Gardi (guide ambientali escursionistiche), Luisa Cottifogli (In mezzo scorre il fiume), Dipartimento di Filologia Classica e Italianistica dell'Università di Bologna, Associazione Eks&Tra, Centro Antartide, Marco Roveroni di Bici Castel del Rio.

### **attività svolte, segnalando e motivando gli eventuali scostamenti da quanto indicato in fase di presentazione progetto**

Tutte le azioni indicate in fase di presentazione del progetto sono state svolte. Inoltre, come si evince dal riepilogo inserito sopra, sono state organizzate più attività di quanto programmato.

#### I itinerario di valorizzazione delle ciclovie nel territorio metropolitano.

Il 29 settembre 2024 si è svolto l'itinerario "In bici in bassa e al dâgg' e mèz Tótt a Tèvla!", un percorso in bicicletta tra i paesaggi rurali della Pianura Bolognese. Partito da Porta Galliera a Bologna, l'itinerario ha seguito la Ciclovía del Navile fino a San Giorgio di Piano, dove i partecipanti hanno visitato il paese e preso parte a una grande tavolata collettiva al centro del paese. Dopo il pranzo, il percorso è proseguito toccando Villa Beatrice e altri luoghi storici, con rientro a Bologna alle 18:00.

<https://www.festivalitaca.net/evento/itinerario-in-bici-visita-guidata-e-tavolata-collettiva-in-bici-in-bassa-e-al-dagg-e-mez-tott-a-tevla-a-mezzogiorno-e-mezza-tutti-a-tavola/>

#### I itinerario lungo la Ciclovía del Sole in collaborazione con il Comune di Mirandola.

Il 22 settembre 2024 si è svolto l'itinerario cicloturistico "Settembre in sella: pedalando tra storia e sapori", in occasione della Settimana Europea della Mobilità. Partendo dalla stazione ferroviaria di Mirandola, i partecipanti hanno percorso 20 km esplorando aziende agricole locali, tra cui il fondo agricolo La Falconiera e l'azienda agricola Ferrarini di Quarantoli, dove hanno degustato prodotti tipici. Il tour, di livello facile, è stato organizzato da CEAS "La Raganella", FIAB Modena e il Comune di Mirandola, in collaborazione con la tappa bolognese di IT.A.CÀ.

<https://www.festivalitaca.net/evento/itinerario-in-bici-settembre-in-sella-pedalando-tra-storia-e-sapori/>

#### I itinerario nel territorio di Montese.

Il 13 ottobre 2024 si è svolto l'itinerario in bicicletta "Borghi, natura, arte e agricoltura tra Medioevo e contemporaneità" a Montese, con un tour ad anello di circa 20 km. Il percorso ha incluso la visita alla Rocca di Montese e attraversato borghi, valli e corsi d'acqua, immersi in una natura incontaminata. Durante l'itinerario, i partecipanti hanno sostato presso aziende agricole locali, gustando prodotti genuini e sostenibili. La giornata ha offerto un'esperienza culturale, storica e gastronomica nel cuore dell'Appennino modenese.

<https://www.festivalitaca.net/evento/itinerario-in-bici-borghi-natura-arte-agricoltura-tra-medioevo-e-contemporaneita/>

#### I itinerario per promuovere modalità "diverse" di percorrenza dei Cammini più conosciuti.

L'evento "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" si è svolto il 22 settembre 2024. L'esperienza è iniziata al Borgo di Valle e ha incluso un cammino fino al Borgo di Gabbiano, con pranzo locale e visita all'Azienda Agricola TraMonti. Durante il percorso, sono stati esplorati luoghi come la cascata del Mulinello, il Lavatoio di Gabbiano e la chiesa gotica di Gabbiano. Il pranzo è stato preparato con prodotti locali, seguito da musica e danze tradizionali dell'Appennino Bolognese. La giornata si è conclusa con un aperitivo danzante al Borgo di Valle, accompagnato da cibi preparati da Lilith di Rifugio Acatù.

<https://www.festivalitaca.net/evento/itinerario-a-piedi-concerto-itinerante-e-laboratorio-di-danze-dellappennino-la-retta-e-per-chi-ha-fretta-tracce-e-trame-storie-tra-due-borghi-dappennino/>

2 itinerari fuori dalle vie principali, nei territori che non sono attraversati dai percorsi più noti (Monghidoro e Marzabotto).

L'evento "Itinerario a Piedi | Monghidoro Andata e Ritorno: Un Itinerario per Viaggiatori Nomadi" si è svolto il 14 settembre 2024. Durante il percorso, i partecipanti hanno esplorato il paese di Monghidoro, un paese di confine dell'Alto Appennino Bolognese, per riflettere sul concetto di "nativo" e "forestiero" e sul senso di appartenenza a un territorio. L'itinerario ha offerto l'opportunità di ascoltare le voci di chi abita da sempre il paese, approfondendo la storia locale, e di gustare i prodotti tipici attraverso un pranzo preparato dalla Comunità Slow Food del grano alto d'Appennino.

<https://www.festivalitaca.net/evento/itinerario-a-piedi-monghidoro-andata-e-ritorno-un-itinerario-per-viaggiatori-nomadi/>

L'evento "Itinerario a Piedi e Azione Collettiva di Arte Pubblica | Radici Resistenti" si è svolto il 13 ottobre 2024. Dopo una passeggiata tra i murales dedicati al partigiano Lupo, realizzati da Pennelli Ribelli Festival, i partecipanti hanno preso il treno per Pian di Venola e proseguito a piedi lungo il fiume Reno, esplorando i luoghi della Resistenza tra Sperticano e Marzabotto. L'itinerario ha unito arte, natura e storia, con una riflessione sulla Resistenza passata e sulle nuove forme di Resistenza legate alla consapevolezza ecologica. L'esperienza includeva un'azione collettiva di arte pubblica, guidata da Alessandra e Ludovico, invitando i partecipanti a riflettere sulla loro connessione simbiotica con l'ambiente.

<https://www.festivalitaca.net/evento/itinerario-a-piedi-e-azione-collettiva-di-arte-pubblica-radici-resistenti/>

3 itinerari nella Città di Bologna che per valorizzare la storia contemporanea che dal centro conduce alle periferie con una Il tutto si intreccerà ai marker turistici più noti della città felsinea, con uno sforzo di risemantizzazione dei luoghi e degli edifici a partire dai significati più noti.

L'evento "Itinerario a Piedi | Paesaggi Urbani 2024: Due Passi in Barca" si è svolto il 21 settembre 2024. Il percorso ha esplorato il quartiere della Barca, nato negli anni '50 per accogliere l'immigrazione dal Sud Italia, con circa 40.000 persone che vi hanno messo radici su un precedente territorio rurale. L'itinerario ha approfondito la vocazione popolare e sociale del quartiere, esplorando le sue bellezze nascoste, tra cui edicole resilienti, centri sociali, edilizia popolare, parchi e ghiacciaie sotterranee. L'esperienza ha offerto l'opportunità di conoscere le storie e le tradizioni di una comunità vivace, unendo architettura, storia e interazione sociale.

<https://www.festivalitaca.net/evento/itinerario-a-piedi-paesaggi-urbani-2024-due-passi-in-barca/>

L'evento "Itinerario a Piedi + Proiezione | Punk in Bologna – 2° Edizione" si è svolto il 19 ottobre 2024. La partenza è avvenuta da Via Marconi 41, sede del Disco d'Oro dal 1976 al 1983, e l'arrivo è stato presso 5/C LAB, Vicolo de' Facchini, vicino al fu Necronomicon, la seconda sede dell'Attack Punk Records. Il percorso, condotto da Roberto Colombari, Laura Carroli, Cesare Ferioli e Marina Aniram, ha esplorato i luoghi iconici della scena punk bolognese, raccontando la nascita e l'evoluzione di questo movimento nella città nei primi anni '80. I partecipanti hanno esplorato storie di resistenza, occupazioni, concerti improvvisati e la lotta contro la repressione, il tutto attraverso aneddoti vissuti in prima persona dagli stessi protagonisti. La giornata ha incluso anche la proiezione di Raudi il Cortometraggio, una fiction punk che evolve in horror, scritta da Laura Carroli e Giovanni Piani.

<https://www.festivalitaca.net/evento/itinerario-a-piedi-proiezione-punk-in-bologna/>

L'evento "Itinerario a Piedi | Radici Operaie. Storie di Fabbriche, di Lavoro e di Lotte" si è svolto il 9 novembre 2024. Il percorso ha esplorato ex fabbriche, ora dismesse o delocalizzate, che una volta costituivano il cuore pulsante dell'identità comunitaria di Bologna. Questi luoghi, cambiati nella loro destinazione d'uso, sono diventati simboli della storia industriale, politica e sociale della città. L'itinerario ha offerto un'opportunità di riflessione sulla memoria collettiva e sul patrimonio industriale, con lo scopo di tramandare la storia delle lotte operaie e delle trasformazioni sociali. L'evento si è concluso con un aperitivo e la proiezione del documentario "Noi Siamo la Minganti" di Andrea Bacci. Il film racconta la fabbrica Minganti attraverso le storie delle diverse generazioni di lavoratori che ne hanno segnato la storia.

<https://www.festivalitaca.net/evento/itinerario-a-piedi-storie-di-fabbriche-e-di-lotte-gli-anni-settanta-in-bolognina/>

## **Comunicazione**

Per la diffusione delle iniziative sono utilizzati canali diversi a seconda del pubblico al quale ci si rivolge:

1. Campagne social mirate: Facebook e Twitter per la fascia di età a partire dai 30 anni; Youtube e Instagram per raggiungere gli under 30; Comunicazione "diretta" attraverso newsletter, direct mailing, WhatsApp;
2. Interviste e articoli da rilanciare sui social che raccontino le esperienze di chi vive il territorio:
  - Free Walking Tour a Modena Nord | Intervista a Giovanni Bottari
  - Passeggiate migranti a Bologna | Intervista a Semhar Tesfalidet di Next Generation Italy
  - Giovani in Appennino | Turismo scolastico
  - Di nuovo in cammino | Il viaggio della Tappa Bologna

3. Ufficio stampa e media partnership sia al livello locale che al livello nazionale;
4. Visual image targettizzata e coordinata;

#### **ambito territoriale interessato**

Il festival ha interessato il territorio metropolitano di Bologna, l'Appennino Bolognese, Modena e vari comuni come Castel del Rio, Monghidoro, Monzuno, Marzabotto, San Giorgio di Piano, Mirandola, Montese, Monteveglio, Lizzano in Belvedere, San Giovanni in Persiceto.

#### **periodo di svolgimento delle azioni**

Da gennaio 2024 a dicembre 2024

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

Il progetto, realizzato in linea con le Linee Guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale, ha valorizzato il territorio attraverso una serie di itinerari che hanno combinato cicloturismo, trekking, cultura e natura.

- Cicloturismo e natura: Sono stati realizzati itinerari che hanno valorizzato le ciclovie esistenti, con un focus sulla Ciclovia del Sole e un percorso che collegava il territorio metropolitano. Nell'Appennino, i percorsi cicloturistici hanno attraversato borghi storici, castelli e paesaggi naturali, valorizzando il patrimonio romanico e medievale.
- Cammini e borghi: Sono stati proposti itinerari che hanno promosso modalità alternative di percorrenza dei cammini più conosciuti, offrendo esperienze più immersive e sostenibili. Inoltre, sono stati valorizzati i borghi storici, con un focus sulla cultura locale, la storia e le tradizioni.
- Special Interest: Sono stati realizzati itinerari che hanno valorizzato l'architettura contemporanea, la storia politica e sociale, e le culture giovanili.

Il progetto ha interessato un turismo domestico e di prossimità, ma anche in piccola parte un pubblico internazionale attento alla sostenibilità e alla scoperta di luoghi autentici. I target principali raggiunti sono stati:

- Turisti individuali, famiglie e piccoli gruppi organizzati: Cercando esperienze autentiche a contatto con la natura e la cultura locale.
- Giovani: Interessati alla storia contemporanea, alle culture giovanili e alle esperienze alternative.
- Persone con disabilità: Grazie alla coprogettazione di esperienze accessibili.
- Famiglie con bambini: Con proposte specifiche per questo target, come itinerari segmentati e attività laboratoriali.

#### Azioni di promozione attuate

Per raggiungere questi obiettivi, sono state implementate diverse azioni, tra cui:

- Creazione di una pagina dedicata agli itinerari su outdooractive <https://www.outdooractive.com/en/source/it.a.ca-migranti-e-viaggiatori-festival-del-turismo-responsabile/803877753/>: Facilitando la consultazione e la prenotazione delle attività.
- Traduzione dei contenuti in inglese: Per includere un pubblico internazionale.
- Collaborazione con ExtraBo: Rafforzando la promozione del territorio.
- Media partnership: Con realtà locali e nazionali per raggiungere i target specifici.

Il progetto ha dimostrato l'efficacia di un approccio integrato alla valorizzazione del territorio, combinando elementi di natura, cultura e sostenibilità. I risultati ottenuti confermano l'interesse crescente per esperienze turistiche autentiche e personalizzate.

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

Il festival si è concentrato sulla valorizzazione del patrimonio materiale e immateriale del territorio, andando oltre i significati più noti dei luoghi. Grazie a un lavoro di approfondimento e coinvolgimento della comunità locale, sono state ricostruite stratificazioni storiche che, dal Medioevo fino ai giorni nostri, hanno connotato i luoghi con significati "altri", più profondi e identitari.

Il festival ha invitato i partecipanti in un viaggio multisensoriale attraverso il territorio, intrecciando storie di comunità, esplorando paesaggi e architetture, e ripercorrendo tracce del passato; un'immersione nella storia, nella cultura e nella vita quotidiana dei luoghi, valorizzando il patrimonio architettonico, paesaggistico e immateriale.

Attraverso laboratori, performance, mostre e incontri, il pubblico è stato coinvolto attivamente, diventando protagonista di un racconto collettivo. Dalle passeggiate alla scoperta di borghi antichi alle degustazioni di prodotti locali, ogni attività ha favorito l'incontro tra persone diverse e ha contribuito a creare un senso di comunità. Il

festival ha così offerto un'ampia gamma di esperienze, intrecciando diverse discipline artistiche e culturali, dalla musica popolare all'arte contemporanea, dalla didattica in fattoria alle performance teatrali, creando un'atmosfera unica e stimolando la creatività.

### **caratteristiche progettuali di integrazione e diversificazione di prodotti e servizi inerenti a settori economici diversi (ad esempio: commercio, agricoltura, artigianato, trasporti)**

Il festival IT.A.CÀ, grazie alla mappatura e al coinvolgimento delle realtà locali, propone un modello di turismo integrato e sostenibile che stimola la collaborazione tra settori economici diversi, unendo profit e no profit. Ogni itinerario, culturale o naturalistico, è progettato in stretta sinergia con realtà e guide locali, per valorizzare le risorse umane e materiali del territorio.

Si collabora con le aziende agricole e le attività di ristorazione locali per promuovere il loro lavoro e la qualità dei loro prodotti. Il trasporto pubblico locale è incentivato per la mobilità di partecipanti e staff, affiancato dal noleggio di biciclette e di ausili per disabili presso aziende locali, con l'obiettivo di rendere accessibili gli itinerari a un pubblico più ampio. Questo modello non si limita alla fruizione turistica ma punta a consolidare una rete territoriale che favorisca la crescita economica sostenibile, la creazione di nuovi prodotti turistici replicabili e una maggiore consapevolezza del valore del patrimonio locale, trasformando ogni edizione in un'opportunità di sviluppo per le comunità coinvolte.

### **azioni di riduzione dell'impatto ambientale in fase di progettazione e realizzazione**

Durante la progettazione e la realizzazione del festival, sono state messe in atto azioni mirate per minimizzare l'impatto ambientale, puntando su una gestione sostenibile delle risorse e sul coinvolgimento consapevole di staff e partecipanti. La mobilità dolce è stata incentivata, promuovendo l'uso di mezzi pubblici, biciclette e treni per gli spostamenti. Gli eventi sono stati progettati con un'attenzione particolare all'utilizzo di materiali ecologici, privilegiando quelli riciclati, riutilizzabili e biodegradabili, riducendo significativamente l'uso della plastica.

Per la gestione dei rifiuti, dove possibile, le location sono state dotate di sistemi per la raccolta differenziata, sensibilizzando il pubblico a comportamenti responsabili. La comunicazione del festival si è svolta esclusivamente in formato digitale.

Inoltre, il sito web e le email del festival sono stati ospitati su un server green certificato, dimostrando un impegno concreto per la sostenibilità tecnologica.

La certificazione: [www.festivalitaca.net/2021/02/green-server-accessibilita-website-it-a-ca](http://www.festivalitaca.net/2021/02/green-server-accessibilita-website-it-a-ca).

Tutte le realtà partecipanti hanno seguito linee guida ambientali condivise, elaborate per garantire un approccio coerente e sostenibile nella gestione delle attività.

Le linee guida: <https://www.festivalitaca.net/il-festival/organizzare-eventi-sostenibili>.

Queste azioni, integrate nel progetto fin dalle sue fasi iniziali, hanno ridotto l'impatto ambientale complessivo e hanno favorito una maggiore consapevolezza ecologica tra i partecipanti e le comunità coinvolte.

### **azioni di promozione del turismo accessibile, in particolare in riferimento all'accessibilità a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive**

Lo sviluppo di opportunità di turismo accessibile è stato realizzato con un approccio strutturato e inclusivo che ha coinvolto direttamente persone con disabilità e professionisti del settore. Grazie alla rete di collaborazioni costruita da Yoda APS, sono stati resi accessibili itinerari a piedi e in bici, oltre a esperienze culturali, naturalistiche ed enogastronomiche, per persone con disabilità motorie, sensoriali e cognitive.

L'equipe di professionisti, composta sia da persone con disabilità che senza, ha lavorato a stretto contatto con le reti locali seguendo i principi del design for all. Questa collaborazione ha favorito la progettazione di attività che non fossero dedicate esclusivamente a persone con disabilità, ma integrate, arricchendo l'esperienza per tutti i partecipanti. La formazione continua si è basata sul learning by doing, promuovendo un dialogo diretto tra le realtà territoriali e i professionisti dell'accessibilità, con un'attenzione particolare alla centralità dei bisogni specifici.

Sono stati effettuati sopralluoghi mirati per verificare e migliorare l'accessibilità dei percorsi, dei servizi e delle attrattive locali. Particolare attenzione è stata data alle disabilità sensoriali, sviluppando strumenti di fruizione come mappe tattili e interpreti LIS. Il sito del festival, già conforme agli standard di accessibilità, è stato ulteriormente arricchito con contenuti multimediali compatibili con lettori per persone cieche e con video promozionali in LIS sottotitolati per persone sorde, migliorando così l'accessibilità della comunicazione.

Queste azioni hanno garantito che tutte le attività progettate fossero inclusive, rafforzando il turismo responsabile e sostenibile, e hanno promosso una partecipazione attiva e paritaria delle comunità locali e dei visitatori.

### **eventuale previsione di vendita di biglietti a carico dell'utente finale per poter usufruire dei servizi promossi**

Quest'anno è stato inserito in programma un evento che prevedeva l'acquisto di un biglietto di ingresso. Si tratta dello spettacolo WE DID IT! un mockumentario teatrale ambientato nel futuro volto alla condivisione con il pubblico di un nuovo immaginario legato alla giustizia climatica, all'accoglienza e al superamento delle disuguaglianze.

Lo spettacolo viaggia su un van 100% elettrico che oltre ad essere utilizzato per gli spostamenti della compagnia, della scenografia e delle attrezzature, è allestito un sistema di pannelli solari montati sul tettuccio per produrre - durante il viaggio - l'energia elettrica utile per far funzionare gli impianti luci, audio e video in outdoor.

Il partner ha deciso solo in un secondo momento di far pagare un biglietto ed è stato deciso di mantenere lo spettacolo nel programma del festival solo dopo esserci confrontati con voi e aver avuto conferma che questo non andasse a influire sul contributo PTPL assegnato. L'intero incasso dei biglietti è andato direttamente al partner per le loro spese e inoltre il partner non ha ricevuto nessun pagamento da Yoda APS dal budget di progetto.

Il resto delle iniziative proposte da IT.A.CÀ sono come sempre gratuite. Ai beneficiari viene richiesto, talvolta, di sostenere le spese vive, come trasporti, pasti e assicurazione. Queste eventuali spese sono sostenute in autonomia dagli utenti, senza versare alcuna cifra a Yoda APS.

### **realizzazione di materiale foto e video, anche con drone**

Grazie all'apporto di fotografi amatoriali volontari, IT.A.CÀ crea un ricco archivio fotografico rappresentativo dei luoghi, delle peculiarità territoriali e delle comunità che li vivono. FOTO/VIDEO ITACA BOLOGNA 2024

Sono stati realizzati video promozionali che, per le loro caratteristiche, oltre a promuovere gli eventi del festival promuovono le aree metropolitane in cui si svolgono gli eventi. Il materiale promozionale foto-video viene lavorato in modo che sia fruibile anche da persone non vedenti, ipovedenti e sordi.

Video in LIS per la promozione del progetto

- <https://www.facebook.com/reel/501966382686150>
- [https://drive.google.com/file/d/1S6gfpC9F0zOV80Hm23\\_rU4nfEnrmN19w/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1S6gfpC9F0zOV80Hm23_rU4nfEnrmN19w/view?usp=sharing)
- [https://drive.google.com/file/d/1q\\_rsnbLZizDGTAyqqShxQ8bBYCCChIzlj/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1q_rsnbLZizDGTAyqqShxQ8bBYCCChIzlj/view?usp=sharing)
- <https://drive.google.com/file/d/1N6tiptQuRasP8vwqxKx1Lg40FL2B8Qe4/view?usp=sharing>

### **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**

In linea con l'assetto turistico della Città metropolitana di Bologna e la Provincia di Modena, unite nel Territorio Turistico Bologna-Modena, è stato inserito nel programma del festival due eventi realizzati nella provincia di Modena:

1. L'evento "Cemento Amato", tenutosi il 5 ottobre 2024 a Modena Nord, ha esplorato le trasformazioni urbanistiche dell'area attraverso un itinerario a piedi. Partendo da Porta Nord e concludendosi allo Spazio Lodola, i partecipanti hanno riflettuto su temi come la densificazione urbana, il consumo di suolo e le politiche di rigenerazione. Durante la passeggiata sono state condivise storie di resilienza e radici comunitarie, concludendo con un aperitivo e la presentazione del progetto Mutina Mutandis dell'associazione Modena Sobborghi.  
<https://www.festivalitaca.net/evento/itinerario-a-piedi-aperitivo-e-musica-cemento-amato/>
2. L'evento "Settembre in sella: pedalando tra storia e sapori", tenutosi il 22 settembre 2024, è stato un itinerario in bicicletta nel territorio di Mirandola, organizzato in occasione della Settimana Europea della Mobilità. I partecipanti hanno scoperto la storia locale e degustato prodotti tipici, unendo cultura e convivialità. Il percorso, semplice e accessibile, è stato curato da CEAS "La Raganella" e FIAB Modena. L'evento ha incentivato la mobilità sostenibile, proponendo anche il collegamento con la Ciclovia del Sole e il trasporto bici in treno. <https://www.festivalitaca.net/portfolio-articoli/it-a-ca-bologna-6/>

### **breve report dei risultati delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse rispetto all'edizione precedente**

Gli ottimi risultati in termini di partecipazione stimolano a cercare di migliorare ulteriormente gli aspetti ritenuti basilari per il progetto, come l'accessibilità degli eventi. Inoltre, si intende ampliare il 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.

Continua il lavoro per arrivare a segmenti specifici e al contempo di far avvicinare nuove persone al turismo responsabile/sostenibile, in particolare le comunità locali che possono contribuire alle scelte di gestione/animazione territoriale.

Criticità emerse e possibili misure per il superamento

1. Formato seminariale e presentazioni di libri La modalità "in-formativa" seminariale, salvo alcune eccezioni, non ha raggiunto il pubblico atteso. In particolare, i seminari e le presentazioni di libri inclusi nel programma (sebbene non originariamente previsti) hanno ottenuto risultati insoddisfacenti. Questo sottolinea la necessità di ripensare il format degli eventi, le strategie di comunicazione e le modalità di collaborazione con i partner.
2. Partecipazione di persone con disabilità La partecipazione di persone con disabilità si è mantenuta stabile, ma permangono criticità:
  - a. Mancanza di supporti adeguati e luoghi accessibili, su cui sarebbe necessario intervenire in modo sistematico.
  - b. I sopralluoghi effettuati nei quartieri di Bologna, come nel caso della zona Barca, hanno evidenziato problematiche come l'assenza di bagni accessibili e l'inadeguatezza di marciapiedi e percorsi.
  - c. Tuttavia, la partnership con realtà esperte in accessibilità si è rivelata un elemento chiave per garantire la partecipazione delle persone con bisogni speciali.
  - d. L'utilizzo di materiali accessibili realizzati grazie a precedenti progetti e nuovi finanziamenti (come la mappa tattile) rappresenta un passo positivo, ma occorre ampliare tali risorse.
3. Settore cicloturistico Nel settore cicloturistico si registra un miglioramento rispetto all'anno precedente, grazie all'eliminazione degli itinerari in città, difficili da gestire a causa del traffico, e all'organizzazione di percorsi fuori città. Tuttavia, emergono ancora alcune difficoltà significative:
  - a. Infrastrutture e collegamenti: i percorsi cicloturistici spesso risultano difficilmente accessibili, sia per l'assenza di collegamenti adeguati tra la città e i luoghi di partenza, sia per la carenza di servizi in loco. Ad esempio, il percorso presso Montese è difficilmente raggiungibile con i mezzi pubblici e non offre possibilità di noleggio biciclette, aspetti che hanno scoraggiato la partecipazione. Questo problema si riscontra non solo nelle aree appenniniche, ma anche nei territori di pianura.
  - b. Strategie di supporto: per ovviare a tali difficoltà, l'organizzazione ha collaborato con partner e fornitori, chiedendo uno sforzo nel trasporto delle biciclette. Tuttavia, per uno sviluppo strutturale del settore cicloturistico, sarebbe necessario creare hub cicloturistici in luoghi strategici, eventualmente affiancandoli ad attività già esistenti come agriturismi o uffici turistici.
  - c. Collaborazioni attive: l'attivazione e il rinnovo di collaborazioni con realtà del settore, come Fiab Bologna e Fiab Modena, stanno progressivamente portando ai risultati sperati.
4. Reperimento fondi Permangono difficoltà nel reperire i fondi necessari per valorizzare pienamente il potenziale del festival. Questo richiede un rinnovato impegno nella diversificazione delle fonti di finanziamento e nel consolidamento delle partnership istituzionali e private.

**informazioni e dati utili a dare evidenza dei risultati ottenuti (in relazione ai criteri ed alle modalità di riscontro dei risultati indicati in domanda)**

Realtà coinvolte: 70

Numero iniziative realizzate: 33

Numero totale partecipanti: 1547

Comunicazione

Main media partner: 13

Media partner locali: 6

I canali social hanno raggiunto nei mesi di attività delle tappe del festival quasi 7 milioni di utenti (6.859.702). Quasi 7 mln le persone raggiunte con la propagazione delle informazioni nel digitale, su tutti gli strumenti social e digital compresi di condivisioni che esulano dall'ecosistema diretto del Festival, e che sono state fatte da partecipanti, organizzatori e partner di tappa, eventuali sponsor locali, media partner locali e nazionali e ADV. Tutte le piattaforme IG, FB, X, LinkedIn, TikTok, Telegram, WhatsApp, Pinterest e Snapchat, dove ci sono contenuti postati e condivisi. La somma è quindi totale: pubblicazioni organiche, campagne ADV, condivisioni e rilanci (...) Il dato viene calcolato grazie all'utilizzo dei software FanPage Karma e Keyhole

Accessibilità

Realtà e professioniste coinvolte nell'ideazione, nell'organizzazione e nella realizzazione delle iniziative accessibili:

- Centro Documentazione Handicap APS - Cooperativa Accaparlante
- La Girobussola APS
- Antonella Iasso (interprete LIS)
- Greta De Giovanni

- Sabadini Letizia
- Nicola Rabbi
- Marta Giacomoni
- Simona Zedda

La maggior parte delle iniziative prevedeva la partecipazione di persone sorde, persone non vedenti o ipovedenti e persone con disabilità motoria grazie alla possibilità di segnalare queste necessità in fase di iscrizione alle attività.

Nel 2024, hanno preso parte alle attività circa 30 persone con disabilità di cui 16 persone cieche, 13 persone sorde e una persona con disabilità motoria. Molte di queste persone hanno preso parte a più attività

#### Questionari sul gradimento del progetto e delle iniziative

Il report riassume i risultati di un questionario di gradimento somministrato ai partecipanti delle attività. Il questionario ha raccolto feedback su diversi aspetti, tra cui il profilo dei partecipanti, i loro interessi, le modalità di partecipazione, le motivazioni, il gradimento delle attività e suggerimenti per il futuro. Hanno partecipato al questionario 53 persone, una piccola percentuale rispetto al numero totale dei partecipanti, ma comunque utile per avere un feedback.

##### 1. Profilo dei Partecipanti:

La maggior parte dei partecipanti è di genere femminile (79.25%), con una forte rappresentanza delle fasce d'età 50-60 (30.77%) e 61-70 (26.92%). Le professioni più comuni tra i rispondenti sono impiegati (26.42%) e pensionati (22.64%). Questo profilo demografico fornisce un contesto importante per interpretare i feedback e pianificare attività future.

##### 2. Interessi dei Partecipanti:

Gli interessi principali dei partecipanti si concentrano su natura/ambiente, viaggi/turismo e cultura/arte. In ambito artistico, spiccano Musica, Cinema e Teatro, seguiti da Danza, Arti figurative e Fotografia. Questo dato evidenzia un pubblico con una spiccata sensibilità verso diverse forme di espressione culturale e un interesse per la scoperta del territorio.

##### 3. Partecipazione agli Eventi:

L'analisi delle risposte mostra un chiaro orientamento verso gli itinerari a piedi, che si confermano la tipologia di evento più apprezzata dal nostro pubblico (71.70% aveva espresso questa preferenza). Questa tendenza si riflette nella maggiore partecipazione registrata per questo tipo di attività, che ha esplorato diverse tematiche, tra cui la storia locale, la cultura, l'ambiente e l'agricoltura. Oltre agli itinerari a piedi, l'offerta comprendeva anche altre tipologie di attività, come itinerari in bicicletta, esperienze di trekking urbano, laboratori dedicati ai bambini e presentazioni di libri, a testimonianza di un'ampia gamma di proposte volte a soddisfare diversi interessi, sebbene con una minore affluenza.

##### 4. Canali di Comunicazione:

Le principali fonti di informazione che hanno portato i partecipanti a conoscere gli eventi sono state Facebook IT.A.CA e il passaparola (entrambi con circa il 30%), seguiti dal sito web di IT.A.CA (circa il 20%) e dalla newsletter di IT.A.CA (circa il 15%). Questo indica l'efficacia dei canali digitali e del passaparola nella promozione delle attività.

##### 5. Motivazioni alla Partecipazione:

Le principali motivazioni che hanno spinto i partecipanti a prendere parte agli eventi sono l'interesse per le tematiche trattate, l'interesse per i luoghi visitati, l'aver già partecipato ad altri eventi e l'interesse per il tipo di attività proposta. Questo suggerisce che la proposta offerta incontra le aspettative del pubblico sia in termini di contenuti che di modalità.

##### 6. Preferenze e Gradimento:

- Tipologia di itinerario: La maggior parte dei partecipanti (71.70%) preferisce gli itinerari a piedi, mentre una minoranza (28.30%) predilige quelli in bici.

- Cosa piace scoprire a Bologna e nel territorio: A Bologna, i partecipanti sono particolarmente interessati a storia, architettura e arte, con un focus sulle storie della comunità locale, gli orti urbani, le zone verdi e le aziende/produttori locali. Nell'Appennino e in Pianura, l'interesse principale è rivolto alla natura, seguita dalle storie delle comunità locali e dalla storia del territorio.

- Pasto durante l'evento: La maggioranza (54.72%) si dichiara disposta a consumare un pasto durante l'evento anche a proprie spese, mentre il 20.75% preferirebbe il pasto al sacco e il 18.87% un pasto offerto dall'organizzazione.

- Propensione a partecipare nuovamente: Un dato estremamente positivo emerge dalla forte propensione a partecipare ad altri eventi simili: il 73.58% dei partecipanti ha espresso la massima valutazione (5), mentre il restante 26.42% ha dato una valutazione di 4, indicando comunque un alto gradimento.

- Soddisfazione generale: Il livello di soddisfazione complessiva è molto alto: il 62.26% ha espresso un giudizio "ottimo", il 32.08% "molto buono" e solo il 5.66% "buono". La media di 4.57 e la mediana di 5 confermano questo trend positivo.
- Soddisfazione per l'organizzazione: Anche la soddisfazione per l'organizzazione (modalità di iscrizione, disponibilità di informazioni, accoglienza e disponibilità dello staff) è risultata buona, con medie comprese tra 3.91 e 3.98 e mediane pari a 4.
- Soddisfazione per la logistica/accessibilità: La soddisfazione per la logistica/accessibilità (durata, allestimento e fruibilità per tutti) mostra una maggiore variabilità, con medie intorno a 3.6-3.7 e mediane pari a 3. Questo suggerisce che questi aspetti potrebbero essere migliorati.

#### 7. Feedback Qualitativi e Suggerimenti:

I feedback qualitativi, espressi attraverso messaggi di ringraziamento e commenti, confermano il forte apprezzamento per l'evento. I partecipanti hanno espresso ringraziamenti, complimenti per l'iniziativa e soddisfazione per l'esperienza vissuta, con l'intenzione di partecipare a eventi futuri.

I suggerimenti per il miglioramento si concentrano su:

- Comunicazione: Maggiore chiarezza su eventuali spese da sostenere, come i pasti, e orari degli eventi.
- Logistica: Valutare trasporti dedicati per alcune destinazioni.
- Comfort: Maggiori attenzioni a dettagli come la disponibilità di microfoni per le guide.
- Contenuti: Approfondimenti sulla storia dei luoghi visitati.

Conclusioni:

L'evento ha riscosso un notevole successo, con un alto livello di soddisfazione generale e un forte interesse a ripetere l'esperienza. I partecipanti sono stati attratti da una combinazione di attività legate a natura, cultura e scoperta del territorio. I feedback, sia quantitativi che qualitativi, forniscono indicazioni preziose per il miglioramento continuo, con particolare attenzione agli aspetti logistici e di comunicazione. Il forte riscontro positivo da parte.

---

## CRINALI TEATRO 2024

**PG n. 4037-4039 del 22/01/2025**  
**integrazione PG n. 31416 del 12/05/2025**

presentato da UNIONE DEI COMUNI DELL'APPENNINO BOLOGNESE

Il totale della spesa rendicontata è pari a € 37.430,93, interamente ammessa. Si conferma l'importo concesso pari a € 20.000,00 a fronte della realizzazione delle azioni previste dal progetto, dei risultati attesi e di una spesa rendicontata ammessa superiore all'80% della spesa progettuale ammessa pari a € 40.000,00.

### descrizione consuntiva del progetto

Il festival Crinali ormai da anni narra il territorio attraverso spettacoli pensati e concepiti per dialogare con l'ambiente in cui vengono svolti. Palcoscenici sono quindi i cammini, i boschi, ma anche le emergenze culturali presenti nei comuni dell'Appennino Bolognese. Nella sezione Teatro si sono svolte principalmente due tipologie di spettacolo: da una parte sono stati chiamati nomi importanti del teatro italiano come Dario Vergassola, Elena So&ia Ricci, Arianna Porcelli Safonov, Serena Dandini e dall'altra si è valorizzato il teatro di Figura, affidando la direzione artistica per quest'ambito all'associazione cultule Simurgh che ha ottenuto nel 2024 la De.Co. da parte della Città metropolitana di Bologna in quanto detentori innovativi di questo antico sapere caratteristico del nostro territorio. Gli spettacoli si sono quindi svolti, in base alla tipologia, o all'interno del teatro di Paglia ospitato per tale occasione nel Parco Archeologico di Kainua a Marzabotto o lungo i cammini, nei boschi o nelle piazze più suggestive dell'Appennino.

### obiettivi conseguiti

Gli spettacoli hanno raggiunto i seguenti obiettivi:

- valorizzazione del Parco Archeologico di Kainua, anche grazie alle visite guidate che hanno preceduto gli spettacoli a cura di archeologi e archeologhe dell'università di Bologna;
- valorizzazione dei cammini, proponendo spettacoli di teatro di figura in luoghi particolarmente suggestivi su alcuni tratti dei cammini passanti per il nostro territorio;
- valorizzazione delle attività delle associazioni del territorio e di enti pubblici quali l'Ente Parco dell'Emilia Orientale, pensando a proposte organizzate in sinergia;
- proposte di camminate e attività adatte a bambine e bambini in una fascia di età compresa tra i 3 e gli 11

- anni, così da far conoscere anche ai più piccoli le emergenze storico e naturalistiche presenti;
- utilizzo del sito <https://appenninobolognese.cittametropolitana.bo.it> per promuovere l'attività: in questo modo è stato possibile anche informare della possibilità di pernottare o di svolgere altre attività promosse in quelle giornate facilitando la costruzione di pacchetti turistici.

#### **modalità concrete di attuazione del progetto**

Sono stati realizzati 10 spettacoli teatrali, in diversi casi precedute da camminate con guide escursionistiche professioniste o, nel caso del parco archeologico, con archeologi professionisti.

#### **azioni realizzate e risultati ottenuti rispetto a quelli previsti**

Sono state realizzate tutte le azioni e obiettivi previsti, come elencati nel precedente punto.

#### **soggetti pubblici e/o privati effettivamente coinvolti nel progetto**

eXtraBO, Bologna Welcome, Regione Emilia Romagna, Ente Parchi dell'Emilia Orientale.

#### **attività svolte, segnalando e motivando gli eventuali scostamenti da quanto indicato in fase di presentazione progetto**

1. effettuati sopralluoghi per individuare le location
2. utilizzo di trekksort per le prenotazioni e voucher di prenotazione
3. utilizzo di trekksort per le prenotazioni e voucher di prenotazione
4. ricerca degli artisti in base alla location
5. programmazione promossa sul portale [appenninobolognese.cittametropolitana.bo.it](https://appenninobolognese.cittametropolitana.bo.it), favorendo la possibilità di pernottare
6. tutti gli accompagnamenti e visite sono state a cura di guide professioniste
7. sezione di Crinali Teatro dedicata con comunicazione chiara al target famiglie con minori
8. rispetto del protocollo deontologico
9. eventi accessibili con comunicazione dedicata

#### **ambito territoriale interessato**

Appennino Bolognese

#### **periodo di svolgimento delle azioni**

da aprile a settembre 2024

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

Sono state rispettate le linee guida triennali, con particolare riferimento alle azioni legate all'outdoor active&slow promuovendo in primis i cammini, ma anche gli istituti culturali del territorio.

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

Il coinvolgimento dell'associazione locale Simurgh per la direzione artistica della sezione dedicata al teatro di figura promuove rivisitandola in chiave contemporanea l'antica tradizione dei burattini. Infatti l'associazione ha ricevuto nel 2024 il riconoscimento da parte della Città metropolitana di Bologna del marchio De.Co. Inoltre tutti gli spettacoli realizzati sono stati concepiti come narrazioni del territorio.

#### **caratteristiche progettuali di integrazione e diversificazione di prodotti e servizi inerenti a settori economici diversi (ad esempio: commercio, agricoltura, artigianato, trasporti)**

Gli spettacoli sono stati spesso accompagnati da degustazioni di prodotti locali a cura delle aziende agricole presenti sul territorio.

#### **azioni di riduzione dell'impatto ambientale in fase di progettazione e realizzazione**

Il festival Crinali si fa portatore dei valori di riduzione dei rifiuti e dell'impatto ambientale. Gli eventi sono stati accompagnati sempre da una campagna di sensibilizzazione su tale tematica e con un consumo energetico minimale. Molti spettacoli sono stati completamente privi di amplificazione. Le degustazioni, quando presenti, utilizzavano solo stoviglie compostabili o posate riutilizzabili.

**azioni di promozione del turismo accessibile, in particolare in riferimento all'accessibilità a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive**

Gli eventi si sono svolti in luoghi accessibili. Nel volantino di promozione è stata segnalata l'accessibilità con una iconografia chiara.

**eventuale previsione di vendita di biglietti a carico dell'utente finale per poter usufruire dei servizi promossi**

Nessuna delle spese progettuali, interamente coperte da Unione Appennino Bolognese, è finanziata dai proventi realizzati da APS Crinali e il progetto non prevede il finanziamento di azioni che verranno realizzate da APS Crinali.

**realizzazione di materiale foto e video, anche con drone**

è stato realizzato del materiale foto e video promozionale, anche effettuato con il 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**

Crinali Festival nel suo complesso è stato inserito dalla Regione Emilia-Romagna nella rassegna Montagna Mia e ha fatto parte del cartellone Bologna Estate 2024.

**breve report dei risultati delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse rispetto all'edizione precedente**

non sono emerse criticità. E' stata migliorata la comunicazione e promozione degli eventi

**informazioni e dati utili a dare evidenza dei risultati ottenuti (in relazione ai criteri ed alle modalità di riscontro dei risultati indicati in domanda)**

Gli eventi di Crinali teatro hanno visto una partecipazione di circa 1.200 persone.

---

**BACCANALE 2024. RASSEGNA CULTURALE ED ENOGASTRONOMICA**

**PG n. 4765 del 24/01/2025**

**integrazione PG n. 15943 del 07/03/2025**

**integrazione PG n. 30244 del 07/05/2025**

presentato da Comune di Imola

<p>Il totale della spesa rendicontata è pari a € 40.000,00, interamente ammessa. Si conferma l'importo concesso pari a € 13.200,00 a fronte della realizzazione delle azioni previste dal progetto, dei risultati attesi e di una spesa rendicontata ammessa uguale alla spesa progettuale ammessa pari a € 40.000,00.</p>
--

**descrizione consuntiva del progetto**

Dal 19 ottobre al 10 novembre si è svolta l'edizione 2024 del Bacchanale, rassegna culturale ed enogastronomica che si svolge con successo da oltre trent'anni a Imola. Il successo della manifestazione risiede nella sua capacità di costruire, di anno in anno, un ricco programma che propone un percorso trasversale tra cultura ed enogastronomia, promozione e conoscenza delle tradizioni popolari, valorizzazione delle attività produttive e della ricettività del territorio, coinvolgendo ogni anno attori del territorio e non solo.

Il tema scelto per l'edizione 2024 è "Un filo d'olio", un'espressione che rimanda a molteplici aspetti della cucina e della cultura locale. L'olio infatti accompagna la nostra cultura gastronomica da millenni. L'olio è cibo, non solo perché di olio ci nutriamo – e l'olio è l'alimento principe della dieta mediterranea – ma anche e soprattutto perché l'olio è espressione della nostra identità, perché è indissolubilmente legato alla terra e al paesaggio olivicolo da cui nasce. L'olio da sempre non è soltanto un ingrediente, ha portato con sé significati simbolici e religiosi al punto di divenire un vero e proprio archetipo culturale: simbolo di fertilità e rinascita, di resistenza alle ingiurie del tempo, di pace e di valore. La scelta di valorizzare l'olio ha permesso di iniziare un vero e proprio viaggio alla scoperta di uno dei simboli della dieta mediterranea e dell'Italia nel mondo. Il tema scelto è stato accolto favorevolmente sia dai ristoratori, che hanno potuto esplorare le numerose declinazioni gastronomiche delle varie tipologie di olio, sia dai numerosi interlocutori e portatori di interesse che ogni anno integrano il programma della manifestazione con eventi e incontri di approfondimento che, in occasione del Bacchanale 2024, sono stati particolarmente numerosi e ricchi.

Il Bacchanale 2024 ha saputo fare tesoro delle esperienze degli anni precedenti sviluppando e consolidando gli aspetti che maggiormente sono stati apprezzati dal pubblico. Come per l'edizione 2023, anche per il 2024, il Bacchanale ha coinvolto la Città di Imola in due occasioni: con una anteprima primaverile (svoltasi dal 24 al 26 maggio) e con la più corposa edizione autunnale. L'anteprima del mese di maggio è stata l'occasione per coinvolgere cittadini e visitatori nel primo assaggio, è il caso di dirlo, del protagonista dell'edizione 2024: l'olio. Sono così state organizzate delle degustazioni di oli d'oliva del territorio e la presentazione della guida Slow Food agli oli extravergini di oliva. A fare da cornice a questo weekend, piazza Matteotti, allestita con un grande stand centrale che ha costituito il vero e proprio fulcro della manifestazione. Un luogo dedicato ai sapori, in cui i cuochi di sette ristoranti imolesi hanno dato prova della loro maestria e creatività preparando piatti appositamente studiati per l'evento.

Piazza Matteotti è stata protagonista anche dell'edizione autunnale grazie ad una rilevante novità che ha contribuito a valorizzare e ad arricchire il denso programma di eventi: la possibilità di utilizzare una grande tensostruttura completamente attrezzata allestita al centro della piazza grazie alla collaborazione con la ditta IC Bellagio SRL, che per ben otto giornate è diventata una vera e propria piazza coperta a disposizione di cittadini e visitatori. La struttura ha ospitato laboratori didattici per 16 classi di scuole imolesi, showcooking di rinomati chef, laboratori, una serata di cinema "sotto le stelle", incontri a tema. L'utilizzo di questa struttura ha garantito una visibilità mai raggiunta prima alla rassegna. La struttura infatti dotata di pareti completamente trasparenti ha funto da vera e propria vetrina della manifestazione. La possibilità di vedere dall'esterno le attività in corso di svolgimento ha, da un lato, contribuito a rendere più visibile il Bacchanale anche all'esterno dei tradizionali luoghi di cultura e, dall'altro, ha sicuramente favorito una maggiore partecipazione da parte del pubblico che, incuriosito dalla struttura e dal vedere le attività all'interno, si è lasciato catturare e coinvolgere molto più facilmente. Grazie alla presenza di una cucina completamente attrezzata, di un impianto audio e video e alla possibilità di riscaldare la struttura in caso di necessità, è stato possibile proporre in un quadro inusuale e molto di impatto tutta una serie di attività che difficilmente avrebbero potuto svolgersi altrimenti: laboratori e showcooking, pranzi e degustazioni ma anche serate di intrattenimento e spettacoli legati alla tradizione.

Il programma culturale, sempre ricco di momenti di approfondimento è stato inaugurato da uno degli eventi più partecipati della rassegna, domenica 20 ottobre il Teatro Stignani ha ospitato la conferenza/dialogo di due eccellenze accademiche, il Professor Alessandro Barbero e il Professor Massimo Montanari, due storici di fama internazionale, che hanno intrattenuto un pubblico numeroso dipanando il "filo d'olio" nel corso della storia.

I prodotti del territorio sono stati protagonisti anche in questa edizione 2024, tra storia e innovazione. Sono infatti stati riconfermati i momenti forti delle edizioni passate tra cui i mercati cittadini e il tradizionale "Banco d'assaggio dei vini e dei prodotti dell'imolese" in contemporanea alla XIV edizione di "Olimola".

### **obiettivi conseguiti**

Il Bacchanale 2024 ha saputo riconfermare il proprio ruolo di appuntamento culturale di rilievo nella programmazione cittadina, testimoniato da un significativo gradimento del pubblico e numerosi apprezzamenti da parte di tutti i partecipanti. L'anticipo del mese di maggio si è dimostrato, come nell'anno precedente, una scommessa vinta grazie alla partecipazione e coinvolgimento del pubblico presente. La possibilità di usufruire della struttura allestita in piazza Matteotti ha facilitato la partecipazione anche nel periodo autunnale poiché ha consentito lo svolgimento di molte delle attività in programma nel cuore della città di Imola ma al coperto, rendendole visibili a chiunque passasse per la piazza.

### **modalità concrete di attuazione del progetto**

Il Bacchanale 2024 ha proseguito sul trend, inaugurato nel 2023, di raddoppiare la programmazione suddividendo in due metà complementari le possibili attività, eventi, incontri che il tema consentiva di analizzare. "Anteprima Bacchanale" ha rappresentato un primo assaggio della rassegna trasportandoci all'interno del mondo dell'olio extravergine di oliva, prodotto distintivo del territorio imolese. Sono state allora valorizzate le produzioni locali grazie all'evento, in collaborazione con Slow Food Emilia-Romagna, di presentazione della "Guida agli extravergini". Come scegliere e dove trovare un buon extravergine" (Slow Food editore 2024). Un vero e proprio viaggio alla scoperta di uno dei simboli della dieta mediterranea e dell'Italia nel mondo: prodotto principe, con il grano e il vino, di un Paese ricchissimo di biodiversità, anche nel settore olivicolo. È stata inoltre l'occasione per approfondire la conoscenza, attraverso una degustazione guidata, degli oli prodotti nel territorio di Imola e del Circondario, descrivendone le caratteristiche, la produzione, e le specificità legate al territorio. A complemento di questa attività di divulgazione sull'olio, un grande stand centrale dove si sono alternati ai fornelli i migliori chef di Imola che hanno costruito un menu, dall'antipasto al dolce, che ha messo in risalto tutte le possibili declinazioni dell'olio.

Il programma autunnale è stato costruito nell'ottica di valorizzare tutte le differenti anime del Bacchanale, cercando di rispondere alle esigenze del pubblico della rassegna, sempre piuttosto variegato. Innanzitutto il programma culturale, elemento fondamentale della rassegna, ha visto la partecipazione di eccellenze del mondo della cultura e della gastronomia che hanno partecipato ad eventi di diversa natura: dalle lectio magistralis - la tradizionale apertura della rassegna è stata affidata al Professor Massimo Montanari, padre della storia dell'alimentazione in Italia - ai dialoghi a più voci - è stata già citata la conferenza che ha visto come protagonisti Massimo Montanari e Alessandro Barbero. Ad essi si sono aggiunti due eventi di grande spessore: il talk che ha visto la partecipazione di Eleonora Cozzella, direttrice de "Il Gusto" e Fausto Borella, fondatore dell'Accademia Maestr'd'olio ed esperto di olio di oliva che hanno dialogato con Massimo Montanari e la presentazione del libro "Un filo d'olio" (Sellerio, 2011) della scrittrice Simonetta Agnello Hornby che ha ripercorso la storia della propria famiglia attraverso le ricette che la madre e la zia le hanno insegnato da bambina, facendo riaffiorare un mondo di personaggi, atmosfere e sensazioni del proprio passato.

Infine, un aspetto molto importante dell'edizione autunnale, è stato quello dei laboratori e delle esperienze, uno degli elementi di maggior successo delle ultime edizioni. Si sono così susseguiti, in particolare modo nel periodo di utilizzo della struttura in piazza Matteotti (dal 27 ottobre al 3 novembre) vari laboratori in cui il pubblico ha potuto sperimentare in prima persona la preparazione di cibi e alimenti che contenessero l'olio, valorizzando sia prodotti tipicamente regionali (le celebri piadine, tigelle) fino ad esplorare cucine extra-regionali o provenienti dall'estero. Tali laboratori sono stati condotti da interlocutori di rilievo e con un'esperienza e un savoir faire unico: Fondazione Casa Artusi, Casa Spadoni. I laboratori sono stati alternati a showcooking con protagonisti noti del mondo della cucina e della pasticceria che hanno raccontato il proprio modo di interpretare la cucina e di utilizzare i prodotti del territorio: Domenicantonio Galatà, Cristiano Tomei, Andrea Palmieri, Victoire Gouloubi, Roberto Valbuzzi, Gino Fabbri si sono resi protagonisti ai fornelli conquistando un pubblico molto ricettivo e curioso di partecipare a queste esperienze.

#### **azioni realizzate e risultati ottenuti rispetto a quelli previsti**

Per favorire un ampliamento del pubblico coinvolto nella rassegna, sono stati implementati alcuni aspetti della comunicazione che avevano ottenuto buoni risultati nelle edizioni precedenti. In questo senso, sono state utilizzate strategie differenti per coinvolgere da un lato il tradizionale pubblico della rassegna che può essere inquadrato nella categoria del turismo di prossimità e dall'altro strategie per far conoscere il Bacchanale anche al di fuori della Regione difficilmente raggiungibile con le modalità comunicative tradizionali.

Per coinvolgere un pubblico di prossimità da un lato sono state confermate le affissioni pubbliche dei manifesti che hanno coperto un territorio vasto raggiungendo: Imola, i Comuni del Circondario imolese (Borgo Tossignano, Casalfiumanese, Castel del Rio, Castel Guelfo di Bologna, Castel San Pietro Terme, Dozza, Fontanelice, Medicina e Mordano) e le città di Bagnacavallo, Bertinoro, Bologna, Brisighella, Budrio, Casola Valsenio, Castrocaro Terme e Terra del sole, Cento, Cesena, Faenza, Ferrara, Firenzuola, Forlì, Forlimpopoli, Lugo, Massa Lombarda, Modena, Ozzano dell'Emilia, Ravenna, Riccione, Rimini, Russi, San Lazzaro di Savena, Santarcangelo di Romagna. Il programma della rassegna è stato stampato nel formato tabloid, come avvenuto per l'edizione 2023, ed è stato distribuito a domicilio a tutti i nuclei familiari di Imola e del Circondario; è stato inoltre reso disponibile in tutti i luoghi in cui si sono svolti gli eventi nonché nei principali luoghi di attrazione turistica e di informazione. Dall'altro, la rassegna è stata promossa con spot radiofonici, trasmessi da un'emittente locale, che hanno coperto le quattro settimane e il weekend di "Anteprima Bacchanale" con passaggi giornalieri nel bacino di Imola e Forlì (che comprende tutta la provincia e Ravenna e i Lidi nonché Faenza e Lugo) e Bologna (che comprende anche Ferrara e provincia).

Per quanto riguarda invece l'obiettivo di coinvolgere un bacino sempre più ampio di utenza, si è scelto di collaborare con un'agenzia stampa basata a Milano, esperta del settore, che ha garantito una vetrina importante alla rassegna organizzando una conferenza stampa presso i locali di Agenzia ICE a Milano e prevedendo, per ognuno dei weekend della manifestazione, un press tour pensato per presentare, di volta in volta, un aspetto diverso della rassegna a giornalisti diversi. La rassegna ha ottenuto una copertura molto ampia, testate giornalistiche nazionali hanno dedicato spazio al Bacchanale, evidenziandone gli elementi più caratteristici e di rilievo sia sulla stampa tradizionale sia in formato digitale. La manifestazione ha conosciuto una buona copertura sia su siti online di testate giornalistiche tradizionali, sia su siti specialmente dedicati al mondo dell'enogastronomia (Per riportarne alcuni: ANSA: Bacchanale, un filo d'olio per raccontare Imola e suo territorio - Lombardia - Ansa.it – Repubblica: Il prof Barbero: "Vi racconto di San Francesco e del suo rapporto con il cibo e con la tavola" - la Repubblica – Cook, Corriere della sera: Bacchanale - dal 19 ottobre al 10 novembre, Imola - Autunno 2024, gli appuntamenti a tema food da non perdere Cook - Cucina Corriere.it – La Gazzetta del Gusto: <https://www.gazzettadelgusto.it/eventi/bacchanale-2024-imola-edizione-olio-di-oliva>).

Infine, per la promozione online si è fatto ricorso ad una ditta specializzata in promozione digitale che ha realizzato

una copertura complessiva della rassegna sia attraverso la realizzazione di un piano di comunicazione digitale, sia con una presenza nel corso degli eventi segnalati per poter raccogliere materiale fotografico e video da poter utilizzare successivamente per la promozione della manifestazione.

### **soggetti pubblici e/o privati effettivamente coinvolti nel progetto**

Hanno contribuito ad arricchire la rassegna con eventi a tema e attività: l'Associazione Nazionale città dell'olio, Frantoio Valsanterno, Associazione Libera Terra, Touring Club italiano, Associazione Scarabelli, Accademia italiana della cucina, Università Aperta, Coldiretti, Cia Imola, Confagricoltura Bologna, Unione Generale Coltivatori CISL, Torrefazione Caffè Gourmet, Associazione Trama di terre, Associazione Astrofili imolesi, Associazione Cheftochef, Università di Bologna (sede di Imola), IAL di Imola, Scuole dell'Infanzia Carducci e Vespignani, Nido lo Scoiattolo, Slow Food Imola, Associazione PerLeDonne, Professione Medica In Salute APS, centri sociali del territorio, oltre a 33 ristoranti e alle 5 attività commerciali che hanno aderito alla novità a loro specialmente dedicata, il "Baccanale in boutique".

### **attività svolte, segnalando e motivando gli eventuali scostamenti da quanto indicato in fase di presentazione progetto**

1. Scelta del tema dell'anno: la rassegna viene connotata, di anno in anno, con la scelta di un tema specifico attorno al quale si dipana la costruzione del programma valorizzando le linee di intervento che hanno nella cultura del cibo e nella promozione della città e del territorio il proprio fulcro. La scelta del tema, condivisa con i rappresentanti dei ristoratori e delle associazioni di categoria del commercio e agricole, avviene in una fase molto precoce proprio per consentire lo sviluppo del programma e fare appello a interlocutori e portatori di interesse specifici. "Un filo d'olio" ha permesso, da un lato, di lavorare in continuità con il tema del 2023 "mediterraneo" in ragione dei numerosi punti di contatto tra i due temi, e dall'altro di esplorare tutte le possibili declinazioni del celebre "oro verde" per divulgare la cultura dell'olivo e dell'olio di oliva (ma non solo), e approfondirne gli aspetti legati al territorio.
2. Declinazione delle linee di attività e sviluppo del progetto: nella costruzione del programma, vengono valorizzate e messe in evidenza le tre linee di attività principali: cultura, prodotti ed enogastronomia e turismo e valorizzazione del territorio. Si costruiscono intorno a questi assi fondamentali sia il programma sia l'articolazione dello stesso, valutando la possibilità di organizzare attività specifiche nel periodo primaverile o autunnale. Il progetto e le attività calendarizzate rispondono all'esigenza di costruire un programma, di anno in anno, solido e di valore che possa consentire di approcciare il tema scelto sotto vari aspetti per analizzarne le possibili declinazioni e sfumature.
3. Individuazione calendario, attività e partner tematici: per l'edizione 2024 si è scelto di proseguire sul modello inaugurato in precedenza di proporre il Baccanale su due momenti differenti, la primavera e l'autunno. Ciò ha garantito la possibilità di approcciare il tema secondo modalità differenti e di scegliere attività specifiche per ognuno dei due periodi. La scelta di un tema così strettamente legato al territorio e trasversale ha ampliato il ventaglio di possibili interlocutori per la rassegna: hanno dunque partecipato importanti nomi della cultura, grandi chef che hanno costruito menu per valorizzare l'olio ma anche produttori della filiera olivicola ed esperti del settore che hanno fatto dell'analisi dell'olio e della sua valorizzazione, il centro della propria attività.
4. Realizzazione attività di comunicazione e promozione: la promozione della rassegna inizia con la comunicazione della scelta del tema a partire dalla quale la rassegna viene promossa sia tramite una specifica campagna pubblicitaria avvalendosi della stampa tradizionale, sia attraverso una comunicazione social. La costruzione del programma è proseguita di pari passo alla costruzione di un adeguato calendario editoriale nel quale sono state esplicitate, per ogni attività, tempi e modi per la successiva promozione. A fronte di una copertura generale della rassegna, offerta in particolar modo dai media tradizionali, si è puntato sulla comunicazione social soprattutto per promuovere determinate iniziative alle quali sono stati attribuiti budget specifici per campagne di promozione digitale. Ai social è stato affidato il compito di raccontare in diretta le varie attività (racconto video e fotografico di singoli eventi, riassunto dei weekend o delle iniziative più partecipate). Questa duplice promozione ha garantito una copertura più diffusa e capillare del programma della rassegna.
5. Realizzazione di attività di promozione dei prodotti enogastronomici del territorio, in particolare quelli legati al tema, e percorsi di visita nel territorio e nel centro storico: la scelta del tema ha risposto alla volontà di valorizzare un prodotto presente sul territorio di Imola e del Circondario. L'olio è diventato protagonista di incontri di approfondimento, degustazioni guidate e di un corso di conoscenza e degustazione proposto dall'Università di Bologna. All'interno della XIV edizione di Olimola, rassegna specialmente dedicata alla valorizzazione della filiera dell'olio, si sono svolti due incontri di

approfondimento dedicati all'olio e alla produzione in Emilia-Romagna, accompagnati da degustazioni guidate. Allo stesso modo, alcune aziende produttrici del territorio hanno aperto le proprie porte durante i weekend della manifestazione per accogliere i visitatori e mostrare la filiera produttiva, coniugando l'aspetto formativo con la possibilità di scoprire il territorio in un modo inusuale.

#### **ambito territoriale interessato**

Il programma di eventi si è svolto principalmente nella città di Imola. I Comuni del Circondario imolese hanno aderito proponendo eventi a tema nei rispettivi territori e partecipando direttamente alle iniziative in programma, in modo particolare a quelle legate al settore agroalimentare e alla valorizzazione dei prodotti tipici del territorio.

#### **periodo di svolgimento delle azioni**

Il Bacchanale 2024 si è svolto dal 19 ottobre al 10 novembre, contando, come da tradizioni tre settimane intere di eventi e quattro weekend. Nel mese di maggio, dal 24 al 26, si è svolta "Anteprima Bacchanale", un'anticipazione in chiave primaverile della manifestazione che ha interessato tutto il weekend e coinvolto vari attori del territorio.

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

Il programma 2024 del Bacchanale si inserisce a pieno titolo nell'obiettivo "Food&Wine" avendo come fulcro la valorizzazione e promozione della cultura enogastronomica legata al territorio di Imola e del Circondario. In questo senso, prosegue l'attività di valorizzazione e conoscenza del mondo olivicolo e vitivinicolo attraverso le due rassegne: "Olimola" e il "Banco d'assaggio dei vini e dei prodotti dell'imolese". I due eventi hanno acquisito sempre di più una connotazione unica all'interno della manifestazione, diventando delle vere e proprie "rassegne nella rassegna", ancora di più grazie al fatto che vengono organizzate contemporaneamente e in uno stesso luogo fisico, l'Autodromo Enzo e Dino Ferrari a dimostrazione della convergenza tra le varie anime della città. Una novità di rilievo, la possibilità di partecipare ad un corso di conoscenza e degustazione dell'olio di oliva accompagnati e guidati dai membri del Panel professionale DISTAL (Analisi strumentali e sensoriali degli alimenti) dell'Università di Bologna. Un percorso utile a fornire gli strumenti per conoscere e riconoscere le caratteristiche di qualità dell'olio EVO e un'opportunità per imparare ad assaggiarlo individuandone pregi e difetti. Un successo testimoniato dal "tutto esaurito" delle tre serate del corso. Le attività di approfondimento sono state accompagnate da visite guidate a realtà produttive del territorio (frantoi, aziende agricole) utili per conoscere da vicino le modalità con cui alcuni dei prodotti più in utilizzo nelle nostre cucine assumono le caratteristiche per cui li apprezziamo tanto. La cultura enogastronomica si riflette inoltre sulle tavole del Bacchanale, dove i prodotti locali sono stati trasformati in gustosi menù dagli chef del territorio.

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

Il Bacchanale è una manifestazione fortemente radicata nella storia della città di Imola e nel territorio. Ciò è stato reso possibile da un continuo lavoro di consolidamento dei suoi elementi più distintivi e una costante innovazione alla ricerca di nuovi spunti di riflessione e nuove modalità con cui approcciarsi alla materia. In questo senso, anche nel 2024, si è lavorato per consolidare gli elementi più forti della rassegna e al contempo si è dato nuovo impulso con l'inserimento di elementi di novità. La Tensostruttura in piazza Matteotti ne rappresenta la scommessa maggiormente riuscita, in soli otto giorni di attività, hanno partecipato agli eventi in programma al suo interno circa 2.500 persone.

#### **caratteristiche progettuali di integrazione e diversificazione di prodotti e servizi inerenti a settori economici diversi (ad esempio: commercio, agricoltura, artigianato, trasporti)**

Ulteriore novità dell'edizione 2024 è il "Bacchanale in boutique", un'iniziativa ideata per coinvolgere gli operatori commerciali del centro storico e invitarli a proporre iniziative a tema da svolgere all'interno dei propri negozi in collaborazione con le aziende agricole del territorio. Sono nati cinque appuntamenti, inseriti nel programma, che hanno valorizzato le produzioni del territorio sfruttando la possibilità di avvicinarsi al pubblico in un contesto inusuale. Sono nate quindi piccole degustazioni di olii del territorio, degustazioni di vino e presentazioni di prodotti a km0 all'interno delle boutique del centro cittadino, contrassegnate per l'occasione con uno speciale adesivo che rendeva facilmente riconoscibili i negozi aderenti. Le iniziative, oltre ad essere inserite in programma, sono state protagoniste di una comunicazione ad hoc, online, grazie alla realizzazione di un video a loro dedicato in cui hanno potuto presentare le proprie attività e i propri prodotti in veste "Bacchanale". Si conferma inoltre la partecipazione di

alcuni ristoranti presenti nei Comuni del Nuovo Circondario Imolese con menu a tema e iniziative legate alla rassegna.

#### **azioni di riduzione dell'impatto ambientale in fase di progettazione e realizzazione**

Per l'edizione 2024 si è proseguito sul solco di quanto inaugurato già nelle edizioni precedenti limitando l'utilizzo dei materiali cartacei. Si è deciso di stampare un unico oggetto fisico, nel formato tabloid, invece che duplicare le pubblicazioni contenenti il programma e i menù a tema come veniva fatto in passato (libretto del programma e numero speciale di "Imola notizie" in formato quotidiano). Ad una progressiva riduzione degli stampati ha fatto seguito un incremento nella produzione di materiali digitali e un rafforzamento della presenza online.

#### **azioni di promozione del turismo accessibile, in particolare in riferimento all'accessibilità a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive**

Tutti gli eventi del Baccanale 2024 organizzati direttamente dall'Amministrazione comunale si sono svolti all'aperto o in luoghi accessibili privi di barriere architettoniche. Nel corso dell'anteprima di maggio, le attività si sono svolte in piazza, e quindi sono state facilmente accessibili. Per quanto riguarda il periodo autunnale, la struttura allestita in piazza Matteotti disponeva di ingressi su tutti i lati a piano strada e quindi facilmente accessibile, mentre tutti i luoghi della cultura in cui si sono svolti incontri o conferenze erano privi di barriere architettoniche.

#### **eventuale previsione di vendita di biglietti a carico dell'utente finale per poter usufruire dei servizi promossi**

Le attività in programma promosse direttamente dall'Amministrazione comunale si sono svolte in maniera totalmente gratuita per il pubblico di partecipanti. Solo alcune attività laboratoriali o di degustazione, proposte da aziende private o pubblici esercizi, prevedevano il pagamento di una piccola quota di adesione.

#### **realizzazione di materiale foto e video, anche con drone**

L'intera manifestazione è stata documentata, per tutto il periodo, con foto e video realizzati da un'agenzia responsabile anche della comunicazione digitale. Le foto e i video realizzati sono stati successivamente utilizzati per la promozione della rassegna stessa sia sui canali digitali (Facebook: [www.facebook.com/imolabaccanale](http://www.facebook.com/imolabaccanale), Instagram: [www.instagram.com/culturacomuneimola/](http://www.instagram.com/culturacomuneimola/), sito internet della rassegna: [www.baccanaleimola.it/](http://www.baccanaleimola.it/), Agenda Cultura: [www.culturaimola.it/festivals/baccanale-2024](http://www.culturaimola.it/festivals/baccanale-2024)) sia a corredo dei comunicati stampa inviati a settimanali e quotidiani.

#### **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**

Anteprima Baccanale è stata inserita all'interno del cartellone di iniziative "Bologna Estate", cui si è appoggiato per la promozione in particolare sui canali digitali. Grazie al supporto di un'agenzia stampa, sono stati organizzati dei press tour per piccoli gruppi di giornalisti che hanno partecipato a tutti e quattro i weekend della manifestazione contribuendo a far conoscere il Baccanale anche al di fuori dei confini cittadini.

#### **breve report dei risultati delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse rispetto all'edizione precedente**

La possibilità di ospitare alcuni degli eventi in programma in un luogo coperto ma ben visibile e facilmente accessibile da parte del pubblico ha sicuramente garantito una più grande visibilità alla rassegna e una maggiore "identificabilità" della stessa. Inoltre, il fatto che la struttura in piazza Matteotti fosse facilmente modulabile in base alle esigenze delle varie attività in programma, ha garantito che potessero svolgersi in questo spazio molti eventi anche di carattere piuttosto diverso: dai laboratori per i bambini, agli showcooking, alle conferenze e presentazioni. L'articolazione della rassegna su due periodi temporali distinti ha ancora una volta dimostrato di essere una strategia efficace soprattutto per creare nel pubblico l'aspettativa per l'edizione autunnale.

Il supporto di una agenzia stampa di rilievo nazionale e di una ditta specializzata in comunicazione digitale hanno costituito due pilastri fondamentali per favorire una migliore diffusione delle informazioni relative alla rassegna anche in città e territori meno vicini a Imola.

#### **informazioni e dati utili a dare evidenza dei risultati ottenuti (in relazione ai criteri ed alle modalità di riscontro dei risultati indicati in domanda)**

La manifestazione ha avuto una buona affluenza di pubblico. "Anteprima Baccanale" ha visto la partecipazione di un pubblico vario che ha aderito con entusiasmo alle attività in programma e ha gustato con piacere i piatti dei cuochi e cuoche imolesi senza necessariamente doversi recare nei singoli ristoranti. La varietà della proposta e i

prezzi, accessibili e uniformi, hanno convinto il pubblico che ha partecipato anche a più di una serata. In autunno, ottimi risultati per la rassegna che ha confermato il valore della propria offerta; il pubblico infatti è rimasto costante nelle quattro settimane della manifestazione. Alcuni degli eventi della manifestazione sono stati letteralmente presi d'assalto dal pubblico: i biglietti per la conferenza di Alessandro Barbero, disponibili gratuitamente sulla piattaforma VivaTicket, sono stati esauriti in pochi minuti; il corso di degustazione dell'olio organizzato dall'Università di Bologna ha esaurito i posti prima dell'inizio del corso stesso e è stata costituita una corposa lista d'attesa di persone interessate che non hanno potuto accedere al corso. Anche i laboratori e gli showcooking hanno catturato l'interesse dei partecipanti, sempre numerosi. Lo svolgimento di alcune delle attività in programma all'interno della struttura allestita in piazza Matteotti ha naturalmente facilitato la partecipazione del pubblico che, incuriosito, anche senza averlo programmato, si è fermato per assistere. In crescita costante i social del Baccanale che, grazie ad una presenza costante e dinamica (tantissime le interazioni con i vari ospiti della rassegna) ha visto crescere le proprie statistiche. Nel periodo della rassegna la pagina ha ottenuto 162.979 visualizzazioni, raddoppiandole rispetto al periodo precedente. Le interazioni con i contenuti sono state molto buone e in crescita dall'inizio della manifestazione progressivamente verso la fine. Il pubblico che ha maggiormente interagito con la pagina proviene soprattutto da Imola, e, in percentuali progressivamente minori da Bologna, Ravenna, Faenza, Castel San Pietro Terme e Ferrara.

---

## **LOOKAP! METAMORFOSI E L'APPENNINO RITROVATO: ARTE DIFFUSA, NATURA ED ESCURSIONI**

**PG n. 6173 del 30/01/2025**  
**integrazione PG n. 29161 del 02/05/2025**

presentato da Comune di Alto Reno Terme

Soggetti coinvolti: Comune di Lizzano in Belvedere, Cooperativa Madreselva, Appennino Geopark

Il totale della spesa rendicontata è pari a € 16.000,00, interamente ammessa. Si conferma l'importo concesso pari a € 5.033,84 a fronte della realizzazione delle azioni previste dal progetto, dei risultati attesi e di una spesa rendicontata ammessa uguale alla spesa progettuale ammessa pari a € 16.000,00.
--

### **descrizione consuntiva del progetto**

Il progetto, in collaborazione con il Comune di Lizzano in Belvedere e le Associazioni Appennino Geopark e Cooperativa Madreselva che da anni operano in questi territori, è stato realizzato da giugno a settembre 2024 prevedendo un calendario escursionistico e culturale alla scoperta dell'Appennino Tosco-Emiliano. Tutte le attività sono state realizzate gratuitamente per i turisti che hanno pernottato nei Comuni di Alto Reno Terme e Lizzano in Belvedere. Solo per le escursioni gestite da Appennino Geopark i residenti pagavano una somma pari a 5 euro per la copertura dell'assicurazione. Il programma delle escursioni ha messo 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 si è focalizzato su 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 conseguiti**

- 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.

### **modalità concrete di attuazione del progetto**

Di seguito i dettagli relativi al programma delle escursioni organizzate e gestite da Appennino Geopark:

- luglio Sabato 6 luglio: escursione guidata “I mulini del Randaragna”.
- Domenica 7 luglio: visita guidata “Porretta Terme e la sua storia”.
- Lunedì 8 luglio: visita guidata personalizzata dedicata al centro di Porretta, il soul e la street art
- Sabato 13 luglio: escursione guidata “Il Parco del Corno alle Scale e le brughiere d'alta quota” (appuntamento dedicato al territorio di Lizzano in Belvedere).
- Domenica 14 luglio: visita guidata “Porretta Terme, Monte della Croce, Madognana”.
- Mercoledì 17 luglio: visita guidata personalizzata dedicata al centro di Porretta il soul e la street art.
- Sabato 20 luglio: escursione guidata “Le cascate del Dardagna” (appuntamento dedicato al territorio di Lizzano in Belvedere).
- Domenica 21 luglio: escursione guidata “I Bagni della Porretta, la storia e le Terme”.
- Giovedì 25 luglio: visita guidata personalizzata dedicata al centro di Porretta, il soul e la street art
- Sabato 27 luglio: escursione guidata “Monteacuto delle Alpi e il borgo di Tresana” (appuntamento dedicato al territorio di Lizzano in Belvedere)
- Domenica 28 luglio: visita guidata “Porretta Terme, il soul e la street art”.
- Giovedì 1 agosto: escursione guidata personalizzata a Tresana e al Santuario di Madonna del Faggio
- Sabato 3 agosto: escursione guidata “Il sentiero dei sette casoni” (appuntamento dedicato al territorio di Lizzano in Belvedere)
- Domenica 4 agosto: escursione guidata “Porretta Terme, Monte della Croce, Madognana”.
- Martedì 6 agosto: escursione guidata personalizzata dedicata al centro di Porretta Terme e la sua storia.
- Sabato 10 agosto: escursione guidata “Antiche vie tra Granaglione e Lustrola”.
- Domenica 11 agosto: visita guidata “Porretta Terme, le sue acque e il fiume Reno”.
- Lunedì 12 agosto: visita personalizzata del centro storico di Porretta.
- Sabato 17 agosto: escursione guidata “I mulini del Randaragna”.
- Domenica 18 agosto: escursione guidata “Sulle tracce di Guglielmo Marconi: Porretta, Le Croci e ritorno”.
- Mercoledì 21 agosto: escursione personalizzata del centro di Porretta Terme, dedicata alla sua storia,
- Sabato 24 agosto: escursione guidata “Granaglione e la Croce del Cigno”.
- Domenica 25 agosto: escursione guidata “Porretta Terme e la sua storia.
- Mercoledì 28 agosto: escursione guidata personalizzata a Castelluccio e Tresana,
- Sabato 31 agosto: escursione guidata “Le grotte di Soprasasso”.
- Domenica 1 settembre: visita guidata “Porretta Terme, il soul e la street art”.
- Sabato 7 settembre: escursione guidata “Il parco dei laghi Suviana e Brasimone e il castagneto secolare del Poranceto”.
- Domenica 8 settembre: visita guidata “I Bagni della Porretta, la storia e le Terme”.

Di seguito le escursioni e gli eventi culturali/di animazione gestiti e organizzati dalla Cooperativa Madreselva:

- Sabato 29 giugno ore 15 , In chiusura al Festival Cinema Ritrovato Kids, Schermi e Lavagne Cineteca di Bologna inaugura la mostra “LA MONTAGNA” presso il Rifugio Duca degli Abruzzi: un pomeriggio insieme all'autore Andrea Antinori per scoprire creature e personaggi che popolano i suoi libri;
- Giovedì 10 luglio ore 10, Storie selvatiche, L'uccello di carta e altri animali Biblioteca il Martignano di Lizzano in Belvedere, Mattine di letture, laboratori ed esplorazioni per bambini e bambine;
- Domenica 14 luglio ore 10 Il Sentiero - Porretta Terme, una passeggiata per bambine e bambini in compagnia di un vecchio tasso che ci mostrerà i segreti del bosco;
- Sabato 20 luglio ore 16:30 il laboratorio radio - parchetto di Vidiciatico, agenda presenta: il lavoro della radio attraverso giochi, letture e musica per creare contenuti che andranno in onda su radio città fujiko;
- Domenica 21 luglio ore 10, Nel Verde Dell'appennino – Granaglione. Una passeggiata per bambini e famiglie al fresco dei grandi giganti verdi che popolano l'Appennino;
- Giovedì 25 luglio Ore 10, Storie Selvatiche, La gara delle coccinelle - Biblioteca il Martignano di Lizzano in Belvedere. Mattine di letture, laboratori ed esplorazioni per bambini e bambine; - Giovedì 25 luglio Ore 21, Mery E Lo Spirito Di Mezzanotte (Enzo d'Alò Italia, 2023, '85) - Cinema Teatro la Pergola. Ambientata tra i colorati paesaggi dell'Irlanda, è la storia dell'undicenne Mary, che per inseguire i suoi sogni dovrà affrontare degli ostacoli imprevisti;
- Sabato 27 luglio Ore 15, Maria Sybilla Meryan, La Magia Della Crisalide - Rifugio Segavecchia. Inaugurazione della mostra di Anna Paolini e “Imparo a disegnare come Maria Sybilla” laboratorio artistico a cura dell'artista per bambini e bambine.

- Giovedì 1 agosto Ore 10, Storie Selvatiche, Semi, alberi, boschi - Biblioteca il Martignano di Lizzano in Belvedere. Mattine di letture, laboratori ed esplorazioni per bambini e bambine;
- Sabato 3 agosto Ore 10, Foglie Intrecciate - Bosco Fontana d’Affrico, Vidiciatico. Seguendo la forma di foglie raccolte nel bosco, realizzeremo dei mini quadri, intrecciando fili colorati;
- Domenica 4 agosto, Ore 10-13, Storie Di Pietra – Farnè. Storie di uomini, fiumi e popoli antichi... escursione guidata per bambini e famiglie a cura dell’Ente Parchi Emilia Orientale; - Giovedì 8 agosto Ore 16, F – Gli Amici Immaginari (John Krasinski - USA, 2024, ‘104) - Cinema Teatro la Pergola. Grazie al suo insolito super potere Bea si imbarcherà in una magica avventura;
- Sabato 10 agosto Ore 10, Vita Tra Terra E Acqua - Parco del Corno alle Scale. Escursione guidata per bambini e famiglie a cura dell’Ente Parchi Emilia Orientale;
- Domenica 11 AGOSTO, Ore 17:30, La Marcolfa - Montecatini, Solea la Biblioteca sul crinale, Spettacolo teatrale e botanico itinerante. La Marcolfa arriva da lontano, trasporta erbe profumate, selvatiche, curative. Una donna che porta, con saggezza, racconti e ricette dal passato, custodendo storie dimenticate. Di e con Marta Mingucci;
- Sabato 17 agosto Ore 10-13 Gli Occhi Delle Montagne - Pianaccio, mattinata dedicata ai ragazzi 13-17 anni coinvolti nel progetto “Giovani in Appennino” insieme ad Ass. Yoda e allestimento nel borgo di una mostra diffusa. Ore 17, Le Lanterne Magiche - Pianaccio, Piazza della Chiesa, Laboratorio da 0 a 99 anni a cura di Cooperativa Madreselva di costruzione di lanterne creative che verranno utilizzate alla sera per una passeggiata notturna. Ore 20:30, La Grande Lanterna D’incanto - Pianaccio, Piazza della Chiesa, Passeggiata notturna aperta a tutti guidata da Cooperativa Madreselva
- Domenica 18 agosto Ore 18:30, Aperitivo Danzante insieme al gruppo folk DaDgad - Az. Agricola Canappennino a Castelluccio, Alto Reno Terme. Aperitivo-bio, visita all’Az. Agricola, balli e danze per grandi e piccini.

#### **azioni realizzate e risultati ottenuti rispetto a quelli previsti**

- 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, dell'escursionista più esperto al meno. Sono state realizzate n 20 escursioni collettive e 8 personalizzate (vedi sotto) 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 “Crinali”) 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 Montecatini delle Alpi in collaborazione con la biblioteca di Crinale Solea;
- Aperitivo bio con musica e spettacolo presso la realtà florovivaistica del “Canappennino” nel borgo di Castelluccio con possibilità di visita al Castello Manservigi;
- Proiezioni per bambini e ragazzi presso il Cinema Teatro “La Pergola” in collaborazione con la Cineteca di Bologna.

#### **soggetti pubblici e/o privati effettivamente coinvolti nel progetto**

Comune di Lizzano in Belvedere, Cooperativa Madreselva, Appennino Geopark

#### **attività svolte, segnalando e motivando gli eventuali scostamenti da quanto indicato in fase di presentazione progetto**

Le azioni svolte sono state indicate precedentemente e non segnaliamo alcuno scostamento importante rispetto al progetto presentato.

#### **ambito territoriale interessato**

Comune di Alto Reno Terme, Comune di Lizzano in Belvedere e comuni limitrofi dell’area Appennino

## **periodo di svolgimento delle azioni**

Da giugno 2024 a settembre 2024

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

Tutto il progetto si concentra essenzialmente su alcune linee guida presenti nelle premesse dell'avviso PTPL 2024 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;
- 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;
- 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, Montecatone delle Alpi, Pianaccio).

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

Il 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 dando spazio, non solo alla natura (centrale nel nostro territorio), ma anche alle antiche tradizioni e musiche nonché la modernità ci porta a dimenticarle.

## **caratteristiche progettuali di integrazione e diversificazione di prodotti e servizi inerenti a settori economici diversi (ad esempio: commercio, agricoltura, artigianato, trasporti)**

I turisti e la guida hanno usato, ove possibile, i trasporti pubblici. Sono state organizzate visite in alcune realtà produttive del territorio (Caseifici, Birrifici, Aziende Agricole ...) con anche degustazioni di prodotti locali, incentivando così l'acquisto da parte del turista dei prodotti tipici e dell'artigianato del territorio.

## **azioni di riduzione dell'impatto ambientale in fase di progettazione e realizzazione**

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 è stata 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.

## **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 sono state rese disponibili anche a persone con disabilità motorie, sensoriali e cognitive.

Tutti gli spettacoli, le mostre e le letture sono resi fruibili anche a persone con qualsiasi tipo di disabilità, cercando di organizzarsi al meglio per quanto riguarda le criticità territoriali. E' stato messo a disposizione un numero per informazioni e prenotazioni in modo che chiunque avesse difficoltà, le abbia potute comunicare in tempo utile per la programmazione.

## **eventuale previsione di vendita di biglietti a carico dell'utente finale per poter usufruire dei servizi promossi**

Quasi tutti gli eventi sono stati gratuiti, alcune escursioni a pagamento per i residenti (raccolti 350,00 euro lasciati ad Appennino Geopark come sostegno all'associazione stessa).

## **realizzazione di materiale foto e video, anche con drone**

Sono stati realizzati foto e video che sono 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

//

**breve report dei risultati delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse rispetto all'edizione precedente**

Questo è il primo anno in cui il Comune di Alto Reno Terme e quello di Lizzano in Belvedere presentano congiuntamente il progetto. Non sono comunque emerse criticità particolari.

**informazioni e dati utili a dare evidenza dei risultati ottenuti (in relazione ai criteri ed alle modalità di riscontro dei risultati indicati in domanda)**

Complessivamente alle escursioni indicate nella prima parte della rendicontazione di cui sopra, gestite da Appennino Geopark, hanno partecipato n. 466 persone avendo un tetto massimo di 20 persone ad escursione.

Complessivamente agli eventi indicati nella prima parte della rendicontazione di cui sopra, gestiti da Cooperativa Madreselva, hanno partecipato n. 672 persone.

---

## **FANTASTIKA “LA FORMA DEL DRAGO” - VII EDIZIONE BIENNALE D'ILLUSTRAZIONE**

**PG n. 6651- 6657-6661-6673-6721 del 03/02/2025**

**integrazione PG n. 32008 del 14/05/2025**

presentato da Comune di Dozza

Soggetti coinvolti: Comune di Castel Guelfo di Bologna, Comune di Monzuno, Fondazione Dozza Città d'Arte (organizzatore per il Comune di Dozza)

Il totale della spesa rendicontata è pari a € 24.200,00, interamente ammessa. Si conferma l'importo concesso pari a € 7.590,00 a fronte della realizzazione delle azioni previste dal progetto, dei risultati attesi e di una spesa rendicontata ammessa superiore alla spesa progettuale ammessa pari a € 23.000,00.

### **descrizione consuntiva del progetto**

Il progetto della VII edizione di Fantastika è stato curato dalla Fondazione Dozza Città d'Arte in sinergia con l'Amministrazione Comunale di Dozza e l'AIST (Associazione Italiana Studi Tolkieniani), con iniziative collaterali a Castel Guelfo di Bologna e Mordano.

Fantastika è nata nel 2014 per ospitare un evento dedicato all'illustrazione e all'arte fantastica e nel 2018 è diventata Biennale con un focus sull'illustrazione fantasy young/adult. Nel festeggiare il decimo anno, il programma di Fantastika si focalizzerà soprattutto sulle live performance e l'illustrazione per ragazzi. La manifestazione intende infatti far conoscere l'illustrazione fantastica e le opere editoriali o cinematografiche dalle quali essa trae ispirazione. A tal fine, si avvale della collaborazione di professionisti del settore, creativi e docenti di fama nazionale e internazionale, attraverso l'organizzazione di mostre, workshop, dibattiti e live performance, promuovendo l'illustrazione come forma d'arte. Fantastika collabora con artisti e autori che hanno lavorato in ogni settore, dai film e videogiochi fino a tutte le forme di editoria. Gli artisti, illustratori, pittori e scultori vengono selezionati in base alle opere editoriali pubblicate, all'originalità e/o all'impatto artistico-culturale che il proprio operato ha riscontrato nel settore del fantastico. Su questa impostazione si è basato il programma che festeggia i dieci anni di Fantastika, manifestazione che si è svolta a Dozza nei giorni 21 e 22 settembre 2024. Fantastika, pur essendo relativamente recente, è già diventata elemento identitario che qualifica l'offerta turistico-culturale di Dozza, una piccola città d'arte caratterizzata da un ricco patrimonio storico, artistico, ambientale e culturale, riconosciuta come uno dei Borghi più Belli d'Italia e da poco entrata a far parte delle Bandiere Arancioni del Touring Club Italiano. Il progetto si è coordinato ed integrato con le risorse create dalle passate edizioni. In primo luogo c'è Fyrstan, il famoso drago che dal 2016 riposa nel Mastio della Rocca di Dozza e che si sveglia proprio in occasione di Fantastika attirando migliaia di turisti. Fyrstan (dall'anglosassone antico Fyr-Stan = pietra di fuoco) trae spunto dalla tradizione e dal folklore locale. Esso è un elemento fortemente attrattivo per ogni tipo di turista, dal bambino all'adulto, dal turista locale a quello estero; in particolare, poi, lo risulta per un visitatore che è anche cultore del genere fantastico. Questa installazione scenografica unica nel suo genere in Italia rappresenta un elemento di grande suggestione che riporta la mente al passato glorioso in cui miti e leggende pullulavano in tutto il territorio. Fantastika si è rilevato un elemento trainante sul piano turistico-culturale tanto da portare nel 2018 alla nascita del Centro Studi Tolkieniani “La tana del Drago” in una palazzina storica del borgo di Dozza sita in via XX Settembre n. 2.

La VII edizione ha mantenuto tutti i requisiti qualitativi delle precedenti e le attività sono state dislocate, in ragione dei loro contenuti, su diverse sedi: la Rocca, il Centro Studi “La tana del Drago”, il Teatro comunale, il borgo medievale. Inoltre, eventi correlati si sono sviluppati nei limitrofi Comuni di Castel Guelfo di Bologna, che ha già partecipato ad altre edizioni della manifestazione, e Mordano, new entry di questa edizione. Elemento distintivo della manifestazione è sempre stata la presenza in contemporanea di illustratori professionisti ed emergenti invitati ad esporre e a disegnare dal vivo. Presso i loro artist desk il pubblico ha avuto l'occasione di vedere gli artisti lavorare dal vivo, relazionarsi con loro e chiedere informazioni sul loro operato. Come nelle scorse edizioni, è stato fornito ampio spazio alle mostre, allestite in diverse sedi: esposizioni legate al genere fantastico in Rocca, quelle più aderenti all'etica e al genere fantasy nel Centro Studi. Le mostre hanno una durata superiore rispetto ai giorni della manifestazione.

Al fine di arricchire il programma e allargare la comunicazione a pubblici anche meno specialistici, sono state introdotte alcune iniziative. A titolo esemplificativo, si citano: bancarelle a tema fantasy, giochi di ruolo, visite guidate alle mostre, spettacolo di mangiafuoco del risveglio del drago. Mentre in teatro si sono tenute le conferenze di settore per pubblici specialistici. Per quanto riguarda la presenza degli illustratori, si citano alcuni nomi noti che hanno partecipato all'edizione 2024: Alberto Dal Lago, Mirti, Antonello Venditti, Laura Di Paoli, Giacomo Galligani, Davide Romanini, Maria Distefano, Paolo Barbieri, Emanuele Manfredi, Dany Orizio, Luca Trentin e alcuni altri. Inoltre, sono stati coinvolti relatori, autori, traduttori, artisti, artigiani.

Il titolo di quest'anno è stato “La forma del Drago” perché Fantastika “ha cambiato forma” affiancando all'illustrazione young/adult anche quella per ragazzi e ponendo una particolare attenzione anche alle origini del drago e delle creature fantastiche e ai loro significati nell'araldica, nel folklore, nel cinema e nella letteratura. Il genere fantastico, e in primis quello fantasy, è un ambito altamente creativo che offre l'opportunità di riscoprire le radici del mito attraverso la letteratura, gli antichi mestieri, le varie forme d'arte e d'intrattenimento di genere.

Nei Comuni partner di Castel Guelfo e Mordano il progetto si è allineato alla tematica della “forma del Drago” che è stata elaborata in due progetti espositivi che, in modo diverso, si inseriscono nel creare una rete con le altre realtà comunali, e nel creare un rapporto stretto con il territorio, con la sua storia, tradizioni e che hanno creato un ponte con le nuove generazioni. Sono stati coinvolti esperti, i ragazzini de centro giovani, associazioni per rendere ancora più saldo l'attaccamento al territorio e far sì che le nuove generazioni si facciano protagoniste di azioni per la valorizzazione e promozione del territorio. I due Comuni hanno proceduto in una progettazione combinata nella condivisione del percorso di una mostra per creare un evento diffuso e coordinato nelle date anche con gli eventi principali tenutisi a Dozza.

In particolare a Castel Guelfo, presso la sede di Palazzo Malvezzi-Hercolani sono state svolte le seguenti azioni:

1. “Il Fantastiko in Emilia-Romagna tra scienza e folklore (parte 1)”: un percorso volto alla scoperta dei miti, delle tradizioni e delle fiabe popolati di creature straordinarie, curiose e spaventose che ancora oggi sono fondamentali per l'identità del territorio.
2. “Il custode dei desideri”: installazione artistica dove, attraverso le speranze e i desideri dei guelfesi prende forma il drago protettore di questo tesoro.

Le esposizioni sono state a disposizione per visite guidate per le scuole.

È stato previsto, inoltre, l'inserimento di una mostra mercato del fumetto con noti fumettisti locali durante il periodo delle mostre.

Mentre a Mordano, nella sede del Torrione Sforzesco di Bubano, le azioni hanno riguardato:

1. la realizzazione della seconda parte della mostra “Il Fantastiko in Emilia Romagna tra scienza e folklore”, in continuità con la prima parte svoltasi a Castel Guelfo.
2. Draco Ludos: giochi alla corte del Drago: una due giorni di giochi di ruolo, da tavolo e di miniature accessibili a tutti con attività differenziate per età (bambini, adolescenti e adulti)
3. Incontro con lo scrittore Carlo Lucarelli dal titolo “In compagnia del lupo”

### **obiettivi conseguiti**

Si è riusciti a conseguire gli obiettivi prefissati. L'accoglienza e la partecipazione sono stati molto soddisfacenti e Fantastika ha consolidato il suo pubblico. Così mentre è stato mantenuto vivo l'interesse di un target di pubblico giovane e dinamico, al tempo stesso si è potuto sorprendere ed emozionare il turista itinerante che ha come meta Dozza per i suoi prodotti turistici consolidati, cui occorre proporre offerte sempre più qualificate e rinnovate. Allo stesso modo nei Comuni limitrofi di Castel Guelfo e Mordano si è potuto attrarre flussi turistici nuovi e consolidare l'interesse delle nuove generazioni mantenendo un forte legame con il territorio.

### **modalità concrete di attuazione del progetto**

La VII edizione di Fantastika è stata organizzata dall'Amministrazione Comunale di Dozza, con la gestione affidata alla Fondazione Dozza Città d'Arte. L'evento ha visto numerose collaborazioni, tra cui quella con l'AIST -

Associazione Italiana Studi Tolkieniani, e con i Comuni di Castel Guelfo di Bologna e Mordano. In aggiunta, come evidenziato in questa relazione, FantastikA ha coinvolto altre realtà locali, come associazioni, gruppi di volontariato e aziende, che hanno contribuito in modo significativo alla comunicazione e alla realizzazione dell'evento. Tra queste si annoverano Lucca Comics & Games, la Pro Loco di Dozza, gli Alpini di Dozza, la CGAM locale e la Croce Rossa, solo per citarne alcune.

Un elemento centrale della manifestazione, come previsto dal progetto, è stata la partecipazione di illustratori, sia professionisti che emergenti, invitati a esporre le loro opere e a realizzare disegni dal vivo. Sono state organizzate mostre in diverse location, con ampi spazi dedicati all'arte. Inoltre, sono stati proposti numerosi spettacoli collaterali, tra cui performance, musica, teatro e laboratori, che hanno animato l'intero borgo, offrendo un'esperienza culturale ricca e variegata.

Come previsto dal piano di comunicazione, l'organizzazione ha curato ogni aspetto legato alla promozione dell'evento, sia a livello tradizionale che digitale. In questo contesto, è stata fondamentale la collaborazione con gli uffici IAT/APT dell'Emilia Romagna, il circuito Card Cultura, le associazioni di albergatori e ristoratori, e vari uffici stampa e associazioni culturali, che hanno contribuito a diffondere l'informazione e attrarre il pubblico.

Nei Comuni di Castel Guelfo e Mordano la realizzazione delle attività è stata affidata alla Coop. Il Mosaico che ha messo in atto quanto necessario per la realizzazione del progetto.

### **azioni realizzate e risultati ottenuti rispetto a quelli previsti**

Tra le azioni realizzate a Dozza si segnalano:

- Organizzazione eventi (mostre, laboratori, workshop, conferenze, seminari, spettacoli, bancarelle) che hanno portato un ingente numero di partecipanti (oltre 5000) a visitare il Borgo di Dozza nel weekend della manifestazione.
- Stampa materiale promozionale che ha registrato un certo numero di copie stampate e distribuite non solo a Dozza, ma anche in tutti i Comuni del Nuovo Circondario Imolese.
- Azioni di comunicazione a supporto della manifestazione (media, social network, internet) che si è tradotta in: rassegna stampa, counter che hanno registrato oltre 2.000 accessi nei siti web di FantastikA, della Fondazione Dozza Città d'Arte, del Comune di Dozza e valutazioni quantitative su presenze turistiche a Dozza e nel Circondario Imolese, monitoraggio campagne di web marketing e social network, dirette streaming. Grazie alla collaborazione dell'AIST – Associazione Italiana Studi Tolkieniani, è stata fatta attività di comunicazione e promozione attraverso i canali dell'associazione.
- Promocommercializzazione turistica che ha coinvolto operatori, giornalisti e addetti agli uffici APT e IAT del territorio.
- Spettacoli, eventi, visite guidate, tour per specialisti ed esperti del settore che hanno garantito la presenza e la visibilità di FantastikA presso i media.
- Conferenza stampa presso ExtraBO in Piazza Nettuno a Bologna, che ha garantito la presenza e la visibilità di FantastikA presso i media.

A Castel Guelfo di Bologna:

- sono state realizzate le mostre in progetto;
- è stata organizzata una serata inaugurale con visita guidata;
- sono state realizzate delle visite guidate per le scuole;
- è stata realizzata una bibliografia tematica;
- è stata realizzata la mostra mercato "Guelfo Comics";
- è stato stampato e diffuso il materiale pubblicitario e sono state svolte azioni di comunicazione a supporto della manifestazione.

A Mordano:

- è stata realizzata la mostra in oggetto;
- sono state realizzate le giornate di gioco;
- è stato realizzato l'incontro con Carlo Lucarelli;
- è stata realizzata una bibliografia tematica;
- è stato stampato e diffuso il materiale pubblicitario e sono state svolte azioni di comunicazione a supporto della manifestazione.

### **soggetti pubblici e/o privati effettivamente coinvolti nel progetto**

L'intero progetto della VII edizione di FantastikA è stato promosso dall'Amministrazione Comunale di Dozza ed è stato gestito dalla Fondazione Dozza Città d'Arte. Numerose le collaborazioni, tra cui si segnala quella di AIST - Associazione Italiana Studi Tolkieniani e del Comune di Castel Guelfo di Bologna e di Mordano. Inoltre, come descritto in questa relazione, FantastikA ha coinvolto altre associazioni, gruppi di volontari e società che hanno

fortemente amplificato la comunicazione e la gestione concreta dell'evento, tra cui Lucca Comics & Games, la Pro Loco di Dozza, gli Alpini di Dozza, la CGAM locale, la Croce Rossa, ecc.

A Castel Guelfo e a Mordano sono stati coinvolti nel progetto la Coop Il Mosaico e a Mordano anche l'Associazione Black Isle Society.

### **attività svolte, segnalando e motivando gli eventuali scostamenti da quanto indicato in fase di presentazione progetto**

Come da progetto iniziale, l'edizione di quest'anno si è svolta il 21 e 22 settembre 2024, nonostante le condizioni meteo avverse che, fino a pochi giorni prima della manifestazione, non accennavano a migliorare. Infatti, il territorio limitrofo al Borgo di Dozza i giorni precedenti a Fantastika è stato colpito da violente e forti piogge.

L'edizione di quest'anno è riuscita a mantenere sostanzialmente il format in presenza delle edizioni precedenti, confermando alcuni protagonisti storici che hanno contribuito alla nascita della manifestazione, e puntando su nuove personalità e attività per restare al passo con i tempi.

Come da progetto, elemento trainante della manifestazione è stata la presenza in contemporanea di illustratori professionisti ed emergenti invitati ad esporre e a disegnare dal vivo. Per loro, nella Rocca, sono stati predisposti degli artist desk.

Come da progetto, è stato fornito ampio spazio alle mostre, allestite in diverse sedi. A titolo esemplificativo, si menzionano le seguenti esposizioni: "DRACONIS FORMA - Illustratori fantasy alla corte di Ulisse", "DRAGHI ED ELFI - Come li vedo io" di Sandro Cleuzo, "TOYS LIFE" di Alessio Vissani e Simone Frascarelli, "LA CASA DIETRO, INNANZI IL MONDO" di Matteo Marcucci, "MYTHOMORPHOSIS" di Celeste Ratazzi, "AREA PERFORMANCE" in collaborazione con Lucca Comics & Games. Queste mostre, come da progetto, hanno avuto una durata superiore ai giorni della manifestazione, proseguendo fino al mese di ottobre.

Come da progetto, sono stati previsti e realizzati spettacoli promozionali collaterali (performance, musica, teatro, laboratori), che hanno animato l'intero borgo allo scopo di arricchire il programma e allargare la comunicazione a pubblici meno specialistici.

Diversamente da progetto, non è stata realizzata una nuova scultura del legno che andrà a comporre il percorso permanente, visibile tutto l'anno, dal nome "Dragonart - La via del drago. Viaggio all'origine del mito" nel parco dietro alla Rocca a causa delle terribili condizioni meteo del 2023 (alluvione di maggio) e del 2024 che hanno causato frane lungo il parco rendendo necessaria, come azione prioritaria, la messa in sicurezza dell'ambiente. A differenza di quanto inizialmente previsto l'attività di creazione delle sculture "DRAGONART - La via del drago. Viaggio all'origine del mito" non è stata realizzata in quanto il parco della Rocca, che avrebbe dovuto ospitarli, necessita di alcuni interventi di ripristino a causa degli eventi alluvionali e delle condizioni meteorologiche avverse del 2023-2024.

Come da progetto, si sono realizzate tutte le azioni legate alla comunicazione. Per la promozione ci si è avvalso del supporto degli uffici IAT/APT dell'Emilia Romagna, del circuito Card Cultura, delle associazioni albergatori e ristoratori, di ufficio stampa, di associazioni culturali. Sono stati utilizzati "nuovi" strumenti di comunicazione per anticipare i tempi e aggiornare le informazioni in tempo reale. Presso la sede di ExtraBO in Piazza Nettuno a Bologna è stata realizzata la conferenza stampa di presentazione della manifestazione.

Come da progetto, sono state organizzate ed allestite mostre e iniziative: si è dato ampio spazio all'organizzazione di eventi con tematiche e connotazioni diverse per rivolgersi a target differenti di pubblico: workshop, laboratori, performance, artist desk dal vivo, conferenze, visite guidate, ecc. Sono state organizzate mostre di varia tipologia (di pittura, fotografiche, di illustrazione). Per rispondere all'esigenza di pubblici diversi, sono state sviluppate in luoghi eterogenei.

### **ambito territoriale interessato**

L'ambito territoriale di maggior interesse della manifestazione è il Comune di Dozza e il suo bacino ma, come ogni anno, anche quest'anno la manifestazione ha valicato i confini comunali e regionali, raggiungendo non solo i limitrofi Comuni di Castel Guelfo di Bologna, Mordano, Imola, Castel San Pietro Terme ma anche Bologna, dove presso l'ufficio di ExtraBO in Piazza del Nettuno è stata realizzata la conferenza stampa nonché una vetrina di promozione turistica di Fantastika, e altre città e regioni di Italia. In questa edizione, migliaia sono stati i turisti che si sono recati a Dozza per ammirare e godere delle iniziative organizzate durante la Biennale di illustrazione; la loro provenienza ricopre l'intero panorama nazionale ed è riuscito ad andare anche oltre, coinvolgendo turisti stranieri di passaggio per il borgo che si appassionano all'evento e tornano nelle successive edizioni. Per questa edizione, le azioni principali si sono concentrate prevalentemente su Dozza ma anche su Castel Guelfo di Bologna e Mordano, territori dove sono state avviate attività collaterali che hanno amplificato l'eco della manifestazione.

### **periodo di svolgimento delle azioni**

Periodo di svolgimento delle azioni:

- organizzazione: febbraio-settembre 2024
- manifestazione e mostre: settembre-ottobre 2024

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

FantastikA nasce nel 2014 e diventa ben presto elemento identitario che qualifica l'offerta turistico-culturale del Comune di Dozza e del bacino territoriale circostante. Ciò ha permesso di capitalizzare questo valore turistico-identitario sfruttando al massimo la comunicazione del prodotto e rendendo il territorio unico e identificabile nella mappa turistica. Inoltre, trattandosi di una manifestazione con sei edizioni alle spalle, consente di sperimentare l'evoluzione del prodotto cercando, di edizione in edizione, di sanare le criticità e offrire un'esperienza sempre migliore al turista. Nonostante le difficoltà vissute con l'emergenza pandemica, in realtà quella situazione ha dato la possibilità di rivedere le azioni e di cogliere l'occasione per attuare una serie di scelte verso il miglioramento di alcuni ambiti di interesse. La Biennale di illustrazione fantasy di Dozza costituisce un appuntamento ormai fisso per molti turisti e per tutti gli appassionati del genere che, dal 2014, si recano nel Borgo per scoprire le attività e le novità della manifestazione. La qualità dell'offerta e dei servizi è sempre stata il primo obiettivo perseguito dagli organizzatori della Biennale. Ci si è sempre avvalsi di esperti e professionisti in grado di garantire l'ottima esperienza di soggiorno dei visitatori. Inoltre, ad ogni edizione FantastikA continua a garantire e sostenere integrazioni settoriali tra il turismo e alcuni ambiti specifici: cultura, attività produttive, artigianato ecc. Il merito di FantastikA è anche quello di aver fidelizzato nuovi profili di viaggiatori che si sono avvicinati al territorio regionale nel lungo periodo pandemico per poi riavvicinarsi una volta venuta meno l'emergenza. Un altro aspetto importante è la collaborazione tra organismi pubblici e i privati: ad ogni edizione il Comune di Dozza collabora con aziende, associazioni, fondazioni, maestranze private del territorio e ciò permette di garantire la conoscenza, nonché competenza delle azioni svolte.

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

FantastikA è nata nel 2014 per ospitare per la prima volta a Dozza un evento dedicato all'illustrazione e all'arte fantastica. Nel 2018 ha assunto carattere Biennale con un focus sull'illustrazione fantasy young/adult. Lo scopo della manifestazione è quello di far conoscere a pubblici eterogenei l'illustrazione fantastica e le opere editoriali o cinematografiche dalle quali essa trae ispirazione. Per fare questo, ogni edizione si avvale della collaborazione di esperti e professionisti del settore, creativi e docenti di fama nazionale e internazionale, e organizza mostre, workshop, dibattiti e live performance, promuovendo l'illustrazione come forma d'arte e allargando l'offerta a pubblici molto eterogenei. FantastikA collabora con artisti e autori che hanno lavorato in ogni settore: dai film ai videogiochi fino a tutte le forme di editoria. Gli artisti, illustratori, pittori e scultori, sono stati selezionati per l'edizione 2024 in base alle opere editoriali pubblicate, all'originalità e/o all'impatto artistico-culturale che il loro operato ha avuto nel settore del fantastico. Tra le personalità presenti, si citano: Alberto Dal Lago, Mirti, Antonello Venditti, Laura Di Paoli, Giacomo Galligani, Davide Romanini, Maria Distefano, Paolo Barbieri, Emanuele Manfredi, Dany Orizio, Luca Trentin. Su questa impostazione si è basato il programma che festeggia i dieci anni di FantastikA che si è tenuto a Dozza nei giorni 21 e 22 settembre 2024. Si può affermare che FantastikA, pur essendo una manifestazione relativamente recente, è già elemento identitario che qualifica l'offerta turistica di Dozza, una piccola città d'arte caratterizzata da un ricco patrimonio storico, artistico, ambientale e culturale, riconosciuta come uno dei Borghi più Belli d'Italia e da poco entrata anche nel Club delle Bandiere Arancioni del Touring Italiano. Il progetto si coordina ed integra con le risorse create dalle passate edizioni. È fondamentale sottolineare, in primo luogo, il Drago Fyrstan (dall'anglosassone antico Fyr-Stan = pietra di fuoco) che trae spunto dalla tradizione e dal folklore locale. Il Drago, che dal 2016 dimora nel mastio della Rocca, è un elemento fortemente attrattivo per ogni tipo di turista (bambini ed adulti, famiglie e coppie); in particolare, lo è per un cultore del genere fantastico perché questa installazione scenografica unica nel suo genere in Italia costituisce un elemento di enorme suggestione. FantastikA si è rivelato un elemento trainante sul piano turistico di Dozza e del suo territorio. Come in ogni edizione, anche quest'anno la Biennale ha portato a Dozza migliaia di turisti, italiani e stranieri, che accorrono per le vie del borgo per vivere e scoprire tutte le iniziative e le performance presenti nel ricco programma di FantastikA.

Nei Comuni partner la mostra "Il Fantastiko in Emilia-Romagna tra scienza e folklore" (parte 1 e parte 2) è stata pensata per valorizzare l'identità storica del territorio, anche in stretta connessione con la nota leggenda del "Drago di Bubano".

“Il Custode dei desideri” invece ha gettato un ponte tra passato e presente coinvolgendo tre giovani designer che hanno elaborato la figura simbolica del drago in chiave contemporanea realizzando un'installazione composta di desideri, principalmente dei bambini, in un'ottica futura.

### **caratteristiche progettuali di integrazione e diversificazione di prodotti e servizi inerenti a settori economici diversi (ad esempio: commercio, agricoltura, artigianato, trasporti)**

Ogni edizione di FantastikA vede la collaborazione con artisti, artigiani e settori economici diversi, il tutto per garantire la varietà dell'offerta e la qualità del servizio. Anche quest'anno, come nelle passate edizioni, è stata messa a disposizione di tutti una navetta gratuita che, nel corso della Biennale, ha consentito al pubblico di raggiungere il Borgo di Dozza. Questa scelta, oltre a facilitare gli spostamenti, è stata adottata anche in un'ottica di sostenibilità, aspetto sempre più importante che l'Amministrazione comunale e la Fondazione Dozza Città d'Arte si impegnano a sostenere con azioni concrete. Altri settori con cui si è collaborato sono stati quello del commercio e dell'artigianato: durante il weekend di FantastikA bancarelle di oggettistica e esperti artigiani sono stati accolti per promuovere i loro prodotti e divulgare il loro sapere. Oltre a ciò, bancarelle di artigiani, librai e molto altro hanno affollato il borgo offrendo la propria arte al pubblico. Fondamentale rimane il rapporto con gli artisti legati al mondo del fantasy: illustratori, disegnatori, fumettisti, fotografi ecc. sono stati presenti nel weekend di FantastikA per performance dal vivo, conferenze, workshop. La presenza di un numeroso pubblico che ha affollato il borgo durante la manifestazione, inoltre, è un'opportunità di potenziamento dell'economia locale. Per venire incontro all'ingente domanda, nel corso del weekend sono stati organizzati truck food lungo le vie del Borgo per offrire un supporto alle attività del centro.

### **azioni di riduzione dell'impatto ambientale in fase di progettazione e realizzazione**

Un'attenzione particolare delle Amministrazioni comunali e della Fondazione Dozza Città d'Arte è stata rivolta ad azioni di riduzione dell'impatto ambientale sia in fase di progettazione che di realizzazione concreta dell'evento. Nella pratica queste azioni hanno riguardato la riduzione della stampa di materiale cartaceo (locandine, programmi, brochure) prediligendo invece una comunicazione più sostenibile attraverso i dispositivi digitali: i siti e le pagine web dedicate all'evento sono state costantemente aggiornate e hanno consentito di offrire una comunicazione mirata e precisa su tutti gli eventi e i protagonisti che hanno partecipato a FantastikA 2024. Un'altra soluzione che è stata adottata anche in questa edizione, per ridurre l'inquinamento ambientale, è stata quella di mettere a disposizione del pubblico una navetta gratuita per consentire ai visitatori di raggiungere Dozza senza dover utilizzare il proprio mezzo di trasporto. Come in ogni edizione, sono stati posizionati lungo il borgo di Dozza cestini per la raccolta differenziata: anche questo gesto costituisce un passo verso la costruzione di un'economia più sostenibile. Inoltre, si è puntato a veicolare la maggior parte delle informazioni e degli aggiornamenti attraverso il digitale: web e social media sono strumenti importantissimi che, se usati correttamente, riducono enormemente l'impatto ambientale.

A Castel Guelfo “Il custode dei desideri” è stato realizzato unicamente con fogli di carta tinti a mano mentre per l'illuminazione sono stati utilizzati led a basso consumo energetico.

### **azioni di promozione del turismo accessibile, in particolare in riferimento all'accessibilità a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive**

Tutti gli eventi, le performance, le bancarelle, le mostre, i laboratori organizzati nel borgo di Dozza sono stati accessibili anche a persone con disabilità motoria. Così come il piano terra della Rocca, dotato di rampa per il passaggio di persone con sedia a rotelle o che utilizzano altri ausili per deambulare, è stato accessibile e tutti gli eventi, le bancarelle e gli artist desk lì collocati sono stati fruiti comodamente.

Palazzo Malvezzi-Hercolani è un edificio storico che ospita gli uffici comunali ed è dotato di pedane e ascensore, tuttavia si è scelto di realizzare gli allestimenti nella corte interna a piano terra per facilitare l'accesso a chiunque. Le visite guidate per le scuole hanno tenuto conto delle necessità speciali per alcuni studenti in difficoltà.

Il Torrione Sforzesco di Bubano si dispone su 3 piani, si è scelto quindi di collocare a piano terra e all'esterno la maggior parte delle attività per dare accessibilità a chiunque. Sono stati inoltre coinvolti educatori che utilizzano il gioco di ruolo con ragazzi con difficoltà con un'importante attenzione al tema.

### **eventuale previsione di vendita di biglietti a carico dell'utente finale per poter usufruire dei servizi promossi**

//

### **realizzazione di materiale foto e video, anche con drone**

Sì, è stato realizzato materiale foto e video.

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

//

breve report dei risultati delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse rispetto all'edizione precedente

//

**informazioni e dati utili a dare evidenza dei risultati ottenuti (in relazione ai criteri ed alle modalità di riscontro dei risultati indicati in domanda)**

Fantastika ha fatto registrare la presenza di oltre 5.000 persone, il materiale promozionale è stato stampato e diffuso in diversi formati, tra cui più di 1600 volantini, oltre 200 manifesti, più di 1000 locandine e in aggiunta anche stampati vari, banner e stendardi.

Alla comunicazione tradizionale attraverso il materiale cartaceo è stata affiancata quella attraverso Internet e i Social network. I counter che hanno registrato oltre 2.000 accessi nei siti web di Fantastika, della Fondazione Dozza Città d'Arte, del Comune di Dozza. Grazie alla collaborazione dell'AIST – Associazione Italiana Studi Tolkieniani, è stata fatta attività di comunicazione e promozione attraverso i canali dell'associazione.

Numerosi i giornalisti presenti alla conferenza stampa presso ExtraBO in Piazza Nettuno a Bologna.

Spettacoli, eventi, visite guidate, tour per specialisti ed esperti del settore che hanno garantito la presenza e la visibilità di Fantastika presso i media.

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Organizzazione eventi, mostre, iniziative	Numero di partecipanti agli eventi, alle mostre, alle iniziative
Stampa e distribuzione materiale promozionale	Numero copie stampate e distribuite
Azioni di comunicazione a supporto della manifestazione (media, social network, internet)	Numero di azioni di comunicazione a supporto della manifestazione (media, social network, internet)
Promocommercializzazione turistica	Numero operatori / giornalisti / APT e IAT
Acquisto spazi pubblicitari, inserzioni su stampa e web, spettacoli, eventi, visite guidate, tour per giornalisti e operatori del settore	Presenza e visibilità del progetto presso media

## CONOSCI LA CICLOVIA DEL RENO? AZIONI PER LA PROMOZIONE DEL CICLOTURISMO IN PIANURA

PG n. 5161 del 27/01/2025  
integrazione PG n. 25694 del 16/04/2025

presentato da UNIONE RENO GALLIERA  
Soggetti coinvolti: Comune di Cento, Sustenia

Il totale della spesa rendicontata è pari a € 6.636,80, interamente ammessa. Si conferma l'importo concesso pari a € 2.639,45 a fronte della realizzazione delle azioni previste dal progetto, dei risultati attesi e di una spesa rendicontata ammessa superiore alla spesa progettuale ammessa pari a € 7.998,32.

### descrizione consuntiva del progetto

Il progetto si è concentrato sulla promozione della nuova ciclovia del Reno con azioni per promuovere la conoscenza della infrastruttura agli operatori di settore e agli addetti ai lavori.

L'azione principale si è concentrata sulla realizzazione di un FAM Trip realizzato in occasione della Fiera del Cicloturismo il 6 aprile 2024.

All'azione principale del FAM Trip sono seguite azione di promozione della ciclovia del Reno sui principali strumenti di comunicazione legati all'ecosistema digitale di eXtraBO; inoltre è stato sviluppato un primo lavoro di studio e ricognizione di un percorso ad anello che coinvolge la Ciclovia del Reno e la Ciclovia del Navile.

### **obiettivi conseguiti**

L'obiettivo principale del progetto, conseguito, è stato quello di far conoscere la Ciclovia del Reno agli operatori turistici internazionali del settore e di testarne il potenziale per un eventuale prodotto turistico.

### **modalità concrete di attuazione del progetto**

L'attuazione del progetto è stata così articolata:

- individuazione delle caratteristiche del servizio e articolazione di un breve capitolato;
- esecuzione del procedimento amministrativo per l'individuazione del soggetto realizzatore del servizio, affidamento ed avvio;
- esecuzione del servizio e delle azioni programmate;
- verifiche e conclusione del procedimento con liquidazione della spesa del servizio.

### **azioni realizzate e risultati ottenuti rispetto a quelli previsti**

- Realizzazione del FAM Trip nell'ambito della Fiera del Cicloturismo di Bologna con risultati migliori rispetto alle previsioni sia in termini di tour operator partecipanti che di gradimento.
- Progettazione di proposte turistiche che integrano le ciclovie della pianura per la proposta di un'escursione ad anello: l'azione, consistente in riunioni di progettazione e sopralluoghi tecnici, ha portato all'individuazione di un prototipo di prodotto turistico, quantomeno nella parte tecnica, e dato avvio all'individuazione delle azioni da intraprendere per concretizzare la proposta; il risultato risulta in linea con quanto programmato.
- Creazione di contenuti sui social media (eXtraBo) per la promozione della Ciclovia del Reno con buoni livelli di interazione da parte del pubblico in linea con le aspettative.

### **soggetti pubblici e/o privati effettivamente coinvolti nel progetto**

Comune di Cento

### **attività svolte, segnalando e motivando gli eventuali scostamenti da quanto indicato in fase di presentazione progetto**

1. Procedimento amministrativo per l'affidamento del servizio;
2. Individuazione delle opportunità già programmate dalla DMO per la realizzazione del FAM Trip e promozione sui social della Ciclovia del Reno;
3. Realizzazione del FAM Trip;
4. Promozione sui social della Ciclovia del Reno: rispetto alla proposta progettuale ci si è concentrati su attività di promozione sui social; il press tour non è stato realizzato per minore disponibilità di risorse assegnate rispetto al progetto presentato;
5. Progettazione di proposte turistiche che integrano le ciclovie della pianura per la proposta di un'escursione ad anello;
6. Feedback e verifiche di gradimento.

### **ambito territoriale interessato**

Pianura Bolognese – Unione Reno Galliera e Comuni di Calderara di Reno, Sala Bolognese e Cento.

### **periodo di svolgimento delle azioni**

Aprile – ottobre 2024

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

L'inserimento del FAM Trip nell'ambito della Fiera del Cicloturismo di Bologna sottolinea la coerenza con gli obiettivi delle Linee guida; inoltre la prototipazione del percorso ad anello sulle ciclovie del Reno e del Navile risulta un primo passo nella costruzione di prodotti turistici capaci di:

- aumentare le presenze turistiche sul territorio, aumentando la permanenza media;

- rafforzare l'identità turistica del territorio Turistico Bologna e Modena aggiungendo un altro tassello all'offerta cicloturistica che contraddistingue l'ambito Pianura Bolognese.

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

Il progetto si è inserito in un più ampio lavoro di valorizzazione e riconoscimento identitario della pianura bolognese in relazione al prodotto Outdoor Active&Slow – cicloturismo accanto, che ha reso la Ciclovia del Reno un'infrastruttura utile per la costruzione di prodotti turistici sul modello della ormai consolidata Ciclovia del Sole.

**caratteristiche progettuali di integrazione e diversificazione di prodotti e servizi inerenti a settori economici diversi (ad esempio: commercio, agricoltura, artigianato, trasporti)**

Il progetto è stato realizzato con l'integrazione di settori economici diversi, più precisamente l'esecuzione ha visto il coinvolgimento diretto dei seguenti settori:

Commercio: ristorazione.

Agricoltura: prodotti tipici, agriturismi.

Trasporti: intermodalità treno + bici, noleggio biciclette

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

L'intero progetto si è sviluppato attorno alla bicicletta e alla fruizione delle ciclovie e dei percorsi ciclabili: la mobilità sostenibile è stato il focus del progetto sfruttando percorsi ciclopedonali pensati per il cicloturismo (la Ciclovia del Reno) e la mobilità sostenibile casa/lavoro (rete della Bicipolitana) per raggiungere altri luoghi nel raggio di pochi chilometri rispetto all'infrastruttura della Ciclovia del Reno.

**azioni di promozione del turismo accessibile, in particolare in riferimento all'accessibilità a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive**

Non sono state eseguite azioni specifiche per la valorizzazione dell'accessibilità.

**eventuale previsione di vendita di biglietti a carico dell'utente finale per poter usufruire dei servizi promossi**

Non sono stati previsti biglietti a carico degli utenti

**realizzazione di materiale foto e video, anche con drone**

Sono state realizzate foto durante il FAM trip

**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 si è integrato con le azioni previste dal Territorio Turistico Bologna-Modena coordinate dalla DMO Bologna Welcome; nello specifico il FAM Trip è stato realizzato nell'ambito della Fiera del Cicloturismo di Bologna.

**breve report dei risultati delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse rispetto all'edizione precedente**

-

**informazioni e dati utili a dare evidenza dei risultati ottenuti (in relazione ai criteri ed alle modalità di riscontro dei risultati indicati in domanda)**

Buona partecipazione dei tour operator (5) al FAM Trip e alto gradimento da parte dei partecipanti.

Buone le reazioni alle azioni di promozione sui social, alto l'interesse da parte dell'utenza tenuto conto che sono state esaurite tutte le copie del materiale cartaceo promozionale della ciclovia del Reno (5000 copie)

---

**BE IN WONDERLAND - CULTURE SPORT NATURE IN IMOLA AREA**

PG n. 6462-6489 del 31/01/2025

PG n. 6618 del 03/02/2025

integrazione PG n. 21369 del 28/03/2025

integrazione PG n. 30182 del 07/05/2025

presentato da NUOVO CIRCONDARIO IMOLESE

Il totale della spesa rendicontata è pari a € 8.426,20, interamente ammessa. Si conferma l'importo concesso pari a € 3.300,00 a fronte della realizzazione delle azioni previste dal progetto, dei risultati attesi e di una spesa rendicontata ammessa superiore all'80% della spesa progettuale ammessa pari a € 10.000,00.

### **descrizione consuntiva del progetto**

La terza edizione 2024 del Progetto "BE IN WONDER LAND - culture sport nature in Imola area" ha consolidato positivamente la vocazione dell'area di riferimento nei confronti di un turismo interessato ad attività all'aperto che permettano contestualmente di conoscere la storia e le eccellenze del territorio a livello culturale, ambientale ed enogastronomico.

La realizzazione delle esperienze è stata preceduta da riunioni tra i referenti dei servizi turismo dei dieci comuni del Nuovo Circondario Imolese nell'ambito della struttura "Coordinamento Turismo", che coordina e promuove le attività di promozione e qualificazione turistica dell'area.

Il calendario è stato predisposto in maniera coordinata e condivisa, previa mappatura dei percorsi da parte di guide turistiche ed ambientali, avvalendosi anche di associazioni locali quali ad es. Proloco.

Il Calendario è stato graficamente redatto in unico depliant "ESPERIENZE", che ha riconfermato la propria brand identity "BE IN WONDERLAND", punto di forza del progetto, da oltre un triennio utilizzata con continuità dal Nuovo Circondario Imolese per contraddistinguere iniziative ed esperienze nell'area imolese a contenuto turistico, per le attività comunicative e di promozione, grafiche e visive, anche digitali.

Il tutto in coerenza con le linee comunicative grafiche e visive del Territorio Turistico Bologna-Modena.

Tutte le esperienze in calendario sono state gratuite.

È stata prevista la prenotazione obbligatoria, principalmente presso lo IAT-R del Nuovo Circondario Imolese nato nel 2024 a seguito della riforma regionale degli uffici di informazione turistica.

Alcune iniziative si sono avvalse anche della presenza di esperti dei vari meta dei percorsi (ad es. storici, astronomi, ornitologi, ecc.) per rendere più interessanti e coinvolgenti gli itinerari.

Le esperienze sono state programmate per i mesi di Settembre ed Ottobre 2025, tuttavia a causa dei noti eventi alluvionali che hanno fortemente colpito l'area imolese, hanno determinato, per ragioni di sicurezza ed impraticabilità di alcuni itinerari (specie quelli in zona montana), ha determinato la necessità di un rinvio ai mesi successivi di Novembre e Dicembre 2025, con aggiornamento dei percorsi e ri-tracciatura delle nuove proposte.

Tutti gli appuntamenti sono stati con successo partecipanti iscritti. Per gruppi molto folti si sono adottati, oltre che una divisione dei gruppi tra più guide, anche strumenti idonei a far seguire al meglio le narrazioni a tutti a mezzo di cuffie microfono distribuite a ciascun turista, collegate alla guida e/o all'esperto narrante.

Le più affascinanti eccellenze turistiche dell'area imolese sono state proposte quali meta di sosta / arrivo nel corso dei cammini, tra queste si evidenziano:

- L' Oasi del Quadrone a Medicina, che con assistenza di esperto ornitologo, ha fornito la possibilità di ascolto dei versi delle principali specie animali presenti nell'oasi
- Le chiese e gli oratori di Castel Guelfo di Bologna, tra cui la Chiesa della Compagnia del SS.mo Sacramento, oggetto di un progetto di rigenerazione urbana che la trasformerà in Teatro della Compagnia
- Il Ponte e il Palazzo degli Alidosi a Castel del Rio, monumento del '300, simboli della famiglia che governò Imola (per circa un secolo) e poi l'alta valle del Santerno per oltre 400 anni
- I Calanchi di Moiano a Castel San Pietro Terme, per la conoscenza dei suggestivi e selvaggi paesaggi delle formazioni calanchive
- Il Borgo di Dozza, per ammirare i famosi "muri dipinti"
- Il Torrione Sforzesco di Mordano, un'escursione sui principali avvenimenti bellici che hanno interessato il territorio condurrà con visita mostra interna sugli armamenti ed equipaggiamenti della II Guerra Mondiale
- Il Bosco della Frattona di Imola, in cui lungo i sentieri interni è stato possibile conoscere in maniera approfondita il particolare ecosistema che lo contraddistingue.

Molti percorsi hanno consentito l'opportunità nel corso, o al termine degli stessi di degustazioni di prodotti tipici dell'enogastronomia presso aziende pertinenti alle aree interessate.

È stata garantita l'accessibilità e la sicurezza per tutti i partecipanti.

Ampia promozione è stata posta in essere sia a mezzo comunicati stampa, social e pubblicità su quotidiani e settimanali.

L'edizione 2024 del Progetto si è conclusa con la produzione di depliant "Itinerari", contenente ciascuno un itinerario per ogni comune del Nuovo Circondario Imolese, autonomamente fruibile dai visitatori, in versioni plurilingue.

### **obiettivi conseguiti**

Il progetto ha raggiunto gli obiettivi previsti, in particolare:

- Dato atto della realizzazione delle esperienze da settembre a dicembre 2024, la conferma di un prodotto idoneo ad essere proposto anche in periodi stagionalizzati, quindi portatore di un aumento delle presenze turistiche;
- La valorizzazione della dimensione turistico-territoriale, storico-culturale ed ambientale ed enogastronomica del territorio di riferimento, mettendo in evidenza gli elementi distintivi e di insieme dei 10 comuni del Nuovo Circondario Imolese;
- La conoscenza esperienziale dei luoghi, combinata con la relativa narrazione specie sotto il profilo storico e naturalistico, con conoscenza dei prodotti tipici.

### **azioni realizzate e risultati ottenuti rispetto a quelli previsti**

Come sopra illustrato si sono realizzate le diverse azioni necessarie alla realizzazione del Progetto, con una intensa attività, periodicamente condivisa tra i vari comuni, inerenti programmazione, organizzazione e realizzazione delle esperienze.

I risultati ottenuti per gradimento di pubblico e degli operatori coinvolti, hanno confermato la qualità turistico-commerciale del prodotto di un forte interesse per un turismo di viaggiatori che amano i cammini in abbinamento ad esperienze di narrazione e sensoriali a carattere ambientale e storico.

### **soggetti pubblici e/o privati effettivamente coinvolti nel progetto**

- Comuni del Nuovo Circondario Imolese
- Associazioni culturali e ambientali del territorio
- Imprese del settore turistico, culturale e ambientale
- Pro Loco dei Comuni del Nuovo Circondario Imolese
- Bologna Welcome
- eXtraBO
- IF – Imola Faenza Tourism

### **attività svolte, segnalando e motivando gli eventuali scostamenti da quanto indicato in fase di presentazione progetto**

- Organizzazione e realizzazione di esperienze (camminate, passeggiate, escursioni) nei 10 comuni del Nuovo Circondario Imolese
- Promozione su social, web. Giornali e riviste delle iniziative
- Distribuzione del Depliant –Calendario “Esperienze” nei maggiori punti di frequentazione turistica (IAT-R, IAT, Bologna Welcome, ExtraBo, ecc.)
- Realizzazione di promo singola per ogni esperienza (anche grafica)
- Tracciatura percorsi in collaborazione con guide turistiche ed ambientali
- Realizzazione depliant “Itinerari” plurilingue.

Il Progetto è stato nel suo insieme realizzato con successo. Unici scostamenti sono stati modificati e slittamento temporale di alcuni itinerari a causa delle emergenze alluvionali di settembre e ottobre 2024.

Ciò ha determinato una lieve minor spesa rispetto alla previsione in quanto, per ragioni di sicurezza dei terreni, non sono state effettuate esperienze con l'ausilio di mezzi di trasporto collettivo (navette, minibus, ecc.) e, pertanto, non sono stati sostenuti i relativi costi previsti.

### **ambito territoriale interessato**

Comuni del Nuovo Circondario Imolese.

### **periodo di svolgimento delle azioni**

Le azioni hanno preso avvio nel mese di marzo 2024 e sono terminate a dicembre 2024. Considerato che la maggior parte dei Comuni è stato oggetto di consultazioni elettorali amministrative 2024, si è verificata una breve pausa nel periodo elettorale.

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

Il prodotto turistico che è stato promosso riguarda principalmente:

- Cultura

- Outdoor Active&Slow
- Natura e Benessere
- Food & Wine

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

È stata realizzata una sinergia tra pubblico e privato con riferimento a tutta la filiera turistica dei settori suddetti con un rafforzamento dell’identità e dell’immagine del Territorio Turistico Bologna – Modena.

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

Il Progetto realizzato ha ulteriormente rafforzato l’elemento identitario del brand “BE IN WONDERLAND”, proprio del Nuovo Circondario Imolese, che caratterizza e “certifica” un prodotto che qualifica l’area nel suo insieme a livello turistico.

**caratteristiche progettuali di integrazione e diversificazione di prodotti e servizi inerenti a settori economici diversi (ad esempio: commercio, agricoltura, artigianato, trasporti)**

Be in Wonderland costituisce un volano di attrazione per i turisti che sono interessati a veri e propri viaggi esperienziali per la conoscenza di paesaggi dalle mille sfaccettature con passeggiate d’arte, visite sensoriali, itinerari tra storia e natura, conoscenza dei prodotti tipici.

Tale potenziale coinvolge un’ampia varietà di settori economici presenti nell’area di riferimento, al fine dell’offerta di servizi complementari, specie nel settore dell’agricoltura e della ristorazione, consentendo così di attivare con un’ampia rete di partner pubblici e privati.

**azioni di riduzione dell’impatto ambientale in fase di progettazione e realizzazione**

Tutti gli eventi sono stati programmati e organizzati all’insegna della sostenibilità ambientale in modo da minimizzare e ridurre l’impatto ambientale (con raccomandazione, in primis, di “plastic free” e di rispetto dell’ambiente nel corso delle escursioni).

**azioni di promozione del turismo accessibile, in particolare in riferimento all’accessibilità a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive**

Le escursioni programmate sono state pensate in modo da organizzare esperienze rilassanti e al tempo stesso attive, con attenzione all’accessibilità e all’inclusione, segnalando eventuali difficoltà in tal senso ed adoperandosi per il relativo superamento, garantendo comunque la sicurezza.

**eventuale previsione di vendita di biglietti a carico dell’utente finale per poter usufruire dei servizi promossi**

Le passeggiate sono state tutte realizzate con modalità ad accesso libero, senza la vendita di biglietti a carico dell’utente.

**realizzazione di materiale foto e video, anche con drone**

Sono stati realizzati materiali fotografici e video in collaborazione con le guide.

**breve report dei risultati delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse rispetto all’edizione precedente**

Non sono emerse particolari criticità, a parte quelle generate dalle alluvioni di settembre e ottobre 2024, superate come già descritto.

Partecipanti sono stati nel numero variabile da 30 a 50 massimo per ogni escursione, con diversi target di riferimento, in particolare famiglie e giovani. Molti partecipanti sono stati accompagnati dai propri cani (detenuti nel rispetto delle norme di sicurezza ed igienico sanitarie vigenti).

**informazioni e dati utili a dare evidenza dei risultati ottenuti (in relazione ai criteri ed alle modalità di riscontro dei risultati indicati in domanda)**

Da evidenziare l’utilità del Progetto per la promozione delle eccellenze storico-ambientali dei dieci comuni in periodi di destagionalizzazione e per l’effettuazione di soste nelle attività dell’area per la degustazione di prodotti tipici dell’enogastronomia.

## **OUTDOOR TOUR: TURISMO ENOGASTRONOMICO ED ESPERIENZE**

**PG n. 5843-5861 del 29/01/2025**  
**integrazione PG n. 34871 del 26/05/2025**

presentato da COMUNE DI CASTEL SAN PIETRO TERME

Soggetti coinvolti: Comune di Medicina, Comune di Castel del Rio, Comune di Casalfiumanese

Il totale della spesa rendicontata è pari a € 47.325,69. Non sono ammesse spese per € 4.843,40 in quanto relative a stampa materiale non immediatamente riconducibile al progetto. La spesa ammessa a contributo risulta pertanto pari a € 42.482,29, superiore alla spesa progettuale ammessa pari a € 40.000,00. Si conferma quindi il contributo concesso pari a € 13.200,00.

### **descrizione consuntiva del progetto**

Il Comune di Castel San Pietro Terme, Comune capofila del progetto insieme ai Comuni di Medicina (BO), Dozza (BO), Castel Guelfo di Bologna (BO) e Casalfiumanese (BO) ha realizzato il progetto OUTDOOR TOUR: TURISMO SOSTENIBILE ED ESPERIENZIALE, finanziato dalla Città Metropolitana di Bologna nell'ambito del Programma Turistico di Promozione Locale P.T.P.L. 2024 – Ambito 2.

Il progetto è stato realizzato nel corso dell'anno 2024 e si è sviluppato in maniera coordinata attraverso un'offerta di attività outdoor accessibili, sostenibili e sicure per contribuire alla percezione turistica di un territorio fruibile tutto l'anno, puntando l'attenzione sui mercati obiettivo "Outdoor Active e Slow" e "Food & Wine", con specifici focus dedicati all'organizzazione di attività ed iniziative di promozione turistica delle eccellenze enogastronomiche del territorio, tra queste, in primis, le esperienze e degustazioni riguardanti l'olio EVO extravergine di oliva, il Marrone di Castel del Rio, lo Squacquerone di Romagna DOP ed i vini tipici del territorio.

A tal fine, le opportunità di visita sono state spesso abbinate a manifestazioni di promozione enogastronomica, collegate a iniziative culturali ed artistiche, convegni, esposizioni ed eventi di intrattenimento e svago complementari, atti ad attrarre sul territorio turisti e visitatori.

Per tale finalità gli eventi nei Comuni aderenti, sono stati calendarizzati durante l'anno in periodi diversi al fine di offrire una variegata opportunità di esperienze sia a coloro che, già da anni, conoscono il brand "Outdoor Tours" e ritornano con periodicità agli appuntamenti consolidati.

Anche quest'anno le attività realizzate nei singoli Comuni hanno riscontrato successo di pubblico proveniente dal territorio metropolitano e regionale, registrando, con presenze anche di turisti e visitatori di altre regioni e stranieri, a volte già presenti sul territorio metropolitano per altre motivazioni che hanno apprezzato le proposte di visita, intrattenimento, svago proposte come momenti complementari di arricchimento della propria vacanza-soggiorno.

### **obiettivi conseguiti**

Con il progetto OUTDOOR TOURS si è posto l'accento su escursioni, camminate, bike tour, esperienze, manifestazioni, intrattenimenti, visite guidate ed eventi che hanno avuto come tra i principali obiettivi conseguiti la promozione e la valorizzazione delle eccellenze enogastronomiche, dei centri storici, dei paesaggi dei Comuni coinvolti, con approfondimenti legati al cibo, al turismo dell'olio, del vino, del miele e dei prodotti locali.

Il progetto è risultato inoltre efficace per la promozione e diffusione del territorio attraverso la valorizzazione delle risorse naturali e il recupero della cultura e delle tradizioni locali legate all'agricoltura, all'enogastronomia e all'ambiente rurale.

### **modalità concrete di attuazione del progetto**

I programmi delle attività sono stati realizzati coinvolgendo le diverse realtà del territorio, attività economiche, associazioni, Pro Loco dei Comuni di riferimento, fondazioni e altri stakeholder.

Le iniziative sono state realizzate in un'ottica di basso impatto ambientale per stimolare comportamenti verso modalità di turismo sostenibile e di riduzione dello spreco alimentare, con particolare attenzione anche alla sicurezza e all'accessibilità, in modo da rendere le iniziative fruibili da tutti, senza alcun tipo di discriminazione.

Per la promozione dei programmi si è realizzata una comunicazione sia online che offline, con importanti azioni tramite quotidiani a livello nazionale e settimanali a diffusione regionale, nonché con strumenti digitali; il tutto in modo integrato e coordinato sulla base delle indicazioni della Territorio Turistico Bologna-Modena.

Preliminarmente sono state realizzate riunioni con i comuni coinvolti al fine di coordinare il calendario delle iniziative e delle manifestazioni.

### **azioni realizzate e risultati ottenuti rispetto a quelli previsti**

Sono state realizzate le seguenti azioni:

- Escursioni a piedi
- Visite guidate
- Degustazioni delle eccellenze enogastronomiche
- Organizzazione di eventi a tema enogastronomico, con particolare riferimento all'olio turismo , ai vini e mieli del territorio e altre tipicità consolidate dei comuni partecipanti ( Marrone di Castel Del Rio. Cipolla di Medicina, Raviolo di Casalfiumanese).

Tra i risultati ottenuti, oltre la significativa partecipazione di pubblico, si evidenzia:

- Frequentazione dei territori in periodi di destagionalizzazione
- Valorizzazione del brand Outdoor Tours quale connotazione di area territoriale particolarmente vocata all'accoglienza, con offerta di opportunità di visite/escursioni all'aria aperta per conoscere eccellenze culturali (quali ad es. il Ponte degli Alidosi di Castel Del Rio) , ambientali ( quali ad es, I calanchi di Casalfiumanese e Castel San Pietro Terme, l'Oasi del Quadrone di Medicina), del benessere ( quali ad es. Le Terme di Castel San Pietro Terme), con contestuale conoscenza dei prodotti tipici di cui sopra.

#### **soggetti pubblici e/o privati effettivamente coinvolti nel progetto**

- IF – Imola Faenza Tourism Company
- Associazione Nazionale Cittaslow International
- Associazione Nazionale Città dell'Olio
- Osservatorio Nazionale Miele
- CONAPI Consorzio Nazionale Apicoltori
- Istituto alberghiero I.I.S. “Bartolomeo Scappi”
- Consorzio della Cipolla di Medicina
- Con.for.me (Consorzio Foraggicoltori di Medicina)
- Oasi di protezione della fauna selvatica del Quadrone (Cooperativa LA.C.ME)
- Associazioni di categoria (settori turismo, commercio, artigianato e agricoltura)
- Imprese di settore (strutture ricettiva, cantine vinicole, aziende agricole e agrituristiche, ristoranti, fattorie)
- Aziende di settore nell'enogastronomia
- APS I portici di Medicina
- Pro Loco di Castel San Pietro Terme
- Pro Loco di Medicina
- Associazione Nazionale Città dell'Olio
- Associazione Squacquerone di Romagna D.O.P.
- Associazioni sportive, turistiche, culturali dei settori interessati
- Polisportiva di Sassoleone apd
- Bologna Welcome
- ExtraBO
- Pro Loco di Casalfiumanese
- Pro Loco di Sassoleone
- Guide ambientali escursionistiche e guide turistiche
- Cooperative agricole
- Pro Loco Alidosiana

#### **attività svolte, segnalando e motivando gli eventuali scostamenti da quanto indicato in fase di presentazione progetto**

##### **Castel San Pietro Terme**

Il programma realizzato nel Comune di Castel San Pietro Terme ha risposto a uno specifico segmento del turismo outdoor, sia slow che active, per promuovere esperienze a contatto con la natura, valorizzando le eccellenze proprie eccellenze enogastronomiche con particolare attenzione al turismo dell'olio.

##### **Very Slow**

19 – 20 – 21 aprile 2024

Food, escursioni, fiere&mostre, convegni, musica

- BARTOLOMEO SCAPPI: SCUOLA E TERRITORIO: IL TRENTENNALE DALL'AUTONOMIA Presentazione del libro e nuove prospettive dell'Istituto alberghiero Bartolomeo Scappi
- FIERA VERY SLOW Con le eccellenze enogastronomiche ed artigianali delle Cittaslow italiane e delle Città dell'Olio
- BORGO DEI SAPORI Con prodotti locali e tipicità agroalimentari.

- LA PIAZZETTA ESPERIENZIALE DEL GUSTO. Un percorso di conoscenza e valorizzazione di gusti e biodiversità, tramite l'esposizione, presentazione e degustazione guidata di diversi prodotti di alta qualità (in primis i mieli vergini in collaborazione con Osservatorio Nazionale Miele)
- Degustazione guidata delle birre vincitrici ai concorsi italiani ed internazionali del Birrificio Claterna. A cura di Simone Lauteri (Unionbirrai Beer Taster) e Pierpaolo Mirri (birraio)
- SOCIAL STREET – GIOCHI PER TUTTI Divertimento per i più piccoli con eco-giochi e laboratori. Giochi di abilità. Giochi di lancio. Giochi di ingegno.
- Visite guidate in Centro Storico “PRENDI TEMPO” alla scoperta degli antichi orologi di Castel San Pietro Terme
- OLIO E SALUTE: UN VIAGGIO ALLA SCOPERTA DEI TERRITORI Convegno in collaborazione con Associazione Nazionale Città dell'Olio
- STAND DELLE ECCELLENZE ENOGASTRONOMICHE Percorso degustativo di vini delle cantine del territorio e dei prodotti locali
- È PRIMAVERA: PETALI DI TRADIZIONE, BENESSERE, SALUTE, POESIA, SAPORI E CRETA
- MUSICA LIVE con giovani artisti, Melting love – gruppo live - Concerto Youseef & Blake dei Savana Funk, Solocarlos e concerto - Santino Cardamone di X Factor
- #SOCIALRUNVIRTUAL – Ogni passo conta - La Camminata del benessere che fa del Bene: l'occasione per trasformare l'attività motoria in concreto impegno nel sociale con un percorso ludico motorio per tutti, un giro ad anello di 5Km, anche a 6 zampe con possibilità di farsi accompagnare dal proprio cane (allestimento di punti di beverage e alimentazione dedicati agli animali e fornitura di apposito kit ecologico per raccolta deiezioni).
- VERY SLOORP Rassegna food di Istituti alberghieri internazionali che partecipano al Concorso Bartolomeo Scappi con degustazioni gratuite

#### Merenda nell'Oliveta

Domenica 18 maggio 2024 si è tenuta la “Merenda nell'Oliveta” nella location di Palazzo di Varignana con degustazione gratuita di olio extravergine di oliva accompagnata da intrattenimento musicale. Il tutto tra gli ulivi (allestimento di postazioni per sedersi a terra sotto gli ulivi ascoltando musica e degustando olio EVO).

Realizzato in collaborazione con Associazione Nazionale Città dell'Olio.

La Camminata tra gli ulivi, programmata per il 27 ottobre 2024, non si è tenuta a causa del terreno impraticabile causato dagli eventi alluvionali.

#### Castel del Rio

##### Sagra del Marrone di Castel del Rio

La Sagra del Marrone di Castel del Rio è un evento annuale di grande attrazione che celebra il Marrone IGP, prodotto di eccellenza del territorio, e si svolge in quattro domeniche di ottobre. L'evento rappresenta una manifestazione di rilevanza locale e regionale, finalizzata alla promozione del patrimonio culturale, enogastronomico e turistico del territorio di Castel del Rio e delle aree limitrofe, con possibilità di visita alle eccellenze storiche ( Ponte degli Alidosi, Museo della Guerra, ecc.).

#### Casalfumane

Il progetto ha visto la realizzazione di due eventi: uno nella Frazione di Sassoleone, il 1 settembre 2024 ed il secondo nel Capoluogo, presso il Parco Manusardi dal 6 all'8 settembre 2024.

L'evento tenutosi a Sassoleone è andato a coincidere con la Festa della Madonna del Rio. È stata realizzata un'escursione aperta a ogni tipologia di pubblico per vivere un'esperienza suggestiva a contatto con la natura con degustazione di prodotti tipici. L'occasione è stata anche utile per inaugurare la strada Via Gesso, già colpita in maniera importante dagli eventi alluvionali di maggio 2023.

Dal 6 all'8 settembre 2024 è stata realizzata la 5<sup>a</sup> edizione dell'iniziativa “La Notte Verde” nella quale sono stati posizionati camper e tende presso il Parco Manusardi e sono state realizzate attività per grandi e bambini (caccia al tesoro, letture a tema, risveglio muscolare) nonché degustazione di prodotti tipici locali ( in primis i Ravioli tipici di Casalfumane).

#### Medicina

Venerdì 12 luglio 2024 – DiVini Profumi nel Chiostro II edizione – degustazione enogastronomica guidata, nella cornice dell'antico Chiostro del Palazzo Comunale. La serata di degustazione, organizzata in collaborazione con la Cantina Mingazzini di Medicina, sotto la conduzione della dott.ssa Stefania Raspa, Sommelier WSET lele 3 Wines Certified, si è inserita nell'ambito delle attività di promozione e valorizzazione del territorio e di uno dei suoi prodotti di eccellenza: la Cipolla di Medicina. “DiVini profumi nel chiostro”, infatti, è stata l'occasione per mettere

in risalto anche altre eccellenze agricole ed enogastronomiche: una selezione di vini, sapientemente abbinati alla cipolla e alle altre specialità locali, ha creato il giusto connubio fra tradizione e modernità, portando al naso e al palato i sapori e le tipicità alimentari del territorio.

Sabato 13 luglio 2024 – Pedalata e visita guidata ad azienda Agribioenergia: Una pedalata, con assistenza di guida ambientale, nella campagna medicinese fino all'azienda Agribioenergia, eccellenza del territorio per la produzione di energia elettrica da fonti rinnovabili e coltivazione di piante officinali, alla scoperta dell'innovazione tecnologica in agricoltura all'insegna della sostenibilità.

Seconda settimana di Luglio 2024: organizzazione di "Medicipolla", storica manifestazione con iniziative a tema per la valorizzazione e promozione del prodotto tipico del territorio medicinese, la Cipolla di Medicina.

Non si segnalano scostamenti rispetto al Progetto presentato anche se, specie al fine della sicurezza, sono stati attivati accorgimenti tecnico operativi per consentire al meglio le iniziative outdoor programmate successivamente agli eventi alluvionali di settembre e ottobre 2024, che hanno duramente colpito i territori di riferimento.

#### **ambito territoriale interessato**

Gli eventi si sono svolti nei territori dei Comuni coinvolti: Castel San Pietro Terme, Medicina, Casalfiumanese e Castel del Rio.

#### **periodo di svolgimento delle azioni**

Le azioni sono state realizzate durante tutto l'anno, con particolare riferimento alla primavera, estate e autunno (vedasi nota paragrafo precedente relativamente agli episodi alluvionali).

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

Tutte le attività sono state strutturate sulla base dell'esperenzialità, con particolare attenzione al turismo enogastronomico e alle escursioni a contatto con la natura per la promozione paesaggio e dei prodotti tipici locali. Tutte le attività si sono realizzate in piena coerenza con le Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2022-2024.

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

Le attività sono state realizzate in modo da valorizzare l'identità e l'attrattività del territorio, con attenzione al turismo outdoor sia "Active" che "Slow" e al "Food & Wine".

#### **caratteristiche progettuali di integrazione e diversificazione di prodotti e servizi inerenti a settori economici diversi (ad esempio: commercio, agricoltura, artigianato, trasporti)**

Il progetto realizzato ha creato e rafforzato solide partnership pubblico private, coinvolgendo l'intera filiera del turismo, del commercio e dell'agricoltura.

#### **azioni di riduzione dell'impatto ambientale in fase di progettazione e realizzazione**

Tutte le azioni sono state realizzate tenendo in considerazione la sostenibilità ambientale già in fase di progettazione con azioni di riduzione dell'impatto ambientale, ad esempio con l'utilizzo di stoviglie e posate compostabili per le degustazioni proposte.

#### **azioni di promozione del turismo accessibile, in particolare in riferimento all'accessibilità a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive**

In tutti gli eventi è stata garantita massima accessibilità. Sono state realizzate esperienze in modo da garantire la partecipazione di un pubblico vasto, senza distinzione alcuna.

#### **eventuale previsione di vendita di biglietti a carico dell'utente finale per poter usufruire dei servizi promossi**

Non sono state realizzate vendite di biglietti a carico dell'utente finale. Tutti i servizi e le attività sono state organizzate con accesso gratuito.

#### **realizzazione di materiale foto e video, anche con drone**

Sono state realizzate diverse azioni di comunicazione sia online che offline, con materiale fotografico allegato alla rendicontazione.

**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 stato realizzato in coerenza con le “linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale per il triennio 2022 – 2024”.

**breve report dei risultati delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse rispetto all’edizione precedente**

“Outdoor tour” rientra tra i progetti ricorrenti. Ogni anno migliorano le performance delle azioni realizzate con un ottimo coinvolgimento del pubblico e con l’obiettivo di creare un’immagine positiva dei territori caratterizzati da luoghi turistici di piccole dimensioni fruibili tutto l’anno.

Nel 2024 si è data maggiore attenzione sia alle esperienze outdoor, sia al turismo enogastronomico, con particolare riferimento ai prodotti tipici sopra riportati.

**informazioni e dati utili a dare evidenza dei risultati ottenuti (in relazione ai criteri ed alle modalità di riscontro dei risultati indicati in domanda)**

Risulta rilevante sottolineare ed evidenziare che Outdoor Tours 2024 ha rafforzato l’identità del territorio ed è divenuto un vero e proprio prodotto turistico che contribuisce a creare un indotto “di nicchia”, particolarmente gradito anche agli operatori economici per i positivi risultati in termini di aumento delle utenze, specie in occasione degli eventi organizzati.

Sarà quindi oggetto, per le prossime edizioni, di ulteriori valutazioni tecniche al fine di potenziare ulteriormente le opportunità ad esso correlate.

Si stima una presenza complessiva al progetto di circa 12.500 persone.

---

## **LA NOTTE CELESTE - TERME IN FESTA**

**PG n. 5911-5912 del 29/01/2025  
integrazione PG n. 44852 del 03/07/2025**

presentato da COMUNE DI CASTEL SAN PIETRO TERME

Soggetti coinvolti: Comune di Alto Reno Terme

Il totale della spesa rendicontata è pari a € 25.788,29, interamente ammessa. Si conferma l’importo concesso pari a € 7.920,00 a fronte della realizzazione delle azioni previste dal progetto, dei risultati attesi e di una spesa rendicontata ammessa superiore alla spesa progettuale ammessa pari a € 24.000,00.
---

### **descrizione consuntiva del progetto**

Il progetto “La Notte Celeste 2024”, riguarda la grande manifestazione sotto le stelle delle Terme dell’Emilia Romagna, promossa da Apt Servizi Regione Emilia Romagna in collaborazione con Destinazione Bologna & Modena e Circuito Termale Emilia Romagna. Si è svolta in tutte le città termali dell’Emilia Romagna nelle stesse giornate stabilite a livello regionale nell’ambito di appositi tavoli di confronto, in un weekend che vede il suo fulcro nella giornata del sabato, dal tramonto a notte inoltrata ([www.lanotteceleste.it](http://www.lanotteceleste.it)).

Il principale prodotto di riferimento, rientrante nelle linee previste nell’ambito metropolitano, è “Natura e benessere”, il wellness tourism o turismo dello “star bene”, con esperienze alla ricerca di tranquillità, percorsi salutistici e terapie offerte in abbinamento ad un’alimentazione sana, attività sportive, attività di sviluppo creativo e spirituale.

Il turismo del termalismo vuole dare una risposta alla domanda crescente di viaggiatori sempre più attenti alla cura del corpo, uno stile di vita che permette di aiutare i fruitori non solo a curare le problematiche di natura fisica, ma anche a ritrovare l’equilibrio per un benessere totale.

Per il 2024, sia nel Comune di Castel San Pietro Terme che nel Comune di Alto Reno Terme, gli eventi della manifestazione sono stati concentrati nella sola giornata di sabato 22 giugno 2024, portando vitalità e presenze nelle cittadine termali e nei loro stabilimenti termali.

### **obiettivi conseguiti**

Si sono realizzate iniziative culturali, di intrattenimento, svago e di promozione delle eccellenze del territorio, in particolare dei prodotti dell’enogastronomia. Particolare attenzione è stata dedicata alla creazione di momenti di attrazione per i giovani e adulti - target under 36 – con l’obiettivo di incentivare l’utilizzo delle Terme ed uscire dal

luogo comune di location con offerte per bambini ed anziani.

Nelle due località termali si sono organizzati convegni, spettacoli, eventi musicali, escursioni, esperienze, visite guidate alle sorgenti termali, apertura serale degli stabilimenti. Tutti gli eventi sono stati realizzati all'insegna dell'accessibilità per favorire la partecipazione di tutte e di tutti.

Tra le attività programmate si evidenziano le seguitissime le escursioni a piedi alla scoperta del territorio e delle sue acque, con assistenza di guide escursionistico-ambientali.

L'obiettivo principale del Progetto è stato quello di attrarre persone, sia turisti che visitatori, in modalità diverse dalla fruizione delle cure termali negli stabilimenti delle Terme di Castel San Pietro Terme e di Porretta Terme. Ciò al fine di evidenziare a livello turistico le opportunità di soggiorno con conseguente ricadute sul tessuto economico commerciale delle attività di servizio e commerciali presenti nell'area. Inoltre con il progetto si è creata un'immagine condivisa unitaria delle città termali dell'Emilia-Romagna.

#### **azioni realizzate e risultati ottenuti rispetto a quelli previsti**

Si sono realizzate diverse azioni necessarie alla realizzazione del Progetto: programmazione, organizzazione e realizzazione della manifestazione "La Notte Celeste" nei due rispettivi comuni termali.

In particolare si sono realizzate iniziative culturali, di intrattenimento, svago e di promozione delle eccellenze del territorio, con focus sui prodotti dell'enogastronomia, creazione di momenti di attrazione per i giovani, come già sopra indicato.

Gli eventi sono stati realizzati dal pomeriggio sino a notte specie nei suggestivi Parchi Termali, in ambienti naturali ricchi di storia e spazi benessere.

#### **soggetti pubblici e/o privati effettivamente coinvolti nel progetto**

- Terme di Castel San Pietro
- Terme di Porretta
- Associazioni culturali e sportive del territorio
- Imprese del settore turistico e culturale
- Pro Loco di Castel San Pietro
- APT Servizi
- Bologna Welcome
- ExtraBo
- COTER – Consorzio Terme Emilia Romagna

#### **attività svolte, segnalando e motivando gli eventuali scostamenti da quanto indicato in fase di presentazione progetto**

##### PORRETTA TERME

- Visita alla galleria Ottocentesca: esplorazione con guida della galleria delle Terme di Porretta con affaccio sulle sorgenti termali,
- Porretta Terme, le sue acque e il fiume Reno: passeggiata storico-naturalistica nel centro di Porretta alla scoperta delle sue acque termali e del fiume Reno,
- "I Big Band in concerto": concerto dal vivo, tributo al cantautorato italiano e hit straniere, presso Rufus Thomas Park;

##### CASTEL SAN PIETRO TERME

- Laboratori e giochi per bambini
- Dj set e intrattenimento
- Street Food delle Terme
- Luna park con attrazioni per bambini
- Camminata delle Terme
- Spettacolo di acqua, fuoco, musica – Fontane Danzanti
- Presentazioni di libri

Durante la serata del sabato, le Terme sono rimaste aperte.

Non vi sono stati discostamenti dal Progetto presentato.

#### **ambito territoriale interessato**

Comune di Castel San Pietro Terme e Comune di Alto Reno Terme.

### **periodo di svolgimento delle azioni**

La manifestazione si è svolta sulla base di date fissate a livello regionale da APT Servizi della Regione Emilia – Romagna, dal 21 al 23 giugno 2024. Nei due Comuni termali le azioni sono state organizzate per il 22 giugno 2024.

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

Il prodotto turistico che è stato promosso riguarda il settore del wellness e del sistema termale. Gli interventi sono stati realizzati in coerenza con gli obiettivi fissati dalle “Linee guida triennali per la promo – commercializzazione turistica regionale triennio 2022 – 2024” in particolare nei seguenti mercati di intervento: Natura e benessere; Food & Wine, Outdoor Active & Slow, Sport.

È stata realizzata una sinergia tra pubblico e privato con riferimento a tutta la filiera turistica del wellness con un rafforzamento dell’identità e dell’immagine del Territorio Turistico Bologna – Modena.

Sono state realizzate azioni di promozione in grado di sviluppare elementi identitari del territorio per rafforzare l’attrattività del sistema termale presente nelle aree di Castel San Pietro Terme e di Alto Reno Terme.

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

Tutte sono state realizzate per rendere attrattivi gli stabilimenti termali presenti nei territori, elementi identitari dei Comuni termali. Le azioni realizzate hanno innescato processi di rivitalizzazione dei territori, dimostrato dalle numerose presenze di partecipanti durante la manifestazione.

I cartelloni delle attività sono stati in grado di coinvolgere diversi target di pubblico.

### **caratteristiche progettuali di integrazione e diversificazione di prodotti e servizi inerenti a settori economici diversi (ad esempio: commercio, agricoltura, artigianato, trasporti)**

La manifestazione “La notte celeste” coinvolge tutti i centri termali dell’Emilia Romagna ed è promossa da APT regionale, con un’ampia rete di partner pubblici e privati.

Il progetto presentato riguarda in particolare i territori dei Comuni di Castel San Pietro Terme e di Alto Reno Terme con i relativi stabilimenti termali: Terme di Castel San Pietro dell’Emilia, Terme di Porretta.

Le azioni sono state realizzate con la collaborazione e il coinvolgimento di altre realtà del territorio, come l’Associazione Turistica Pro Loco di Castel San Pietro Terme, A.P.T. Servizi Regione Emilia Romagna, la Città Metropolitana di Bologna, il Territorio Turistico Bologna – Modena, Bologna Welcome, I.F. – Imola Faenza Tourism, ExtraBo, le associazioni culturali, di promozione sociale, del turismo, sportive e di volontariato, le associazioni di categoria (settori turismo, commercio, artigianato e agricoltura) le imprese di settore (aziende agricole e agrituristiche, ristoratori, aziende di settore), il COTER – Consorzio Terme Emilia Romagna.

### **azioni di riduzione dell’impatto ambientale in fase di progettazione e realizzazione**

Tutti gli eventi sono stati programmati e organizzati all’insegna della sostenibilità ambientale in modo da minimizzare e ridurre l’impatto ambientale (al riguardo, in primis, tutti gli eventi sono stati “plastic free”).

### **azioni di promozione del turismo accessibile, in particolare in riferimento all’accessibilità a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive**

Le azioni programmate sono state pensate in modo da organizzare esperienze rilassanti e al tempo stesso attive, alla ricerca del benessere per raggiungere una piena armonia tra corpo e mente.

Tutte le azioni, in particolare le escursioni sono state organizzate in modo da garantire l’accessibilità anche per le persone con disabilità.

Il progetto è finalizzato all’inclusione dei target di riferimento.

### **eventuale previsione di vendita di biglietti a carico dell’utente finale per poter usufruire dei servizi promossi**

La manifestazione è stata realizzata con modalità ad accesso libero, senza la vendita di biglietti a carico dell’utente.

### **realizzazione di materiale foto e video, anche con drone**

Sono stati realizzati materiali fotografici, come allegati nell’allegato “Materiale comprovante le azioni realizzate”.

Il Progetto si è integrato con quello di promozione turistica promosso in occasione della Notte Celeste da Apt Servizi.

L'immagine coordinata è stata realizzata da APT servizi della regione Emilia – Romagna. Con il progetto si sono realizzate azioni promozionali sia attraverso modalità digitali che attraverso stampe di materiali nelle forme tradizionali nelle tipologie: manifesti, locandine, depliant.

Il materiale è stato 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 è stato promosso attraverso i canali web regionali, delle rispettive redazioni locali, degli stabilimenti termali e altri siti di promozione turistica collegati.

Sono state realizzate azioni di promozione in grado di sviluppare gli elementi identitari del territorio per rafforzare l'attrattività del sistema termale presente nelle aree di Castel San Pietro Terme e di Alto Reno Terme.

#### **breve report dei risultati delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse rispetto all'edizione precedente**

Non sono emerse particolari criticità, dato l'elevato numero di partecipanti (stimate oltre 6.000 persone in entrambi gli stabilimenti termali). Inoltre si è vista la partecipazione di un pubblico vasto, con diversi target di riferimento, in particolare bambine e bambini, famiglie, giovani.

#### **informazioni e dati utili a dare evidenza dei risultati ottenuti (in relazione ai criteri ed alle modalità di riscontro dei risultati indicati in domanda)**

Da evidenziare l'utilità del Progetto per la promozione dei circuiti termali in chiave turistica a supporto ed ampliamento delle tradizionali attività promozionali incentrate sulla salute.

---

## **XXI GIORNATA NAZIONALE DEL TREKKING URBANO**

**PG n. 6322 del 31/01/2025**

**integrazione PG n. 14649 del 04/03/2025**

**integrazione PG n. 32249 del 15/05/2025**

presentato da COMUNE DI BOLOGNA

Soggetti coinvolti: Comuni dell'area metropolitana, Sistema museale cittadino e metropolitano, Associazioni di guide turistiche, Fondazione Bologna Welcome

Il totale della spesa rendicontata è pari a € 15.653,50, interamente ammessa. Si conferma l'importo concesso pari a € 5.280,00 a fronte della realizzazione delle azioni previste dal progetto, dei risultati attesi e di una spesa rendicontata ammessa superiore all'80% della spesa progettuale ammessa pari a € 16.000,00.
--

#### **descrizione consuntiva del progetto**

La manifestazione, come da programma, si è svolta in due giornate essendo stata estesa al 1° novembre oltre alla data dell'evento nazionale, del 31 ottobre. La partecipazione era gratuita, con prenotazione obbligatoria online. Il programma era composto da visite guidate tematiche, aperte a turisti e cittadini, nell'ottica della promozione e della diffusione della conoscenza dell'area metropolitana bolognese e di alcune sue peculiarità.

Come succede da alcune edizioni, è stato esteso il raggio di azione a molti luoghi dell'intera area metropolitana bolognese toccando 11 comuni di cui 9 nell'area metropolitana di Bologna, 1 in provincia di Modena e 1 in provincia di Ferrara. Il programma era composto di 22 percorsi diversi per un totale di 39 partenze, e si sono svolti tutti regolarmente. In questo modo è stata incentivata l'offerta turistica per la scoperta e fruizione di luoghi naturali, di borghi storici, di tradizioni locali in modalità eco sostenibile e accessibile. Grazie all'avvalersi di guide professionali e a un vasto parterre di collaborazioni sempre più esteso (Comuni, enti pubblici e privati, associazioni) è stato garantito un evento di qualità. Queste collaborazioni hanno fatto sì che Trekking Urbano fosse il motore per l'apertura speciale o riapertura di tanti luoghi storici e di interesse artistico appositamente per la manifestazione. Poco prima dello svolgimento dell'evento le alluvioni hanno rischiato di compromettere la realizzazione di alcuni percorsi, ma fortunatamente si sono potuti svolgere e solamente in alcuni casi si sono dovute apportare piccole modifiche al percorso.

Nonostante questo, anche quest'anno la manifestazione ha avuto grande successo, con 950 presenze.

### **obiettivi conseguiti**

Il principale obiettivo era quello di incentivare l'offerta turistica per la scoperta e fruizione di luoghi naturali, di borghi storici, di tradizioni locali in modalità eco sostenibile e accessibile.

Questo obiettivo è stato raggiunto con la realizzazione dell'evento che prevedeva 22 percorsi per un totale di 39 partenze. Come sempre l'evento ha riscosso un grande successo con 950 presenze e il "sold out su molti percorsi". I percorsi si sono svolti tutti rigorosamente a piedi, e per quasi tutti il punto d'incontro era raggiungibile con mezzi pubblici, producendo quindi un impatto ambientale pari a zero.

Uno degli obiettivi di questa edizione era il consolidamento dell'offerta di percorsi nell'area metropolitana di Bologna che coinvolge territori della pianura, dell'appennino, dell'area imolese, oltre a quello del capoluogo, ottemperando così alle Linee di indirizzo programmatiche della Destinazione turistica. Infatti i percorsi fuori città sono stati 10 su un totale di 22 per un totale di 18 partenze fuori città. Oltre a Bologna i percorsi si sono svolti in altri 10 comuni suddivisi nei tre sub ambiti territoriali pianura, appennino e imolese. Inoltre un percorso si è svolto nel modenese e uno nel ferrarese.

E' stato raggiunto anche l'obiettivo dell'inclusività di tutte le persone, dai bambini alle persone con specifiche disabilità.. Anche quest'anno sono stati organizzati e si sono svolti percorsi inclusivi che hanno coinvolto anche alcune organizzazioni che si occupano di disabilità. Le 4 partenze previste erano al completo e hanno raggiunto anche lo scopo di coinvolgere diverse tipologie di utenze nello stesso gruppo. In generale, in tanti percorsi erano presenti anche famiglie con bambini e persone di età diverse.

Un altro obiettivo era quello di offrire aperture straordinarie di luoghi normalmente non aperti al pubblico e percorsi inediti, con chiavi di lettura sempre originali del territorio e del suo patrimonio storico, artistico e naturalistico. Quest'anno sono stati aperti appositamente al pubblico 18 siti solitamente preclusi al pubblico.

### **modalità concrete di attuazione del progetto**

Il primo passo è l'adesione all'evento Nazionale organizzato dal Comune di Siena. L'adesione viene fatta dal Comune di Bologna. All'evento Nazionale il Comune di Bologna partecipa con un percorso in città che sarà poi pubblicato sul sito nazionale dell'evento <https://www.trekkingurbano.info/>.

Ogni anno il Comune di Siena fornisce un tema specifico e ogni città partecipante deve proporre un percorso seguendo questo tema.

Il secondo passo è convocare le Associazioni di guide alle quali è stato comunicato il tema nazionale in base al quale poi hanno fatto pervenire le loro proposte, rispettando sia il tema nazionale sia proponendo temi diversi.

Tra le proposte pervenute si è scelto quello più adatto al tema nazionale che poi ha avuto risalto sul sito nazionale dell'evento. Questo il percorso che è stato scelto per Bologna "L'Oasi dei saperi: un serraglio in città" <https://www.trekkingurbano.info/xxi-giornata-nazionale-del-trekking-urbano>.

Successivamente si è tenuta la selezione dei percorsi per il programma complessivo che si svolge in tutta l'area metropolitana di Bologna. In diversi casi c'è un confronto puntuale con le associazioni guide su ogni percorso, e in alcuni casi c'è stata una coprogettazione e la collaborazione con loro in merito, per esempio, all'organizzazione di alcune aperture straordinarie, il reperimento di foto, ecc.

Una volta realizzato il programma definitivo, è stato inviato alla redazione di Bologna Welcome per la realizzazione del minisito che è l'unico punto/sito in cui è consultabile il programma, in quanto da anni non viene più stampata la brochure. In questa fase si svolge un confronto continuo con la redazione e il nostro staff e dalle associazioni guide, un controllo puntuale che il programma pubblicato sia corretto.

E' seguita poi la fase delle prenotazioni che sono state aperte il 14 ottobre, e un confronto con le associazioni guide e la redazione Bologna Welcome per verificare l'andamento delle prenotazioni ed eventuali problematiche.

Nello stesso periodo c'è stata la fase della comunicazione con la diffusione delle informazioni sull'evento attraverso comunicato stampa, social media, news letter sia di Città metropolitana, sia Comune di Bologna, sia di Bologna Welcome e di Territorio turistico Bologna-Modena.

Il 31 e il 1° novembre si è svolto l'evento con la partecipazione dello staff del Trekking Urbano a diversi percorsi, per verificarne l'andamento.

Dopo l'evento alle associazioni guide sono stati richiesti e poi sistematizzati diversi dati allo scopo di produrre un report complessivo contenente gli aspetti positivi ed eventuali criticità riscontrate, per una riflessione su eventuali possibili miglioramenti per le edizioni future.

### **azioni realizzate e risultati ottenuti rispetto a quelli previsti**

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

### **soggetti pubblici e/o privati effettivamente coinvolti nel progetto**

Società Cooperativa Sociale MIRARTE, Ass. Co.Me.Te. APS, Le Guide D'Arte Società Cooperativa Sociale, Fondazione Bologna Welcome, Associazione Oasi dei Saperi ODV, Gruppo UNIPOL, Settore Musei Civici del Comune di Bologna, Pinacoteca di Cento, Ente Nazionale Sordi, Archivio di Stato di Bologna, Associazione Nazionale Famiglie di persone con disabilità Intellettive e/o Relazionali(A.N.F.F.A.S.), Comune di San Giovanni in Persiceto, Agen.Ter, Museo Archeologico Ambientale a San Giovanni in Persiceto e Anzola Emilia, Comune di Castevetro (MO) ,Provincia di Modena, Quadreria Emil Bnaca Argelato, Villa Beatrice Argelato, Villa Benni a Bologna, Museo Memoriale della Libertà a Bologna, Azienda Agricola Fedrizzi Alessandro a Castello di Serravalle, ufficio IAT di Sasso Marconi, Basilica di San Petronio, Chiesa di Santa Cecilia della Croara e altre chiese.

### **attività svolte, segnalando e motivando gli eventuali scostamenti da quanto indicato in fase di presentazione progetto**

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

Non ci sono stati scostamenti da quanto era stato previsto

### **ambito territoriale interessato**

I percorsi, oltre che a Bologna, si sono svolti nei seguenti comuni: Argelato, Imola, Medicina, Pieve di Cento, San Giovanni in Persiceto, San Lazzaro di Savena, Sasso Marconi, Valsamoggia (Castello di Serravalle) e due comuni fuori dalla Città metropolitana di Bologna: (Castelvetro di Modena) e Cento (FE).

### **periodo di svolgimento delle azioni**

- fase organizzativa: da primavera a ottobre (invio adesione del Comune di Bologna all'evento nazionale organizzato dal Comune di Siena, incontri con le Associazioni guide, selezione dei percorsi, coprogettazione di alcuni percorsi con le associazioni guide, ecc)
- svolgimento evento: 31 ottobre e 1° novembre
- fase post evento dal 2 novembre ad oggi (raccolta dati post evento, valutazione dell'andamento dell'evento e valutazioni finali, rendicontazione delle ass, guide al Comune di Bologna per i contributi a loro assegnati, rendicontazione PTPL ecc)

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

I percorsi realizzati hanno riguardato le seguenti linee di prodotto previste dalle linee guida triennali:

- Outdoor Active & Slow
- Cultura,
- Food & Wine,
- City Break,
- Natura e Benessere.

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

Visite guidate tematiche hanno toccato luoghi di interesse storico e artistico, promuovendo elementi identitari di quel luogo. Solo per fare qualche esempio: itinerari che hanno valorizzato il vino a Castello di Serravalle e Levizzano Rangone, oppure i percorsi Guercinaini a Pieve di Cento e Cento. La valorizzazione dei portici con il percorso ARCO, ARCA ED ARCHI: VIAGGIATORI LUNGO LA "via coperta" DELLA CERTOSA". in molti casi questo è avvenuto con apertura straordinaria di alcuni siti, solitamente preclusi alle visite alle visite. Questo ha innalzato la capacità di attrazione dei territori e in alcuni casi ha innescato processi di rivitalizzazione del territorio. Quest'anno per esempio è stato realizzato, all'interno del programma una serie di visite nei Cimiteri storici monumentali per incentivare questa tipologia di bene culturale per molti poco conosciuta.

### **caratteristiche progettuali di integrazione e diversificazione di prodotti e servizi inerenti a settori economici diversi (ad esempio: commercio, agricoltura, artigianato, trasporti)**

Le visite si basano anche sul racconto del contesto sociale ed economico in cui avvengono, dove spesso la realtà economica e commerciale del circondario si interseca con il luogo visitato. Scopo delle visite è anche quello di invitare i partecipanti a soffermarsi poi, terminata la visita, nei luoghi toccati dall'esperienza. In diversi casi sono state direttamente coinvolte nei percorsi realtà di settori economici diversi come imprese del settore della ristorazione, aziende agricole vitivinicole, ville private, società assicurative come UNIPOL, banche, oltre ad essere stati coinvolti musei, associazioni di vario tipo e anche musicisti.

### **azioni di riduzione dell'impatto ambientale in fase di progettazione e realizzazione**

L'evento è praticamente ad impatto quasi pari a zero, in quanto i percorsi si svolgono tutti esclusivamente a piedi, non vengono praticamente prodotti rifiuti, (le cuffie delle radioguide vengono raccolte a fine percorso dalla guide per il riciclo), non vengono utilizzate strumentazioni che consumano energia e non viene più stampata nessuna brochure, né quella del programma di Bologna, né quella del programma nazionale.

### **azioni di promozione del turismo accessibile, in particolare in riferimento all'accessibilità a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive**

Sono stati realizzati appositamente 2 percorsi per persone con disabilità specifiche, per un totale di 4 partenze, organizzati in collaborazione con associazioni che si occupano di disabilità che hanno anche diffuso attraverso i loro canali l'informazione alla loro utenza abituale. Questo ha contribuito a dare un ottimo riscontro alla partecipazione di persone con disabilità a queste 4 partenze. E' importante sottolineare che la finalità è sempre di non creare percorsi ad hoc solo per portatori di disabilità, ma di cercare una integrazione partecipativa tra tutti e per tutti, cosa che si è realizzata in quanto i partecipanti a questi percorsi erano promiscui eterogeneo.

### **realizzazione di materiale foto e video, anche con drone**

Sono state fatte fotografie (non professionali) come report interno, durante alcuni percorsi

### **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**

Trekking Urbano si è integrato con progetti di APT Servizi (itinerari Guerciniani) con progetti di Regione Emilia Romagna (progetto sui Cimiteri Monumentali) e con Territorio Turistico Bologna-Modena (percorso nel Modenese), impegni e collaborazione che saranno perseguiti anche per l'edizione 2025.

### **breve report dei risultati delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse rispetto all'edizione precedente**

Nelle edizioni precedenti non erano state riscontrate particolari difficoltà se non, in un caso la sovrapposizione con un altro grosso evento in città. Quest'anno come azione aggiuntiva, è stata inviata a tutti gli assessori dei comuni interessati dai percorsi del Trekking Urbano una comunicazione in cui si comunicava la realizzazione di quel determinato percorso nel loro comune. In molti casi i Comuni erano comunque già al corrente. Diversi assessori hanno apprezzato questa comunicazione. In alcuni casi (vedi percorso al Cimitero di Imola e Medicina, ha fatto emergere un problema di mancata comunicazione all'interno degli stessi Comuni). Uno dei temi di quest'anno era la visita ai cimiteri storici. In questo caso si sono riscontrate lamentele da parte di alcuni amministratori locali in quanto la visita avrebbe coinciso con la ricorrenza del giorno dei defunti che, secondo loro, avrebbe distolto dalla solennità della ricorrenza. Si è tenuto conto di questo rilievo modificando alcuni percorsi all'interno dei cimiteri ubicati nei comuni che avevano espresso perplessità.

### **informazioni e dati utili a dare evidenza dei risultati ottenuti (in relazione ai criteri ed alle modalità di riscontro dei risultati indicati in domanda)**

Sono stati realizzati 22 percorsi diversi di cui 12 a Bologna e 10 fuori città per un totale (incluse le repliche) di 39 partenze. I percorsi, oltre a Bologna si sono svolti nei seguenti comuni: Argelato, Imola, Medicina, Pieve di Cento, San Giovanni in Persiceto, San Lazzaro di Savena, Sasso Marconi, Valsamoggia (Castello di Serravalle e due comuni fuori dalla Città Metropolitana di Bologna: (Castelvetro di Modena) e Cento (FE). Di questi percorsi 2 erano percorsi accessibili /o inclusivi pensati per persone con diverse disabilità, per un totale di 4 partenze. 1 percorso era in inglese per i turisti stranieri. Come negli anni precedenti l'evento ha riscosso un grande successo con 950 presenze, di cui il 10% provenienti da città fuori dalla città metropolitana di Bologna.

Il programma completo delle visite pubblicato sul sito di Bologna Welcome

<https://www.bolognawelcome.com/it/informazioni/trekking-urbano>

Il sito dell'evento Nazionale del Trekking Urbano

<https://www.trekkingurbano.info/>

Sito web della città metropolitana

[https://www.cittametropolitana.bo.it/turismo/Newsletter\\_25\\_ottobre\\_2024/Trekking\\_Urbano\\_2024](https://www.cittametropolitana.bo.it/turismo/Newsletter_25_ottobre_2024/Trekking_Urbano_2024)

---

## **I GESSI RACCONTANO - STORIE DI NATURA E CULTURA A DUE PASSI DALLE MURA DI BOLOGNA**

**PG n. 6303 del 31/01/2025**

**integrazione PG n. 32154 del 15/05/2025**

**integrazione PG n. 37676 del 05/06/2025**

presentato da COMUNE DI SAN LAZZARO DI SAVENA

Soggetti coinvolti: Ente di gestione per i Parchi e la Biodiversità – Emilia Orientale, Comune di Monghidoro, Comune di Ozzano dell'Emilia, Comune di Pianoro

Il totale della spesa rendicontata è pari a € 35.165,48*, interamente ammessa. Si conferma l'importo concesso pari a € 13.200,00 a fronte della realizzazione delle azioni previste dal progetto, dei risultati attesi e di una spesa rendicontata ammessa superiore all'80% della spesa progettuale ammessa pari a € 40.000,00.
--

\*corretto d'ufficio

### **descrizione consuntiva del progetto**

Nato dalla comune volontà dei Comuni di San Lazzaro di Savena, Ozzano dell'Emilia, Pianoro e Monghidoro e dell'Ente di gestione per i Parchi e la Biodiversità – Emilia Orientale, il progetto I Gessi raccontano - Storie di natura e cultura a due passi dalle mura di Bologna ha inteso promuovere un turismo naturalistico e culturale all'interno della zona dei Gessi Bolognesi, situata a due passi dalla città nella prima collina a Est di Bologna. Tale area protetta di grande importanza naturalistica per la sua geodiversità e biodiversità è 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. In questa zona, caratterizzata dall'affioramento dei gessi, scaturiscono produzioni alimentari peculiari ed una rete di musei e di percorsi escursionistici.

I Gessi raccontano si è avvalsa di scenografie naturali ed è stato un importante strumento per raccontare e far conoscere i luoghi nonché per far scoprire alcune località più insolite ed i percorsi escursionistici che ad essi conducono. Gli eventi musicali in programma ed i cammini con guide professionali hanno accompagnato il turista-spettatore in un'esperienza intima e profonda di conoscenza e consapevolezza dei luoghi, delle eccellenze enogastronomiche e del "saper fare" ad esse riconducibile.

Per l'anno 2024 fanno parte del programma la rassegna "Il Silenzio del Tempo" e la rassegna "Per campi e per orti".

Il Silenzio del Tempo è una rassegna musicale a cura del bandoneonista, flautista e compositore Carlo Maver che si pone l'obiettivo di valorizzare i luoghi e promuovere una cultura ecologica nell'ambito del Parco regionale dei Gessi e dei Calanchi dell'Abbadessa.

Per campi e per orti è una rassegna a cura del Comune di San Lazzaro, che celebra l'unione tra natura e cultura all'interno delle aziende agricole biologiche e degli agriturismi del territorio sanlazzarese con un programma di attività volte alla scoperta dei luoghi più belli di San Lazzaro e delle eccellenze locali.

Gli eventi in programma (concerti, escursioni e degustazioni) sono stati tutti gratuiti e su prenotazione, salvo dove diversamente indicato.

Per coloro che desideravano vivere un'esperienza a 360° sul territorio, è stato possibile pernottare in una delle strutture presenti in zona anche modulando il soggiorno in base ad esigenze specifiche con pacchetti turistici personalizzati (qr code e I Gessi raccontano - pacchetti turistici).

### **obiettivi conseguiti**

Il progetto I Gessi raccontano - Storie di natura e cultura a due passi dalle mura di Bologna si è raggiunto l'obiettivo ha visto il sito dei Gessi Bolognesi soggetto attivo del racconto, grazie alla realizzazione di eventi, passeggiate e iniziative che si sono avvalse di scenografie naturali, hanno saputo 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 nate da questo progetto hanno veicolato 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 composto sia di visite e cammini con guide professionali che hanno accompagnato il turista-spettatore in un'esperienza 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, sia le performance di artisti e musicisti all'interno di esperienze che hanno saputo valorizzare il patrimonio naturalistico dei Gessi Bolognesi, ha visto la partecipazione di un vasto pubblico e l'interesse a proseguire le esperienze per l'anno successivo.

Pertanto l'obiettivo primario del progetto I Gessi Raccontano, 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, si ritiene raggiunto anche se non completamente, a causa degli eventi alluvionali che hanno segnato indelebilmente i territori coinvolti, causando in alcuni casi l'annullamento delle attività previste sia per questioni di sicurezza, sia per motivi di solidarietà, supporto e vicinanza ai cittadini e ai luoghi colpiti dalle due alluvioni di settembre e ottobre 2024.

### **modalità concrete di attuazione del progetto**

1. Individuazioni dei luoghi che più si prestano al racconto dei Gessi Bolognesi. A seguito di sopralluoghi svolti in collaborazione con i partner di progetto, sono stati individuati i siti di maggiore interesse, i percorsi e i cammini che ad essi conducono al fine 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, sono stati selezionati in collaborazione con partner di progetto i soggetti più adatti alla narrazione del territorio e alla valorizzazione del patrimonio custodito, sono stati individuati gli artisti, le guide professionali e a seguire le aziende enogastronomiche e ricettive da coinvolgere per una maggiore valorizzazione e diffusione del progetto e dei suoi obiettivi.
3. Individuazione e costruzione degli eventi e delle esperienze. Una volta scelti i luoghi ed i collaboratori, è stata predisposta la programmazione degli eventi e delle esperienze da proporre. Tra queste vi sono comprese camminate con guide ambientali turistiche professioniste, visite naturalistiche e storico-culturali lungo il percorso prescelto, partecipazioni ad esperienze organizzate, visite alle aziende agricole sul percorso con possibilità di degustazioni e acquisto.
4. Focus sui prodotti che hanno ottenuto il riconoscimento della De.Co. Bologna. Alcuni dei servizi proposti nell'offerta hanno previsto la promozione dei prodotti che sul territorio hanno ottenuto la De.Co. Bologna con particolare riferimento all'Olio extravergine d'oliva Colli di Bologna, grazie al coinvolgimento di aziende agricole specifiche (Az. Agricole Bonazza). Da programma era prevista la valorizzazione anche della De.Co. Carciofo Violetto di San Luca (Podere San Giuliano), tuttavia questa iniziativa ha visto l'annullamento senza la possibilità di essere riprogrammata entro il 31 dicembre 2024.
5. Predisposizione di un sistema di prenotazione per partecipare agli eventi ed esperienze proposte. E' stato realizzato un sistema di prenotazione agli eventi e alle esperienze realizzate nell'ambito del progetto I Gessi raccontano, sia tramite prenotazione di esperienze e pacchetti su sito web specifico ([www.appenninoslow.it](http://www.appenninoslow.it)) sia tramite la prenotazione a Ente parchi per quanto concerne le esperienze con escursione.
6. Predisposizione di pacchetti turistici. Sono stati costruiti pacchetti turistici vari da parte del soggetto Appennino Slow. La panoramica delle possibilità è stata fornita tramite una landing page costruita direttamente sul sito <https://www.appenninoslow.it/>, dedicata in modo specifico a "I gessi raccontano".
7. Realizzazione di attività e materiale di comunicazione e promozione. La predisposizione di materiale grafico è stato affidato a soggetto esterno, a seguire è stato predisposto un piano di promozione e comunicazione che ha visto la stampa di flyer e roll-up da diffondere nei vari territori coinvolti, un piano editoriale di promozione tramite siti web e social istituzionali (afferenti a tutti i partner di progetto), oltre che un piano di diffusione tramite il soggetto gestore dei pacchetti turistici, e un supporto divulgativo di promozione tramite ExtraBo.

### **azioni realizzate e risultati ottenuti rispetto a quelli previsti**

I risultati delle azioni realizzate sono stati conformi a quelli originariamente previsti anche se si è dovuto in parte riprogrammare le due rassegne a causa delle alluvioni avvenute nel nostro territorio nei mesi di settembre e ottobre 2024.

Dopo il rinvio a causa dell'alluvione del settembre 2024, gli appuntamenti relativi al "Il Silenzio del Tempo" sono stati tutti riprogrammati, di seguito gli appuntamenti:

- Il Silenzio del Tempo - Nadir Trio

Sabato 30 novembre alle ore 17:00 un concerto presso la Sala dell'accoglienza in via Monte delle Formiche, 24 a Pianoro.

- Il Silenzio del Tempo - Andrea Grillini, Joe Pisto e Carlo Maver

Domenica 1 dicembre alle ore 17:00 concerto presso Agriturismo Dulcamara, Via Tolara di Sopra, 78 - Ozzano dell'Emilia.

- Il Silenzio del Tempo - Il viaggio interiore con il suono mistico del ney

Sabato 14 dicembre alle ore 15:30 concerto presso la Chiesa di Santa Cecilia della Croara, Via Croara, 21 - San Lazzaro di Savena.

- Il Silenzio del Tempo - Incontri

Sabato 14 dicembre alle ore 19.00 concerto presso la Chiesa Parrocchiale di San Lazzaro, Via San Lazzaro, 2 - San Lazzaro di Savena.

- Il Silenzio del Tempo - Armonie dal mondo

Domenica 15 dicembre alle ore 11:00 presso il Museo della Preistoria Luigi Donini, Via Canova, 49 - San Lazzaro di Savena.

Gli appuntamenti della rassegna "Per campi e per orti" programmati per i mesi di settembre, ottobre e novembre sono stati i seguenti:

- Martedì 10 Settembre – Fattoria Belvedere ore 19,30 (via Piombarola n. 1/a– San Lazzaro di Savena, fraz. Castel de' Britti)

Ore 19,30: Passeggiata naturalistica all'interno dell'Azienda biologica a cura delle Guide del Parco con visita agli animali della fattoria (percorso di 1 km circa di bassa difficoltà, necessarie calzature adeguate).

Ore 20,30: Concerto di musica jazz eseguito dal Duo Beltrani - Pietro Beltrani (pianoforte) e Luca Beltrani (chitarra), a seguire degustazione con ciambella alla lavanda accompagnata da infuso alla cedrina prodotti dall'azienda.

- Giovedì 12 Settembre - Cooperativa sociale Agriverde ore 17,30 (Parco di Villa San Camillo, via Seminario n. 1 – San Lazzaro di Savena)

Ore 17,30: Go with the flowers l'arte della raccolta dei fiori in campo e della creazione di mazzi personalizzati.

Ore 19: Concerto di musica pop-rock-classica eseguito dal Duo Reverse, Daniele Negrini (violino) e Tiziano Guerzoni (violoncello), a seguire aperitivo bio con i prodotti dell'azienda.

- Giovedì 10 Ottobre – ore 18,30 Azienda agricola Bonazza (Via del Pozzo n. 2 - San Lazzaro di Savena)

Degustazione guidata di olio extravergine biologico prodotto in azienda, a seguire Concerto di musica classica e popolare sud-americana eseguito dal Duo Striago - Mario Striati (chitarra) e Pietro Agosti (chitarra). L'Azienda è produttrice dell'Olio extravergine d'oliva Colli di Bologna, ovvero dell'Olio dei colli bolognesi, un patrimonio della cultura, storia e tradizione del territorio dei colli della provincia di Bologna, a sud della Via Emilia che ha ottenuto il riconoscimento De.Co. Bologna.

- EVENTO ANNULLATO - Venerdì 25 Ottobre – ore 17,00 Azienda agricola Tomisa (Via Idice n. 43/a - San Lazzaro di Savena, fraz. Castel de' Britti) evento gratuito

Ore 17: Passeggiata naturalistica all'interno dell'Azienda biologica a cura delle Guide del Parco. (percorso di 1 km circa di bassa difficoltà, necessarie calzature adeguate).

Ore 18: Concerto di musica classica eseguito dal Duo Nifantani-Lo Giudice, Martina Nifantani (arpa) e Alessandro Lo Giudice (flauto), a seguire degustazione di vini dell'azienda

- EVENTO ANNULLATO - Sabato 19 Ottobre - ore 15,00 Autunno al Parco dei Gessi Bolognesi: passeggiata naturalistica alla Dolina della Spipola (San Lazzaro di Savena) evento gratuito

Percorso di media difficoltà a cura delle Guide del Parco, circa tre ore (3 km circa): necessario un abbigliamento da escursione.

Prenotazione obbligatoria: 333.2660329 (tutti i giorni h 9-17, fino al giorno precedente all'evento).

- EVENTO ANNULLATO - Venerdì 8 Novembre – ore 21,00 Podere San Giuliano (Via Galletta n. 3 - San Lazzaro di Savena) evento gratuito

Presentazione dei prodotti dell'azienda e a seguire Concerto di musica classica e world music eseguito dal Duo Greco-Astone, Davide Greco (violino) e Mario Astone (violoncello). Nota: l'evento si svolgerà al chiuso.

Prenotazione obbligatoria: 051.6251141. Possibilità di cena presso l'agriturismo su prenotazione.

L'Azienda è produttrice del Carciofo Violetto di San Luca, ecotipo varietale inerme, tradizionale delle colline bolognesi, riprodotto solo per via agamicache, che ha ottenuto il riconoscimento De.Co. Bologna

- Sabato 16 novembre - ore 15,00 Autunno al Parco dei Gessi Bolognesi: passeggiata naturalistica alla Dolina della Spipola (San Lazzaro di Savena)

Percorso di media difficoltà a cura delle Guide del Parco, circa tre ore (3 km circa): necessario un abbigliamento da escursione.

- Giovedì 21 Novembre – ore 19,30 Corte dell'Abbadessa (Via Croara n. 7/1 - San Lazzaro di Savena)

Ore 19,30: laboratorio naturalistico con gessi e argilla a cura delle Guide del Parco (attività gratuita creativa e artistica per bambini e ragazzi). Prenotazione obbligatoria per il laboratorio: 333.2660329 (tutti i giorni h 9-17, fino al giorno precedente all'evento).

Ore 21: Concerto di musica classica e moderna eseguito dal Duo Macaggi/Ricci: Eva Macaggi (soprano), Francesco Ricci (pianoforte).

### **soggetti pubblici e/o privati effettivamente coinvolti nel progetto**

I partner del progetto che hanno collaborato insieme al capofila sono stati i seguenti: Ente di gestione per i Parchi e la Biodiversità – Emilia Orientale, Comune di Monghidoro, Comune di Ozzano dell'Emilia e Comune di Pianoro.

Gli appuntamenti della rassegna “Il Silenzio del Tempo” sono stati gestiti dal musicista Carlo Maver dell'associazione Musica e Nuvole.

Gli appuntamenti della rassegna “Per campi e per orti” hanno avuto l'importante collaborazione delle seguenti aziende site nel Parco dei Gessi: Fattoria Belvedere, Cooperativa sociale Agriverde, Azienda agricola Bonazza, Corte dell'Abbadessa e dell'Ente di gestione per i Parchi e la Biodiversità – Emilia Orientale per la parte escursionistica. L'orchestra Senzaspine si è occupata della parte musicale della rassegna. Appennino Slow srl ha collaborato con il soggetto capofila per la promozione e comunicazione del progetto (in particolare per gli aspetti legati ai social), per il sistema di prenotazione degli eventi e per la creazione e gestione dei pacchetti turistici e per l'organizzazione generale di tutti gli eventi ed iniziative presenti in programma.

La parte di grafica (ideazione dell'immagine coordinata, impaginazione materiale informativo, stampa volantini e roll-up) è stata affidata all'azienda di Matteo Carboni.

### **attività svolte, segnalando e motivando gli eventuali scostamenti da quanto indicato in fase di presentazione progetto**

1. Individuazioni dei luoghi che più si prestano al racconto dei Gessi Bolognesi. A seguito di sopralluoghi svolti in collaborazione con i partner di progetto, sono stati individuati i siti di maggiore interesse, i percorsi e i cammini che ad essi conducono al fine di far conoscere e valorizzare le peculiarità del territorio e del paesaggio nonché le aziende ricettive e quelle che producono eccellenze enogastronomiche. Non vi sono scostamenti da segnalare rispetto al progetto presentato.
2. Selezione dei soggetti collaboratori. Sulla base dei luoghi scelti, sono stati selezionati in collaborazione con partner di progetto i soggetti più adatti alla narrazione del territorio e alla valorizzazione del patrimonio custodito, sono stati individuati gli artisti, le guide professionali e a seguire le aziende enogastronomiche e ricettive da coinvolgere per una maggiore valorizzazione e diffusione del progetto e dei suoi obiettivi. Non vi sono scostamenti da segnalare rispetto al progetto presentato.
3. Individuazione e costruzione degli eventi e delle esperienze. Una volta scelti i luoghi ed i collaboratori, è stata predisposta la programmazione degli eventi e delle esperienze da proporre. Tra queste vi sono comprese camminate con guide ambientali turistiche professioniste, visite naturalistiche e storico-culturali lungo il percorso prescelto, partecipazioni ad esperienze organizzate, visite alle aziende agricole sul percorso con possibilità di degustazioni e acquisto. Non vi sono scostamenti da segnalare rispetto al progetto presentato.
4. Focus sui prodotti che hanno ottenuto il riconoscimento della De.Co. Bologna. Alcuni dei servizi proposti nell'offerta hanno previsto la promozione dei prodotti che sul territorio hanno ottenuto la De.Co. Bologna con particolare riferimento all'Olio extravergine d'oliva Colli di Bologna, grazie al coinvolgimento di aziende agricole specifiche (Az. Agricole Bonazza). Da programma era prevista la valorizzazione anche della De.Co. Carciofo Violetto di San Luca (Podere San Giuliano), tuttavia questa iniziativa ha visto l'annullamento senza la possibilità di essere riprogrammata entro il 31 dicembre 2024. Rispetto al progetto presentato il coinvolgimento e la valorizzazione delle De.Co. ha subito una modifica, tenendo conto che viste le modifiche al programma per cause non prevedibili, si è potuto valorizzare solo una De.Co. tra quelle previste inizialmente.
5. Predisposizione di un sistema di prenotazione per partecipare agli eventi ed esperienze proposte. E' stato realizzato un sistema di prenotazione agli eventi e alle esperienze realizzate nell'ambito del progetto I Gessi raccontano, sia tramite prenotazione di esperienze e pacchetti su sito web specifico ([www.appenninoslow.it](http://www.appenninoslow.it)) sia tramite la prenotazione a Ente parchi per quanto concerne le esperienze con escursione. Non vi sono scostamenti da segnalare rispetto al progetto presentato.
6. Predisposizione di pacchetti turistici. Sono stati costruiti pacchetti turistici vari da parte del soggetto Appennino Slow. La panoramica delle possibilità è stata fornita tramite una landing page costruita

direttamente sul sito <https://www.appenninoslow.it/>, dedicata in modo specifico a “I gessi raccontano”. Non vi sono scostamenti da segnalare rispetto al progetto presentato.

7. Realizzazione di attività e materiale di comunicazione e promozione. La predisposizione di materiale grafico è stato affidato a soggetto esterno, a seguire è stato predisposto un piano di promozione e comunicazione che ha visto la stampa di flyer e roll-up da diffondere nei vari territori coinvolti, un piano editoriale di promozione tramite siti web e social istituzionali (afferenti a tutti i partner di progetto), oltre che un piano di diffusione tramite il soggetto gestore dei pacchetti turistici, e un supporto divulgativo di promozione tramite ExtraBo. Non vi sono scostamenti da segnalare rispetto al progetto presentato.

#### **ambito territoriale interessato**

territorio dei comuni di San Lazzaro di Savena, Ozzano dell'Emilia e Pianoro e Parco dei Gessi

#### **periodo di svolgimento delle azioni**

settembre-dicembre 2024

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

Il progetto è coerente con gli obiettivi in materia di prodotti e mercati fissati dalle “Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2022-2024 “ approvate con DGR 1618/2021. 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) e Museo della preistoria L. Donini di S. Lazzaro di Savena;
- 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: percorsi e cammini tematici all'interno del parco dei Gessi;
- 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 ha fatto 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 progetto ha coinvolto anche all'enoturismo.
- Special interest – Musica: le esperienze musicali all'interno del progetto sono state caratterizzate dalla presenza di artisti locali.

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

Il progetto ha valorizzato e promosso, attraverso esperienze conoscitive, di ascolto ed ospitalità, l'identità dei Gessi Bolognesi, il cui contributo al riconoscimento UNESCO è stato fondamentale per diverse ragioni: la Grotta della Spipola è la più sviluppata cavità in gesso dell'Europa occidentale; similmente, la Dolina della Spipola rappresenta la più estesa dolina del continente; la varietà delle manifestazioni carsiche (i c.d. “speleotemi”) degli affioramenti e delle grotte del Bolognese rappresenta un repertorio unico a livello mondiale ed i sistemi carsici della zona tra i più studiati del mondo; gli elementi culturali e storici presenti sul territorio; i siti paleontologici e archeologici di rilevante interesse scientifico; la biodiversità animale e vegetale risulta elevata e specifica dell'area; infine, ma non meno importante, questi gessi sono soggetti ad una rigorosa tutela, presupposto indispensabile per divenire World Heritage.

#### **caratteristiche progettuali di integrazione e diversificazione di prodotti e servizi inerenti a settori economici diversi (ad esempio: commercio, agricoltura, artigianato, trasporti)**

Il turismo lento - che con questo progetto si è inteso promuovere - induce ad una conoscenza più approfondita del territorio, offre al visitatore l'opportunità di godere di scenari naturali unici per la presenza dei gessi, di armonie musicali che esaltano il silenzio dei luoghi, di apprezzare i prodotti agricoli ed artigianali locali di eccellenza, favorendone la permanenza presso le strutture ricettive del territorio di comoda accessibilità e facilmente raggiungibili nelle modalità più diversificate: a piedi, in bici, in auto o combinata con il trasporto pubblico.

### **azioni di riduzione dell'impatto ambientale in fase di progettazione e realizzazione**

Tutte le esperienze del progetto sono state caratterizzate da un consumo energetico minimo in modo da avere il minor impatto ambientale possibile, a tal fine gli spettacoli sono stati principalmente in acustico con impatto ambientale molto ridotto. Per quanto riguarda le esperienze che prevedevano camminate e percorsi a tema, questi hanno avuto un impatto ambientale pari a zero.

### **azioni di promozione del turismo accessibile, in particolare in riferimento all'accessibilità a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive**

Le esperienze musicali presenti nella programmazione sono state fruibili anche dal punto di vista di un turismo accessibile e destinati anche a persone con disabilità motorie, sensoriali e cognitive.

**eventuale previsione di vendita di biglietti a carico dell'utente finale per poter usufruire dei servizi promossi**  
gli eventi sono stati tutti gratuiti, solo l'eventuale acquisto di pacchetti turistici con pernottamento e ristorazione è stato a pagamento, ma ciò ha comportato un eventuale entrata solo per le strutture ricettive.

### **realizzazione di materiale foto e video, anche con drone**

Sono stati raccolti vari materiali foto e video relativi alle iniziative programmate. Si allegano per opportuna conoscenza alcuni scatti relativi alle iniziative svolte.

### **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 dei risultati delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse rispetto all'edizione precedente**

-

### **informazioni e dati utili a dare evidenza dei risultati ottenuti (in relazione ai criteri ed alle modalità di riscontro dei risultati indicati in domanda)**

#### 1. Individuazioni dei luoghi che più si prestano al racconto dei Gessi Bolognesi

Sono stati svolti vari incontri a partire da giugno con i partner di progetto, con le guide professioniste dell'Ente Parco e con il soggetto Appennino Slow, al fine di individuare i luoghi più adatti ad accogliere le attività e le esperienze di visita ed escursione.

#### 2. Selezione dei soggetti collaboratori

Formalizzazione di contratti e atti amministrativi necessari per l'individuazione dei soggetti collaboratori. Di seguito gli estremi degli atti amministrativi relativi al progetto:

- determina con impegno di spesa n. 575 / 2024 del 20/06/2024 di affidamento di un servizio di promo-commercializzazione del Progetto "I Gessi raccontano" nei confronti di APPENNINO SLOW s.c.a.r.l. a seguito di trattativa sul MEPA;
- determina con impegno di spesa n. 801/2024 del 26/08/2024 di affidamento del servizio di progettazione grafica e realizzazione di materiale informativo per il progetto I Gessi raccontano
- Storie di natura e cultura a due passi dalle mura di Bologna nei confronti di Un Altro Studio di Matteo Carboni e C.;
- determina con impegno di spesa n. 861/2024 del 16/09/2024 di affidamento del servizio di direzione ed organizzazione artistica nonché service e logistica correlate di concerti da realizzare nel parco dei gessi e dei calanchi dell'abbadessa relativi alla rassegna "il Silenzio del tempo" nei confronti dell'associazione musica e nuvole a seguito di trattativa sul MEPA;
- determina con impegno di spesa n. 828 / 2024 del 04/09/2024 di affidamento del servizio di direzione ed organizzazione artistica nonché service e logistica correlate di concerti relativi alla rassegna "Per campi e per orti" nei confronti di i SENZASPINE APS;

#### 3. Individuazione e costruzione degli eventi e delle esperienze

Gli appuntamenti in programma si sono sempre svolti in luoghi significativi per l'area del Parco dei Gessi e Calanchi dell'Abbadessa dal punto di vista ambientale e culturale. L'aspetto culturale è stato messo particolarmente in risalto durante la calendarizzazione degli appuntamenti di "Il silenzio del tempo" (le location sono state individuate tra chiese e musei). I luoghi scelti per le passeggiate sono sicuramente tra i più suggestivi del Parco dei Gessi (grotte, calanchi e doline), mentre "Per Campi e per Orti" ha portato gli utenti alla scoperta dei prodotti tipici dell'area sanlazzarese. Sono state organizzate anche attività specificatamente mirati alle famiglie, ma sempre legate

al territorio, come il laboratorio dedicato ad argille e gessi svolto con le guide dell'Ente Parchi. La partecipazione è stata notevole, gli utenti si sono dimostrati interessati e soddisfatti.

#### 4. Focus sui prodotti che hanno ottenuto il riconoscimento della De.Co. Bologna.

Realizzazione di esperienze che avranno come tema la promozione dei tre prodotti che sul territorio hanno ottenuto il riconoscimento, come l'evento di giovedì 10 Ottobre presso Azienda agricola Bonazza, produttrice dell'Olio extravergine d'oliva Colli di Bologna, ovvero dell'Olio dei colli bolognesi, che prevedeva una degustazione guidata di olio extravergine biologico prodotto in azienda.

Per quanto riguarda l'evento gratuito che era stato previsto in data Venerdì 8 Novembre – ore 21,00 presso il Podere San Giuliano (Via Galletta n. 3 - San Lazzaro di Savena), Azienda produttrice del Carciofo Violetto di San Luca che ha ottenuto il riconoscimento De.Co. Bologna, che prevedeva la presentazione dei prodotti dell'azienda e a seguire Concerto di musica classica e world music eseguito dal Duo Greco-Astone, Davide Greco (violino) e Mario Astone (violoncello), questo è stato annullato per cause non prevedibili.

#### 5. Predisposizione di un sistema di prenotazione per partecipare agli eventi ed esperienze proposte

Il sistema di prenotazione si basava sui vari punti:

- prenotazione pacchetti turistici tramite sito web specifico (landing page su [www.appenninoslow.it](http://www.appenninoslow.it))
- prenotazione iniziative con escursione e/o visita guidata tramite Ente Parchi
- prenotazione iniziative presso Aziende agricole tramite le stesse aziende.

#### 6. Predisposizione di pacchetti turistici

Link alla piattaforma su cui sono illustrati i pacchetti turistici e su cui si procede alla prenotazione:

<https://www.appenninoslow.it/rassegne>

Data la natura della manifestazione è stata attuata la scelta strategica di proporre agli utenti interessati un pacchetto interamente personalizzabile, a seconda delle esigenze e preferenze.

Le strutture coinvolte sono state scelte e contattate tra gli agriturismi e/o i produttori locali, in modo da fornire un'esperienza in linea con lo spirito dell'iniziativa. Al fine di rendere l'esperienza il più completa possibile il pacchetto, oltre al pernottamento, poteva includere degustazioni di prodotti tipici, visite guidate o trekking presso punti di interesse della zona (come il Museo Donini o il Parco dei Gessi e Calanchi dell'Abbadessa) e attività specifiche di laboratorio per famiglie e bambini. Gli utenti avevano la possibilità di prenotare le esperienze/i pernottamenti comunicando direttamente con il personale del tour operator di Appennino Slow, in modo da poter essere supportati in ogni fase della prenotazione. La panoramica delle possibilità è stata fornita tramite una landing page costruita direttamente sul sito <https://www.appenninoslow.it/>, dedicata in modo specifico a "I gessi raccontano".

#### 7. Realizzazione di attività e di materiale di comunicazione e promozione Il materiale cartaceo predisposto (volantino) e i roll-up sono stati distribuiti presso tutti i soggetti partner e collaboratori, nonché presso extraBO e distribuiti digitalmente attraverso i siti istituzionali dei comuni coinvolti nonché attraverso i canali social dei soggetti aderenti al progetto e delle aziende e musicisti che vi hanno collaborato.

A seguito dell'alluvione di settembre e di ottobre 2024 sono stati riprogrammati alcuni eventi cancellati per cause di forza maggiore e tali eventi sono stati inseriti all'interno di locandine realizzate utilizzando sempre l'immagine coordinata e distribuiti presso i soggetti aderenti e collaboratori, nonché presso i loro canali istituzionali e profili social.

La manifestazione è stata pubblicizzata anche sul sito

<https://appenninobolognese.cittametropolitana.bo.it/it>, il portale turistico ufficiale per l'Appennino Bolognese, oltre che tramite le newsletter di eXtraBO e IAT Monghidoro. Il profilo principale individuato per la promozione della rassegna è il profilo (sia Instagram che Facebook) dello IAT di Monghidoro, ufficio turistico di riferimento per l'unione Savena-Idice. Il piano editoriale è stato condiviso con il comune di San Lazzaro di Savena e con i direttori artistici degli eventi musicali: la maggior parte dei post sono stati pubblicati in collaborazione con i profili del comune e sempre taggando tutte le altre amministrazioni coinvolte (oltre ai direttori artistici e alle strutture coinvolte in "Per campi e per orti"). La caratteristica dei post era di essere contemporaneamente informativi e accattivanti, così da coinvolgere e interessare il pubblico rispetto agli eventi. Inoltre, successivamente agli eventi o durante gli stessi, sono stati condivisi foto e video sempre tramite i canali social IAT Monghidoro. Anche eXtraBo ha partecipato alla condivisione di post e storie relativamente a "I gessi raccontano", secondo la scansione del loro piano editoriale.

Ad integrazione di quanto riportato in precedenza, si riportano i dati relativi alle visualizzazioni di post e storie sulle pagine IAT Monghidoro:

- + 25000 visualizzazioni post Ig e fb - Il silenzio del tempo
- + 6000 visualizzazioni storie Ig - Il silenzio del tempo
- + 27000 visualizzazioni post Ig e fb - Per campi e per orti
- + 7000 visualizzazioni storie Ig - Per campi e per orti

## IL TAGLIERE DEI SALSAMENTARI 1876 DE.CO.

PG n. 5184 del 27/01/2025  
integrazione PG n. 33903 del 21/05/2025  
integrazione PG n. 38945 del 10/06/2025

presentato da Mutua Salsamentari 1876 Bologna

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

Il totale della spesa rendicontata è pari a € 23.504,75. Non sono ammesse spese per € 4.727,27 in quanto riferite a spese di rappresentanza. La spesa ammessa a contributo risulta pertanto pari a € 18.777,48 e quindi < 80% della spesa progettuale ammessa pari a € 32.786,88. Si rimodula quindi il contributo concesso pari a € 10.315,24 in € 7.384,59.

### descrizione consuntiva del progetto

Il progetto annuale "Tagliere De.Co. dei Salsamentari", promosso dall'Associazione Mutua Salsamentari 1876, ha avuto come obiettivi principali la valorizzazione della tradizione salsamentaria bolognese e la diffusione del marchio De.Co. sul territorio. Attraverso un efficace piano di comunicazione, il progetto ha raggiunto un pubblico ampio, sfruttando i canali social, il sito web salsamentari.it (implementato con le risorse del bando PTPL 2023) e una rete di eventi organizzati in collaborazione con enti pubblici e privati.

Grazie all'esperienza di professionisti della comunicazione, è stato possibile ampliare significativamente la base di attività certificate De.Co. e coinvolgere un pubblico eterogeneo, dai professionisti del settore della ristorazione ai consumatori appassionati. Durante tutto l'anno, monografie dedicate alle attività salsamentarie sono state pubblicate sui social, accompagnate da shooting fotografici e contenuti di qualità.

#### Calendario delle attività principali

##### 1. Febbraio - Il Pranzo dei Bolliti

Presso l'azienda agricola Golinelli 1975 di Molinella, si è svolto un conviviale evento che ha riunito autorità locali, appassionati e professionisti della filiera. L'evento ha evidenziato l'importanza della filiera corta, con degustazioni di prodotti tradizionali di alta qualità.

##### 2. Settembre - La Via del Sale

In collaborazione con il Comune di Cervia e l'Associazione Territori, l'evento ha celebrato l'antica via commerciale che portava il "prezioso oro bianco" a Bologna. Le giornate hanno incluso uno scambio culturale tra Bologna e Cervia, con visite guidate alla scoperta della storia della mortadella. Un risultato significativo è stato l'avvio di una progettazione per una via ciclabile Bologna-Cervia che ripercorra il tracciato storico.

##### 3. Ottobre - Le celebrazioni della Mortadella

In collaborazione con la comunità della Valsamoggia, è stata riproposta la gara della coltellina, un evento ludico che ha visto una partecipazione entusiastica di centinaia di persone. Nello stesso mese, si è celebrato il 363° anniversario del Bando delle Mortadelle, emanato dal Cardinale Farnese nel 1661, con tre giorni di festeggiamenti in Via Rizzoli a Bologna.

##### 4. 150° Anniversario della nascita di Guglielmo Marconi

A Calderino si è tenuto uno scambio culturale con la maggiore collezione di oggetti marconiani, sottolineando il legame tra innovazione tecnologica e tradizione artigianale.

#### Motivo della cancellazione della conferenza stampa

La conferenza stampa, prevista per il 21 ottobre presso Ascom in Strada Maggiore a Bologna, avrebbe rappresentato un momento cruciale per la chiusura del progetto e la divulgazione dei risultati raggiunti. Tuttavia, a causa della tragica alluvione che ha colpito la città di Bologna nello stesso periodo, l'evento è stato annullato e rinviato a data da destinarsi (probabile primavera 2025). Questa cancellazione ha avuto un impatto negativo sugli obiettivi di comunicazione, poiché non è stato possibile garantire la visibilità pianificata nella fase conclusiva.

### obiettivi conseguiti

- Certificazione De.Co.: Incremento del 25% delle attività certificate sul territorio bolognese.
- Partecipazione pubblica: Oltre 2.000 partecipanti agli eventi.
- Comunicazione: Crescita del 40% nelle interazioni social rispetto all'anno precedente, con più di 500.000

visualizzazioni sui contenuti pubblicati.

#### **modalità concrete di attuazione del progetto**

Il progetto è stato realizzato grazie alla collaborazione tra enti istituzionali e partner privati, con un approccio integrato tra promozione culturale, enogastronomica e turistica.

#### **azioni di riduzione dell'impatto ambientale in fase di progettazione e realizzazione**

- Utilizzo di fornitori locali per ridurre l'impatto logistico.
- Produzione di materiali biodegradabili per gli eventi.
- Sostituzione della comunicazione cartacea con strumenti digitali.

#### **azioni di promozione del turismo accessibile, in particolare in riferimento all'accessibilità a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive**

- Progettazione di eventi accessibili anche a persone con disabilità motorie e sensoriali.
- Utilizzo di strumenti di comunicazione inclusivi, come sottotitoli nei video e testi descrittivi per le immagini.

#### **realizzazione di materiale foto e video, anche con drone**

Una ricca documentazione fotografica e video è stata realizzata da Carolina Negroni, includendo riprese con drone per valorizzare i paesaggi e le attività sul territorio.

#### **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 si è integrato con campagne promosse da Bologna Welcome e Territorio Turistico Bologna-Modena, rafforzando la coerenza con le strategie regionali di promo-commercializzazione.

#### **breve report dei risultati delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse rispetto all'edizione precedente**

La cancellazione della conferenza stampa ha rappresentato una criticità significativa. Per mitigare l'impatto, si è intensificata la comunicazione sui social e si prevede di recuperare l'evento nel 2025.

#### **informazioni e dati utili a dare evidenza dei risultati ottenuti (in relazione ai criteri ed alle modalità di riscontro dei risultati indicati in domanda)**

- Incremento delle attività certificate: 15 nuove attività hanno ottenuto la certificazione De.Co.
- Crescita del pubblico: Maggiore partecipazione agli eventi rispetto al 2024.
- Miglioramento della percezione del marchio: Aumento significativo del coinvolgimento sui canali digitali.

Il progetto "Tagliere De.Co. dei Salsamentari" ha dimostrato un'elevata capacità di integrazione e valorizzazione del territorio, ponendo solide basi per ulteriori sviluppi futuri.

---

### **FESTIVAL MENTE LOCALE – VISIONI SUL TERRITORIO 2024**

**PG n. 6327 del 31/01/2025**

**integrazione PG n. 30455 del 08/05/2025**

presentato da CARTA BIANCA APS

Soggetti coinvolti: Comune di Valsamoggia, Comune di Casalecchio di Reno, Comune di Vignola, Comune di Castelnuovo Rangone

Il totale della spesa rendicontata è pari a € 39.563,75, interamente ammessa. Si conferma l'importo concesso pari a € 12.279,30 a fronte della realizzazione delle azioni previste dal progetto, dei risultati attesi e di una spesa rendicontata ammessa superiore alla spesa progettuale ammessa pari a € 37.210,00.
--

#### **descrizione consuntiva del progetto**

Mente Locale – Visioni sul territorio è il primo festival italiano dedicato al racconto del territorio attraverso il cinema documentario, radicato nei territori di Bologna e Modena fin dalla prima edizione e fortemente caratterizzato da esperienze di esplorazione e valorizzazione dei luoghi, da una dimensione conviviale e da un

approccio interdisciplinare. Un festival di cinema e non solo, con un pubblico eterogeneo che accanto alle comunità locali vede la presenza di autori nazionali e internazionali, giornalisti e appassionati di turismo culturale e di enogastronomia. Durante l'undicesima edizione, svoltasi nel corso del 2024, sono state realizzate le proiezioni del concorso internazionale nelle sale di Bazzano, Savignano sul Panaro, Loiano e Castelnuovo Rangone. In occasione delle proiezioni, grazie alla collaborazione con il Consorzio Vini Colli Bolognesi, sono state realizzate degustazioni di prodotti locali. L'edizione 2024 ha inoltre previsto diversi incontri e iniziative collaterali dedicate al racconto e promozione del territorio, camminate tematiche, iniziative in collaborazione con caseifici. In particolare si segnala l'iniziativa organizzata in collaborazione con il Comune e la Fondazione di Vignola che ha previsto la proiezione di cortometraggi di racconto dei territori del festival e una degustazione di liquori del territorio in collaborazione con il Laboratorio Roteglia di Sassuolo. Una camminata tematica e proiezione dedicata ai luoghi dossettiani del Comune di Valsamoggia in collaborazione con Sentieri parlanti & Intorno alla Torre. L'iniziativa sul tema dello sviluppo delle aree marginali Di latte, di fieno e di mani in collaborazione con la Pro loco di Savigno e il Consorzio del Formaggio Parmigiano – Reggiano. L'incontro svoltosi presso la biblioteca di Vignola sul tema dei cammini e del racconto audiovisivo degli stessi con un focus sulla via Appia, la Via degli Dei e la Via Vandelli. La giornata di premiazione del concorso è organizzata in collaborazione con Confcommercio Città Metropolitana, per la promozione di prodotti gastronomici del territorio.

### **obiettivi conseguiti**

Il festival ha conseguito gli obiettivi prefissati in fase di progettazione: fidelizzazione del pubblico del festival e ampliamento a fasce più giovani e a un pubblico locale non necessariamente cinefilo, reso possibile dall'organizzazione di un corso di formazione legato al festival e pensato per giovani aspiranti videomaker che aveva l'obiettivo di realizzare cortometraggi di racconto e promozione dei territori del festival. L'attrazione sul territorio di autori e produttori esteri del mondo dell'audiovisivo, ospitati in occasione delle proiezioni del concorso internazionale. La promozione dei territori del festival attraverso il consolidamento di media partner quali TrMedia e il Touring Club Italiano. Il consolidamento di partnership strategiche per l'organizzazione di iniziative tematiche sul racconto del territorio quali il Consorzio Vini Colli Bolognesi, il Consorzio Formaggio Parmigiano Reggiano e Confcommercio Città Metropolitana.

### **modalità concrete di attuazione del progetto**

Le iniziative sono state realizzate grazie al team consolidato che da anni lavora al festival, alla collaborazione con i cinema indipendenti del festival e le partnership strategiche con le Istituzioni dei territori toccati dal festival e con soggetti quali il Consorzio dei Vini Colli Bolognesi, il Consorzio Formaggio Parmigiano Reggiano, Confcommercio Città Metropolitana e le Pro Loco.

### **azioni realizzate e risultati ottenuti rispetto a quelli previsti**

Come precisato sopra le principali iniziative hanno riguardato le proiezioni del concorso internazionale a cui erano collegate degustazioni di vini locali. Iniziative tematiche quali camminate, incontri e proiezioni dedicate al territorio del festival. La varietà di iniziative ha permesso di ottenere i risultati previsti ovvero a consolidare la presenza di un pubblico ormai fidelizzato negli anni e da un 'nuovo' pubblico che scopre il festival grazie al passaparola, l'importante attività sui social e le iniziative collaterali che fanno conoscere il festival anche a un pubblico non necessariamente 'cinefilo'.

### **soggetti pubblici e/o privati effettivamente coinvolti nel progetto**

Sono diversi i soggetti pubblici e privati che nel corso degli anni hanno collaborato a vario titolo alle iniziative del festival. I soggetti con cui può dirsi consolidata la collaborazione sono: Comune di Valsamoggia, Comune di Vignola, Comune di Casalecchio di Reno, Comune di Castelnuovo Rangone, Consorzio del Formaggio Parmigiano Reggiano, Consorzio Vini Colli Bolognesi, Confcommercio Città Metropolitana, Touring Club Italiano, TrMedia.

### **attività svolte, segnalando e motivando gli eventuali scostamenti da quanto indicato in fase di presentazione progetto**

1. Realizzazione proiezioni concorso internazionale e ospitalità autori e produttori nazionali ed esteri
2. Degustazioni in collaborazione con il Consorzio Vini Colli Bolognesi
3. Camminate e incontri tematici per il racconto e la promozione del territorio in collaborazione con diversi Enti e soggetti, in particolare con il Consorzio del Formaggio Parmigiano Reggiano

### **ambito territoriale interessato**

Comuni della Provincia di Bologna e di Modena

### **periodo di svolgimento delle azioni**

Il cuore del festival si è svolto a novembre 2024. Gli eventi collaterali si sono svolti tra marzo e ottobre 2024.

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

Realizzazione di iniziative all'interno di Borghi del Territorio Turistico Bologna-Modena, in particolare presso rocche. Iniziativa di promozione di cammini consolidati (incontro a Loiano sulla Via degli Dei, con proiezione di un documentario dedicato e riflessione con il pubblico ed esperti del settore) e di cammini da consolidare (incontro sul tema dei cammini con focus su Via degli Dei e Via Vandelli, strada settecentesca che collega il Palazzo Ducale di Modena a quello di Massa) Food&Wine: degustazioni in diversi Comuni del festival (Castelnuovo Rangone, Valsamoggia, Loiano e Savignano sul Panaro) con il Consorzio Vini Colli Bolognesi e iniziative e degustazioni (Valsamoggia) con il Consorzio Formaggio Parmigiano Reggiano.

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

Organizzazione di proiezioni di cortometraggi di racconto dei territori del festival, degustazione di vini locali anche a beneficio di pubblico straniero e di provenienza extra regione. Incontri sul tema della possibilità di sviluppo a base culturale delle aree marginali.

### **caratteristiche progettuali di integrazione e diversificazione di prodotti e servizi inerenti a settori economici diversi (ad esempio: commercio, agricoltura, artigianato, trasporti)**

Il festival crede profondamente nell'interdisciplinarietà e nel cinema documentario come elemento di promozione integrata del territorio, e gode della collaborazione attiva di numerose realtà produttive tra cui Confcommercio Città Metropolitana, Consorzio del Formaggio Parmigiano Reggiano, Agriturismo il Castellazzo – Museo della pasta ripiena, Consorzio Vini Colli Bolognesi, Consorteria dell'aceto Balsamico tradizionale di Spilamberto.

### **azioni di riduzione dell'impatto ambientale in fase di progettazione e realizzazione**

Il festival *Mente locale* già da alcuni anni ha aderito ad AFIC (Associazione Festival Italiani di Cinema) che prevede il rispetto di un protocollo green nella realizzazione dell'iniziativa. Il festival ha una persona dedicata che riveste il ruolo di green manager

### **azioni di promozione del turismo accessibile, in particolare in riferimento all'accessibilità a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive**

Tutte le iniziative del festival sono realizzate in luoghi che garantiscano il più possibile l'accessibilità anche a persone fisicamente svantaggiate con disabilità motorie

### **eventuale previsione di vendita di biglietti a carico dell'utente finale per poter usufruire dei servizi promossi**

tutte le iniziative del festival sono ad ingresso gratuito

### **realizzazione di materiale foto e video, anche con drone**

Tutte le iniziative del festival sono documentate fotograficamente e con video appositi, materiali che vengono utilizzati per la promozione sui social e non solo

### **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**

-

### **breve report dei risultati delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse rispetto all'edizione precedente**

-

### **informazioni e dati utili a dare evidenza dei risultati ottenuti (in relazione ai criteri ed alle modalità di riscontro dei risultati indicati in domanda)**

Nell'edizione 2024 è stata avviata un'attività sperimentale che ha previsto la sottomissione al pubblico di questionari di gradimento in modalità online e cartacea. Per la prossima edizione c'è la volontà di migliorare questa attività

---

## **PARCO DELLA VENA DEL GESSO ROMAGNOLA PATRIMONIO DELL'UMANITÀ: UNA NUOVA OPPORTUNITÀ TERRITORIALE DI TURISMO SOSTENIBILE**

**PG n. 6806 del 03/02/2025**

**integrazione PG n. 32255 del 15/05/2025**

presentato da IMOLA FAENZA TOURISM COMPANY s.c.ar.l.

Soggetti coinvolti: Comune di Borgo Tossignano

Il totale della spesa rendicontata è pari a € 9.447,23, interamente ammessa. Si conferma l'importo concesso pari a € 2.475,00 a fronte della realizzazione delle azioni previste dal progetto, dei risultati attesi e di una spesa rendicontata ammessa superiore alla spesa progettuale ammessa pari a € 7.500,00.

### **descrizione consuntiva del progetto**

Nel corso del 2024 sono state messe in campo e realizzate le azioni in ottemperanza a quanto previsto dal progetto, anche se, in alcuni casi, in forma ridotta o modificata nei tempi e nei luoghi a causa di problemi idrogeologici che, seppur e per fortuna in maniera minore rispetto all'anno precedente, hanno coinvolto nella primavera e ad inizio autunno alcuni Comuni del Nuovo Circondario Imolese ed, in modo particolare, proprio quelli della Vallata del Santerno e del territorio del Parco della Vena del Gesso.

In particolare sono state sviluppate proposte prevalentemente legate al prodotto hike, poiché gli ultimi eventi franosi hanno ulteriormente rallentato i lavori di ripristino della Ciclovía del Santerno (e delle sentieristica bike in generale) rendendo necessario, anche in accordo con i Comuni coinvolti, non consigliarne l'accessibilità all'utenza turistica, se non per piccoli tratti percorribili in totale sicurezza quali, ad esempio, il percorso "bike family" tra Imola e Casalfiumanese. Per coinvolgere il territorio della Vallata del Santerno, del Parco della Vena del Gesso e dei Comuni limitrofi sono stati organizzati eventi tematici e sono stati verificati ed implementati percorsi esperienziali sul territorio (con il coinvolgimento delle locali sezioni del CAI e del CEAS, nonché di aziende di eccellenza operanti nel Circondario). Le iniziative sono state promosse principalmente on line - social (IG e FB) e siti, nonché tramite una campagna di capillare distribuzione di locandine sia nei Comuni, sia presso le scuole del territorio. Inoltre, si è partecipato ad una fiera b2c di settore.

### **obiettivi conseguiti**

Da un punto di vista generale, gli obiettivi e le finalità che IF Tourism Company si era posta andando a realizzare tale progetto sono stati raggiunti, soprattutto per quanto riguarda la continuità con quelli delineatisi nelle attività degli ultimi anni. Di seguito si elencano gli obiettivi:

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

### **modalità concrete di attuazione del progetto**

In continuità con l'anno precedente è stato dato un incarico alla società Ecosistema s.c.ar.l. per l'implementazione di itinerari turistici nel territorio della Vallata del Santerno e del Parco della Vena del Gesso, nonché per supporto nell'ideazione e organizzazione di eventi tematici, per accoglienza a gruppi e scolaresche e per visite guidate. A seguito di ciò la società ha realizzato una serie di iniziative e offerte di visita (escursioni, eventi tematici, laboratori per bambini e scolaresche, etc.) per coniugare la cultura, l'enogastronomia, i luoghi di relax, i piccoli centri custodi di tradizioni e suggestioni, con le buone pratiche ambientali così da rafforzare nell'area del Parco della Vena del Gesso Romagnola, nella vallata del Santerno e negli altri Comuni del Circondario la riconoscibilità di un nuovo fulcro della fruizione sostenibile, del turismo slow e ambientale. Ecosistema oltre a coordinare e, in alcuni casi, fornire le guide abilitate per lo svolgimento dei percorsi/passeggiate si è occupata anche della realizzazione e distribuzione dei materiali promozionali (principalmente locandine degli eventi e delle iniziative). Per la realizzazione di alcuni eventi, Ecosistema si è avvalsa della collaborazione di professionisti del settore.

La promozione delle iniziative è stata fatta prevalentemente sul web con inserimento delle esperienze sul sito imolafaenza.it (i contenuti sono stati redatti e inseriti dalla collaboratrice Alice Cesari) e sui principali social IF (Facebook e Instagram). La gestione dei social è stata affidata a Matilde Comissari che si è occupata anche della grafica delle locandine in linea con quella delle uscite social. Inoltre, è stata realizzata un'azione promozionale ad hoc, in collaborazione con eXtraBO, presso la fiera dei Territori di Bergamo, dove è stato possibile dare visibilità al Parco e al suo territorio organizzando una presentazione con slideshow tenuta dalla guida GEA Stefano Schiassi, con successiva degustazione di prodotti tipici forniti dalle aziende che hanno sede nei Comuni della Vallata del Santerno.

È stato necessario riprodurre il pannello mobile con gli orari di visita inserito nel totem informativo posizionato in prossimità del Museo Geologico della Vena del Gesso di Tossignano, danneggiato dalle forti piogge e raffiche di vento del periodo primaverile. Per questi motivi è stato ulteriormente rimandato il posizionamento dei cartelli lungo la Ciclovía e in alcune location del Parco. Per promuovere ulteriormente il territorio anche a seguito del riconoscimento a patrimonio UNESCO, nel weekend dal 25 al 27 ottobre, sono state organizzate alcune visite nel territorio del Parco coinvolgendo alcuni giornalisti, stakeholder e amministratori presenti a Imola in occasione dell'Assemblea Nazionale Città dell'Olio. I mini press tour sono stati coordinati e gestiti da Michela Fabbri che collabora con IF per sviluppare le azioni di promoter.

### **azioni realizzate e risultati ottenuti rispetto a quelli previsti**

Come già detto, causa il ripetersi di eventi atmosferici avversi, è stato necessario riprogrammare alcune iniziative primaverili; la maggior parte delle attività, pertanto, è stata proposta a partire dai mesi estivi (per ovviare all'eccessivo caldo lungo i crinali e in generale nei territori del Parco, le varie iniziative e le attività di trekking in particolare, sono state realizzate nelle fasce orarie serali e notturne). A seguire si descrivono nel dettaglio gli eventi tematici e le escursioni realizzate:

#### **Esperienze Benessere nella Vena del Gesso Romagnola**

**PASSEGGIATA SENSORIALE SULLA PIETRA DI LUNA** – (Giovedì 4 luglio - ore 18.30 durata 1.30 circa - Esperienza a numero chiuso, massimo 20 persone). Una proposta di NatureTherapy® per vivere in modo nuovo e diverso il contatto con la natura. Che cos'è la Metodologia di Facilitazione NatureTherapy? "Facilitare, in modo semplice e veloce, gli individui a "riCordare" la naturalezza del vivere in armonia con la natura, ristabilendo grazie ad essa il giusto equilibrio interiore Cuore-Mente-Spirito". La passeggiata ha fatto tappa nelle aree verdi di Tossignano e si è conclusa presso la splendida terrazza del Museo Geologico per lasciarsi incantare dalle meraviglie del panorama naturale della Vena del Gesso e recuperare la riconnessione interiore. A seguire è stata proposta una degustazione di prodotti alla canapa a cura dell'Agriturismo la Taverna di Fontanelice. Attività condotta da facilitatrice certificata di Nature Therapy®.

**POSTURAL ART** - (Mercoledì 17 luglio – ore 19.00 durata 1 ora circa - Esperienza a numero chiuso, massimo 20 persone) Sulla terrazza panoramica del Museo Geologico della Vena del Gesso Romagnola, un'attività Postural Art al tramonto, con lo scenografico sfondo della Vena del Gesso Romagnola, per provare un'esperienza sinergica tra corpo e musica; una coinvolgente ginnastica di riequilibrio posturale, basata su movimenti accompagnati da una selezione musicale attentamente studiata per stimolare i sensi. A seguire spuntino con focaccia e tisane rinfrescanti alle erbe.

**ELISIR VERDE AL PARCO DELLA VENA DEL GESSO** – (Giovedì 1 Agosto - ore 19.30 Esperienza a numero chiuso, massimo 20 persone). Passeggiata in compagnia del direttore del Giardino delle Erbe di Casola Valsenio tra le essenze e i profumi della Valle del Santerno al tramonto, passando dalla ottocentesca Villa Santa Maria e dai suoi giardini. Rientro al palazzo Baronale/Museo Geologico dove esperte erboriste hanno raccontato di erbe locali e delle storie ad esse legate. Al termine degustazione di snack alle erbe accompagnati da tisane e succhi rinfrescanti.

**BENESSERE IN CAMMINO**: mente e corpo in movimento connessi con la natura (22 settembre e 17 novembre;

punto di ritrovo Piazza A. Costa di Tossignano ore 7,45) Partendo dal presupposto che la fatica è un aspetto intrinseco all'escursionismo, scelta in modo autonomo, a volte anche desiderata, e non già imposta né obbligata: durante l'escursione, la riflessione si focalizzerà su come ognuno gestisce la propria fatica e su come salvaguardare l'equilibrio fra sforzo e piacere. Programma delle due giornate: partenza in direzione sud percorrendo la Valle d'Inferno che salendo gradualmente conduce fino ad intercettare il sentiero 701 a quota 400 m, punto più elevato del percorso. Da qui comincia la discesa verso Tossignano, salendo al Castello da dove si ha una bella visuale sulla Riva di San Biagio, l'affioramento più spettacolare della Vena del Gesso Romagnola. Poi seguendo il sentiero 705, dapprima in discesa si costeggiano i gessi selenitici per poi salire al passo della Pré con vedute panoramiche sull'Appennino. Successivamente il paesaggio cambia addentrandosi nei boschi di roverella ed iniziando la discesa che conduce fino a Borgo Tossignano non prima di una sosta ai ruderi di Villa Le Banzole e dopo aver ammirato il panorama sulla forra del Rio Sgarba. Ai momenti di cammino si sono alternati quelli di riflessione, di pochi minuti ciascuno, durante le soste programmate. Le esperienze sono state realizzate con il supporto di una esperta guida GAE e di una psicologa specializzata in gestione dello stress.

### **Serate "galattiche" nel Parco**

**IL CIELO ESTIVO RACCONTA** – (Giovedì 25 luglio – ore 21.00). Breve passeggiata per raggiungere i ruderi dell'antica rocca di Tossignano dove è stato allestito per l'occasione un punto di osservazione con telescopio. Il cielo estivo è stato il protagonista della prima parte della serata: in alto, allo zenit, il triangolo estivo formato dalle stelle Vega, Deneb ed Altair ha guidato al riconoscimento delle costellazioni visibili nel periodo: a sud il Sagittario che svela la striscia bianca della Via Lattea mentre a nord la grande Orsa e il suo guardiano Arturo per raccontare il mito di Callisto. Tra ammassi di stelle, nebulose e stelle doppie si è aspettato poi il sorgere, poco prima delle 23, della Luna sulla Riva di San Biagio, preceduta di qualche minuto dalla levata di Saturno, unico pianeta visibile nella serata.

**PASSEGGIANDO LUNGO LA VIA LATTEA** (Giovedì 29 agosto - ore 20.30). Breve passeggiata per raggiungere i ruderi dell'antica rocca di Tossignano dove è stato allestito per l'occasione un punto di osservazione con telescopio. Una serata perfetta senza Luna, in cui il cielo buio ha regalato la visione della via Lattea di fine estate, troneggiante verso sud. Partendo dall'Orsa Maggiore ci si è orientati per scoprire le costellazioni visibili, ammirando alcuni oggetti del profondo cielo grazie al grande telescopio, poi orientato verso est per inquadrare il pianeta Saturno sopra la Riva di San Biagio e le prime costellazioni autunnali.

### **Autunno al Museo Geologico della Vena del Gesso Romagnola**

Iniziativa rivolta a bambini e bambine dai 6 agli 11 anni e alle loro famiglie:

**IL GRANDE GIOCO DEGLI ALBERI** – (Domenica 27 ottobre ore 15.30-17.00). Un gioco per conoscere meglio la vita degli alberi e imparare a tutelarli. Un gioco coinvolgente con diverse prove fisiche e mentali..... ma alla fine parole come "fotosintesi", "respirazione delle piante", "sequestro di carbonio" non faranno più paura! Un'esperienza che ha fatto sì che gli alberi siano diventati familiari, studiata per far capire perché sta diventando sempre più importante diffonderli e difenderli. Laboratorio a numero chiuso, massimo 15 bambini

**I FOSSILI RACCONTANO** – (Domenica 3 novembre ore 15.00-16.30). Ogni fossile porta alla scoperta degli ambienti, degli animali e delle storie naturali del passato. Assieme ad una esperta geologa, si sono potuti scoprire tutti i misteri sui fossili e imparare a crearne uno tutto nostro. Laboratorio a numero chiuso, massimo 15 bambini

**VOLIAMO A TAVOLA!** – (Domenica 10 novembre ore 15.00-16.30). Un pomeriggio al Parco per aiutare i suoi abitanti ad affrontare l'inverno che si avvicina costruendo mangiatoie per gli uccelli con l'utilizzo di materiali di recupero. Laboratorio a numero chiuso, massimo 15 bambini

**STELLE E LUNA...IL CIELO CON LA PIETRA DI LUNA!** – (Domenica 17 novembre ore 15.00-17.00). Un laboratorio per realizzare il nostro cielo con la luna di gesso rappresentata nelle sue fasi lunari e illuminare con cristalli, polveri, punte di colore le stelle, galassie, comete e pianeti. Laboratorio a numero chiuso, massimo 15 bambini. Al termine di ogni laboratorio è stata offerta una piccola merenda a tutti i partecipanti.

**EVENTO SOCIAL TREKKING 2024** - IF è stata partner nell'organizzazione dell'edizione 2024 di Social Trekking che si è svolta dal 1 al 3 marzo a Faenza e nelle vallate della Romagna per sostenere "in cammino" i territori dell'alluvione. A quasi un anno di distanza dall'alluvione che ha interessato il nostro territorio, Walden Viaggi a Piedi (cooperativa che organizza viaggi a piedi ecosostenibili) ha deciso di organizzare un weekend alla scoperta dei territori tra Faenza e Imola, delle loro colline e del Parco della Vena del Gesso per conoscere e sostenere il territorio. I viaggi a piedi di Walden sono una continua interazione positiva e sinergica con gli usi e i costumi dei territori attraversati. Fondamentali sono anche il sostegno alle piccole economie, l'attenzione a uno stile di vita più sobrio e più consapevole. Social Trekking è anche camminare e "fare i turisti" con uno stile di vita responsabile, autentico, perché fatto di condivisione di valori etici e solidali. Essere consapevoli del fatto che viaggiare ha degli inevitabili impatti ambientali, economici, sociali, va considerata una priorità per ogni viaggiatore. In quest'ottica, una delle proposte di itinerario dell'edizione 2024 è stata "La Via del Gesso", percorso completamente sostenibile che è possibile raggiungere e percorrere anche utilizzando unicamente i mezzi pubblici.

In particolare, sabato 2 marzo, IF si è occupata dell'organizzazione del tratto di escursione che porta a Tossignano con sosta e visita al Museo Geologico e possibilità di pranzo presso le aziende agrituristiche del Parco che hanno aderito all'iniziativa. Come già detto per lo sviluppo della comunicazione inerente questo progetto è stato fortemente utilizzato lo strumento di sponsorizzazione delle attività sul territorio per ampliare e fidelizzare il nostro pubblico di riferimento. In particolare sono state promosse: le iniziative e gli appuntamenti (le escursioni e gli eventi organizzati in maniera integrata tra Parco e territorio, etc.), nonché le experience coadiuvate da extraBo (infopoint a Bologna di cui gestiamo una postazione con nostro operatore). L'utilizzo delle sponsorizzate ci ha permesso di arrivare più velocemente a profili intarget che ancora non erano a conoscenza dei nostri canali, di trasformarli non solo in follower ma anche in clienti delle experience promosse. Probabilmente anche grazie a questo lavoro di comunicazione e all'originalità di alcune proposte, vi è stato un buon ritorno da parte dell'utenza.

#### **soggetti pubblici e/o privati effettivamente coinvolti nel progetto**

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

#### **attività svolte, segnalando e motivando gli eventuali scostamenti da quanto indicato in fase di presentazione progetto**

Rispetto a quanto indicato in fase di presentazione del progetto, è stata rispettata la realizzazione di tutte le azioni previste, seppur, in alcuni casi, in forma ridotta (come, ad esempio per la parte di stampa di materiali).

#### **ambito territoriale interessato**

Comuni del Nuovo Circondario Imolese

#### **periodo di svolgimento delle azioni**

Anno 2024

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

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

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

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

La strategia progettuale ha posto la valorizzazione del patrimonio ambientale e culturale dell'area del Parco e dei Comuni del Nuovo Circondario Imolese come momento centrale della programmazione, con l'obiettivo di sviluppare l'economia turistica agendo sia sulla domanda che sull'offerta ricettiva/ricreativa, con una particolare attenzione all'obiettivo dell'allungamento della stagione turistica e dell'aumento dei flussi turistici nelle aree collinari. Grande attenzione è stata data alla creazione di proposte/esperienze per valorizzare l'immenso complesso ambientale e delle tradizioni del territorio. Gli itinerari e gli eventi sono stati costruiti intorno agli attrattori dell'area, al patrimonio culturale dei luoghi, alla storia, all'enogastronomia locale. Con questa progettazione si è cercato di mettere a sistema e reddito il patrimonio paesaggistico/ambientale e culturale, ad oggi non ancora adeguatamente sviluppato, attivando processi di crescita sostenibile.

### **caratteristiche progettuali di integrazione e diversificazione di prodotti e servizi inerenti a settori economici diversi (ad esempio: commercio, agricoltura, artigianato, trasporti)**

Con questo progetto si è cercato di sviluppare e implementare la proposta turistica già messa a punto nel corso degli anni da IF, elaborando offerte di visita che coniugano la cultura, l'enogastronomia, i luoghi di relax, i piccoli centri custodi di tradizioni e suggestioni, con le buone pratiche ambientali così da rafforzare le azioni sinergiche nell'area del Parco della Vena del Gesso Romagnola, nella vallata del Santerno e negli altri Comuni del Circondario.

### **azioni di riduzione dell'impatto ambientale in fase di progettazione e realizzazione**

Tutte le proposte di visita al territorio, sia in forma di eventi o itinerari, sono state ideate e realizzate nell'ottica di limitare il più possibile l'impatto ambientale (utilizzo di mezzi pubblici per gli spostamenti, promozione on-line piuttosto che cartacea, utilizzo di materiali di riciclo per i laboratori, etc.)

### **azioni di promozione del turismo accessibile, in particolare in riferimento all'accessibilità a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive**

Con il format "Benessere in cammino" si è voluto proporre un'esperienza di visita del territorio anche a persone con problemi psicologici per i quali il contatto con la natura può essere un valido supporto per superare situazioni di stress. Tutti i laboratori realizzati nel periodo autunnale presso il Museo Geologico sono stati aperti anche a minori con disabilità motorie e/o cognitive in un'ottica di massima inclusione.

### **eventuale previsione di vendita di biglietti a carico dell'utente finale per poter usufruire dei servizi promossi**

Alcune iniziative sono state realizzate prevedendo un biglietto di accesso.

### **realizzazione di materiale foto e video, anche con drone**

A seguire il link dove visualizzare i materiali realizzati nell'ambito del progetto:  
[https://drive.google.com/drive/folders/1qieKo5vbc95aLoOh\\_rzT0dEZuioMTZI?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/drive/folders/1qieKo5vbc95aLoOh_rzT0dEZuioMTZI?usp=drive_link)

### **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**

Si segnala la collaborazione di IF per la realizzazione della programmazione legata a "Promo Parks" con Fondazione Bologna Welcome e Appennino Slow nell'ambito delle attività sviluppate da ExtraBO. In sintesi si è trattato di creare proposte di visita nei territori dei Parchi Regionali, utilizzando le guide dei Parchi. L'iniziativa ha ottenuto un buon successo di pubblico.

### **breve report dei risultati delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse rispetto all'edizione precedente**

Non si segnalano criticità

### **informazioni e dati utili a dare evidenza dei risultati ottenuti (in relazione ai criteri ed alle modalità di riscontro dei risultati indicati in domanda)**

La campagna social (storie, post, contenuti, etc.) ha ottenuto complessivamente un ottimo successo. La decisione di realizzare tutte le iniziative a numero chiuso di partecipanti si è rivelata vincente: tutte le attività sono state realizzate e, in parecchi casi sono andate sold out. Per due tra i laboratori tematici dedicati ai bambini è stato necessario prevedere un secondo gruppo. In totale i partecipanti alle varie attività sono stati 227 a cui si aggiunge il gruppo di 48 camminatori del Social Trekking. Mentre i press tour organizzati in concomitanza con l'Assemblea Nazionale Città dell'Olio hanno visto la partecipazione di 31 persone tra giornalisti, stakeholder e amministratori.

## RIPRENDERE LA PIANURA

PG n. 7064 del 03/02/2025  
integrazione PG n. 34204 del 22/05/2025

presentato da Comune di San Giovanni in Persiceto  
Soggetti coinvolti: Comune di Sant'Agata Bolognese

Il totale della spesa rendicontata è pari a € 33.000,00, interamente ammessa. Si conferma l'importo concesso pari a € 12.045,00 a fronte della realizzazione delle azioni previste dal progetto, dei risultati attesi e di una spesa rendicontata ammessa superiore all'80% della spesa progettuale ammessa pari a € 36.500,00.

### descrizione consuntiva del progetto

Implementazione dell'archivio video da utilizzare per creare una strategia di promozione visiva del sub Ambito Pianura. Sono state pianificate diverse azioni per i comuni afferenti alla Pianura.

Inoltre, è stato stampato materiale di interesse turistico generale per la pianura: la "Mappa Ciclovie del Sole"

### obiettivi conseguiti

Dotazione di un eccellente archivio fotografico e video che permetterà di avere materiale di ottima risoluzione spendibile su portali e riviste di settore.

### modalità concrete di attuazione del progetto

Il progetto ha previsto nel 2023 l'esecuzione del materiale fotografico mentre la realizzazione dei video si è conclusa nel 2024.

### azioni realizzate e risultati ottenuti rispetto a quelli previsti

Grazie al supporto di Sustenia che ha affiancato la WILDLAB (Ditta affidataria dell'esecuzione del materiale fotografico e di riprese) si è riuscito ad avere una pronta risposta dai comuni afferenti la Pianura ed un buon coinvolgimento per l'apertura di luoghi solitamente chiusi.

Sono stati realizzati 4 video promozionali dedicati alla pianura bolognese, e in particolare:

- Video MOLINELLA/ BARICELLA/ MALALBERGO
- Video SAN GIOVANNI IN PERSICETO
- Video ARGELATO / CASTELLO D'ARGILE
- Video CASTEL MAGGIORE / BENTIVOGLIO

### soggetti pubblici e/o privati effettivamente coinvolti nel progetto

Nel progetto sono stati coinvolti Bologna Welcome e Sustenia gestore del punto informativo ExtraBo, soggetto operativo per la promo-commercializzazione del tracciato della Ciclovie del Sole e affidatario della Redazione Locale.

### attività svolte, segnalando e motivando gli eventuali scostamenti da quanto indicato in fase di presentazione progetto

1. Contatti con i comuni proprietari e i gestori dei locali
2. Riprese video
3. Stampa "Mappa Ciclovie del Sole", materiale promozionale di interesse generale della Pianura, in 15.000 copie. L'azione si è resa necessaria in quanto le unità della Mappa stampate da Sustenia attraverso le risorse derivanti dall'"Accordo per la Comunicazione e Promo-commercializzazione turistica della Ciclovie del Sole - tratto pianura bolognese e modenese" sono risultate insufficienti per coprire il fabbisogno dell'Ufficio IAT-R di San Giovanni in Persiceto, che rappresenta l'HUB di informazione turistica dell'intera pianura bolognese. Le stampe sono state distribuite alle diverse iniziative dove era previsto lo stand dello IAT-R.

### ambito territoriale interessato

SUB AMBITO PIANURA

### periodo di svolgimento delle azioni

01/01/2024 - 31/12/2024

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

-

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

-

caratteristiche progettuali di integrazione e diversificazione di prodotti e servizi inerenti a settori economici diversi (ad esempio: commercio, agricoltura, artigianato, trasporti)

-

azioni di riduzione dell'impatto ambientale in fase di progettazione e realizzazione

-

azioni di promozione del turismo accessibile, in particolare in riferimento all'accessibilità a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive

-

eventuale previsione di vendita di biglietti a carico dell'utente finale per poter usufruire dei servizi promossi

-

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

Inserimento materiale nella media library di Emilia-Romagna Turismo e sul sito di ExtraBO, stampa materiale di interesse generale Mappa Ciclovia del Sole

breve report dei risultati delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse rispetto all'edizione precedente

-

informazioni e dati utili a dare evidenza dei risultati ottenuti (in relazione ai criteri ed alle modalità di riscontro dei risultati indicati in domanda)

-

---

## **SLOW TRAVEL SUI COLLI BOLOGNESI**

**PG n. 22874 del 04/04/2025**

presentato da UNIONE DEI COMUNI SAVENA-IDICE

<p>Il totale della spesa rendicontata è pari a € 13.917,38, interamente ammessa. Si conferma l'importo concesso pari a € 4.797,87 a fronte della realizzazione delle azioni previste dal progetto, dei risultati attesi e di una spesa rendicontata ammessa uguale alla spesa progettuale ammessa pari a € 15.250,00.</p>
---

### **descrizione consuntiva del progetto**

Il progetto ha dato seguito alle seguenti attività:

servizio di promozione territoriale, si precisano le azioni cui è diretto il progetto:

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

6. attività di razionalizzazione degli itinerari esistenti e di progettazione e tracciatura di itinerari di raccordo, in modo che gli itinerari:
  - a. partano da luoghi raggiungibili possibilmente tramite il trasporto pubblico, o se questo non è disponibile in prossimità di parcheggi pubblici
  - b. passino in prossimità delle strutture di accoglienza “slow friendly”
  - c. passino in prossimità dei terreni di produttori in corrispondenza dei punti vendita e degustazione, e in corrispondenza dei principali punti di interesse;
  - d. Inserimento delle risorse (itinerari, punti d'interesse, strutture di accoglienza) sul sito [www.percorsisavenaidice.it](http://www.percorsisavenaidice.it) e sulla mini app dedicata all'interno dell'app EasyWays.

#### **obiettivi conseguiti**

- Aumento dell'attrattività e della competitività del territorio e della permanenza media, dando la possibilità agli ospiti delle strutture di accoglienza di partire dalla struttura a piedi o in bicicletta per andare alla scoperta del territorio.
- Valorizzazione dei produttori locali, connessi tramite itinerari slow. Si può quindi attraversare a piedi o in bici la zona dei vigneti di un'azienda agricola per degustare il vino presso la cantina, ecc., seguendo un itinerario la cui descrizione racconta l'azienda, i prodotti e soprattutto i produttori.
- Promozione e pubblicità degli itinerari locali nel territorio delle valli dei fiumi Savena e Idice da parte di appassionati sia italiani, ma anche e soprattutto stranieri, che stanno tornando a visitare numerosi il nostro paese, offrendo esperienze sicure, autentiche e sostenibili. Al tempo stesso, attraverso eventi di promozione dell'itinerario, si è favorita la consapevolezza, da parte degli operatori territoriali (albergatori, guide, prestatori di servizi, ecc.), delle possibilità di sviluppo offerte dal mercato del turismo lento, praticabile tutto l'anno, in modo da favorirne la nascita, l'aggregazione, la crescita in rete e da promuovere l'implementazione di quei servizi di qualità richiesti da questo tipo di target.
- Valorizzazione dei produttori locali nella filiera dell'agroalimentare con proposte a km0.
- Proseguimento e sviluppo del lavoro già avviato dal nostro ente per la promozione del turismo slow, con il progetto “IL TURISMO LENTO A PIEDI E IN BICICLETTA: UN'OPPORTUNITÀ DI VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO TRA IL SAVENA E L'IDICE” già inserito nel Programma Turistico di Promozione Locale anno 2021, il progetto “SCOPRIRE IL TERRITORIO TRA IL SAVENA E L'IDICE CON LA E-BIKE”, già inserito nel Programma Turistico di Promozione Locale anno 2022, e il progetto “ANELLO DELLE GRANDI VIE IN E-3 BIKE: FLAMINIA MINOR, VIA MATER DEI E VIA DEL FANTINI”.

#### **modalità concrete di attuazione del progetto**

Vedi azioni realizzate

#### **azioni realizzate e risultati ottenuti rispetto a quelli previsti**

1. Attività di informazione, animazione e formazione degli operatori turistici, dei produttori locali, delle associazioni per creare coinvolgimento nel progetto
  - In relazione all'attività di formazione, Pirene ha condotto un incontro interno di coordinamento e concertazione.
  - Pirene ha organizzato e condotto due incontri online mirati a formare operatori turistici, produttori locali e associazioni con lo scopo di ottenere:
    - una maggiore comprensione dell'importanza del turismo slow.
    - una conoscenza approfondita delle esigenze dei turisti slow e delle opportunità per il territorio.
    - indicazioni chiare su come migliorare servizi e promozione turistica.
    - un incentivo alla collaborazione tra operatori e Comuni per creare un sistema turistico coordinato.

I due incontri online organizzati da Pirene erano mirati a formare operatori turistici, produttori locali e associazioni. L'obiettivo primario di questi incontri è stato quello di favorire la creazione di una rete partecipativa capace di supportare attivamente il progetto e di fornire agli stakeholder competenze specifiche sul turismo slow.

La partecipazione è stata incoraggiata attraverso sessioni interattive, domande e risposte. Tutte le azioni saranno finalizzate a massimizzare il coinvolgimento degli stakeholder locali, così da rendere il lavoro di censimento delle attrattive e la progettazione degli itinerari un processo collaborativo. Questo approccio ha permesso di includere associazioni, operatori turistici, guide e tecnici del territorio, rafforzando la coesione della rete.

Al termine degli eventi, le registrazioni dei webinar sono rese disponibili, offrendo così accesso continuo alle informazioni per chi non avrà potuto partecipare in diretta.

Il programma degli incontri e i materiali grafici sono stati condivisi nel precedente Report delle attività svolte nel

2024.

[https://drive.google.com/drive/folders/1BdC8J8vbbYphyoVDykoMZOByVz\\_oyXPv?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/1BdC8J8vbbYphyoVDykoMZOByVz_oyXPv?usp=sharing)

Realizzazione di un Powerpoint con le Slide condivise con i partecipanti, visibile al seguente link:

[https://drive.google.com/drive/folders/1n4PfnUKMoC00Ci2zMvAm-OYGqo9JTOv?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/drive/folders/1n4PfnUKMoC00Ci2zMvAm-OYGqo9JTOv?usp=drive_link)

Le registrazioni dei due incontri sono visibili al seguente link Drive:

<https://drive.google.com/drive/folders/1cM3dwKrEfnXMyb2i8t6cBOBseGNCxgoq?usp=sharing>

La lista dei partecipanti iscritti ai due incontri sono riportati di seguito e visibili nella seguente cartella:

[https://drive.google.com/drive/folders/1qf1zVBTknpDjwprI4jGpR74JjADhZjch?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/drive/folders/1qf1zVBTknpDjwprI4jGpR74JjADhZjch?usp=drive_link)

Al seguente link il riassunto e i risultati delle attività svolte dai partecipanti:

[https://drive.google.com/drive/folders/1e0zarir90gTqc4fmIKLm8oWXstc21MUe?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/drive/folders/1e0zarir90gTqc4fmIKLm8oWXstc21MUe?usp=drive_link)

I webinar, parte del progetto "Slow travel sui colli bolognesi" guidato dall'Unione dei Comuni Savena Idice, si è concentrato sull'importanza del turismo slow e sulle strategie di promozione integrata del territorio. I partecipanti ad entrambi gli incontri si sono dimostrati molto interessati e partecipi, hanno discusso insieme la necessità di investire nelle infrastrutture, creare pacchetti turistici innovativi e promuovere la collaborazione tra gli attori locali.

Mappatura

Il File completo è visibile al seguente link:

<https://drive.google.com/drive/folders/1ZjTIvuciqNqV71iibM6lb-kXRvGHI6c7?usp=sharing>

2. Mappatura dei produttori locali dell'agroalimentare, interessati ad attrarre turisti a piedi e in bicicletta.

E' stata completata un'accurata mappatura dei produttori locali dell'agroalimentare che fanno parte dell'Unione dei Comuni Savena-Idice. L'elenco comprende informazioni dettagliate quali dati anagrafici, tipi di prodotti offerti e contatti principali. Il file Excel contenente tutti i dati rilevati è disponibile in allegato per consultazione.

3. Mappatura delle strutture di accoglienza interessate a ospitare i turisti a piedi e in bicicletta.

È stata realizzata una tabella dettagliata contenente l'elenco delle strutture di accoglienza situate nei territori di Loiano, Monghidoro, Monterezeno, Ozzano dell'Emilia e Pianoro. L'elenco, con dati di contatto e caratteristiche principali, è disponibile in allegato.

4. Mappatura dei principali punti d'interesse del territorio

Abbiamo predisposto una tabella completa che include i principali punti d'interesse culturale, storico e naturalistico dei territori di Loiano, Monghidoro, Monterezeno, Ozzano dell'Emilia e Pianoro. La tabella è consultabile in allegato

5. Mappatura delle stazioni ferroviarie, delle fermate dei bus, dei parcheggi

Abbiamo prodotto un documento dettagliato che elenca le principali stazioni ferroviarie, fermate degli autobus e parcheggi pubblici presenti nell'area di interesse. Per ogni elemento sono state riportate le caratteristiche salienti. Questo documento è incluso in allegato e disponibile per la consultazione.

6. razionalizzazione degli itinerari esistenti e progettazione e tracciatura di itinerari di raccordo.

- Inserimento delle risorse realizzate e riportate nel report delle attività 2024 sul sito web. Pirene ha inserito sul sito [www.percorsisavenaidice.it](http://www.percorsisavenaidice.it) il materiale realizzato, come gli itinerari gpx, i soggiorni tematici ecc.

◦ Al seguente link la preview degli itinerari GPX, inseriti anche sul sito:  
[https://www.percorsisavenaidice.it/it/?page\\_id=5247&preview=true](https://www.percorsisavenaidice.it/it/?page_id=5247&preview=true)

<https://drive.google.com/drive/folders/1us5GIH-cB3zYrXCsMgi7YZR9stfoZEGQ?usp=sharing>

◦ Al seguente link i tre itinerari tematici, inseriti all'interno del sito:

[https://www.percorsisavenaidice.it/it/?page\\_id=5233&preview=true](https://www.percorsisavenaidice.it/it/?page_id=5233&preview=true)

<https://drive.google.com/drive/folders/1eHRg0q6hH4z42aM7IYA5-8oRnS8niqJO?usp=sharing>

◦ Al seguente link i Principali punti di interesse del territorio, produttori locali dell'agroalimentare, interessati ad attrarre turisti a piedi e in bicicletta e stazioni ferroviarie, delle fermate e dei bus, dei parcheggi:

<https://drive.google.com/drive/folders/1ZjTIvuciqNqV71iibM6lb-kXRvGHI6c7?usp=sharing>

[https://www.percorsisavenaidice.it/?page\\_id=13053&preview=true](https://www.percorsisavenaidice.it/?page_id=13053&preview=true)

· Programmi soggiorno tematici

Pirene ha ideato e realizzato i seguenti itinerari tematici collaborando con associazioni locali.

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

ITINERARIO VALLE SAVENA-ZENA

Totale 27 km + 1450 - 1100

Proposta Nome: Bosco, vite e arenaria

Introduzione: Scopri l'itinerario in due tappe immerso nella collina bolognese, tra le valli del Savena e dello Zena, perfetto per gli amanti del turismo lento. Cammina lungo i sentieri CAI, i percorsi ambientali del Comune di Pianoro e la Via del Fantini. Sentieri naturalistici tra ambienti che alternano i calanchi d'argilla al maestoso

Contrafforte Pliocenico di arenaria. Questo itinerario unisce storia e natura: tra la balena fossile della Val di Zena, preziosa traccia del passato geologico, e luoghi carichi di memoria come la chiesa abbandonata di Riosto e il borgo fantasma di Gorgognano, segnati dagli eventi della Linea Gotica. A passo lento, concediti il piacere di assaporare prodotti tipici e di conoscere le aziende agricole locali, custodi di tradizioni autentiche.

Un'esperienza rigenerante per immergerti nei paesaggi, nella storia e nei sapori della collina bolognese, dove ogni passo svela una nuova meraviglia.

#### ITINERARIO 2 VALLE IDICE-ZENA

Totale 23,5 km + 900 – 900

Nome: Gessi, vigne e calanchi

Introduzione: Vivi un'esperienza unica di turismo lento nella collina bolognese con un percorso in due tappe tra le valli dell'Idice e dello Zena. Cammina lungo i sentieri CAI, la storica Via Flaminia Minor e il Cammino di S. Antonio, esplorando i percorsi dell'Ente Parchi Emilia Orientale all'interno del Parco dei Gessi Bolognesi e Calanchi dell'Abbadessa. Attraverserai paesaggi straordinari, dai calanchi d'argilla alle suggestive doline di gesso, immergendoti in una natura che sorprende a ogni passo. Un itinerario tra storia e leggenda, che ti porterà a scoprire storie di cavalieri, antiche abbazie e i luoghi segnati dalla Linea Gotica. A ritmo lento, potrai assaporare i prodotti tipici del territorio, visitare aziende agricole locali e lasciarti incantare dall'autenticità dei sapori e delle tradizioni. Un viaggio che unisce natura, cultura e relax, per riscoprire il piacere di camminare e immergersi nella bellezza della collina bolognese.

#### ITINERARIO 3 ALTA VALLE SAVENA-IDICE

Totale 30 km + 1600 – 1600

Nome: Prati, cinghiali di legno e formaggi

Introduzione:

Vivi un'esperienza unica di turismo lento nei territori di Loiano, Monterezeno e Monghidoro, lungo il suggestivo BOM ART TRAIL. Un sentiero che unisce natura e creatività, arricchito da straordinarie opere di land art: sculture di animali ed elementi naturali realizzate con tronchi e rami, perfettamente integrate nel paesaggio.

Il percorso attraversa lo splendido Parco La Martina, un'oasi di biodiversità con boschi rigogliosi e ampie radure, e l'Area Archeologico-Naturalistica di Monte Bibele, dove storia e natura si intrecciano tra i resti di antichi insediamenti etrusco-celtici. Camminando tra sentieri ombreggiati, prati aperti e piccoli borghi, scoprirai un territorio ricco di fascino e di storie da raccontare.

A passo lento, potrai assaporare i prodotti tipici del territorio, visitare aziende agricole locali e immergerti nell'autenticità delle tradizioni. Un percorso che celebra la bellezza della montagna bolognese, tra arte, storia e natura incontaminata.

#### **soggetti pubblici e/o privati effettivamente coinvolti nel progetto**

Ca' di Benaglia

Casa di Cinti S.N.C. di Michelen Gamberini & C.

Ubaldo Peloso

i falchi pellegrini Calzolari Carlotta

Stefani Carlotta

Tedeschi Monica

B&B La Tana degli Scoiattoli - Bassi Bruna

RESIDENCE IL BOSCHETTO

RESIDENCE PINETA

HOTEL PINETA

HOTEL PALAZZO LOUP

Gamberini Rita e Vincenzo

Zambelli Christian

Bassi Bruna

Del Monte Andrea

La CORTE DEI CELTI

Prato Grande

MARGHERITA BENVENUTI

Gamberini Beatrice

GIAMPIERETTI ORFEO

VILLA MARIA REGIA (ex seminario vescovile)

Villa al Bosco

Rifugio Fantorno

Kristall di D'ALUNZIO S.R.L.  
SEMPLIFICATA di Aurelio Di Maria  
La Cartiera dei Benandanti  
Azienda Agricola "La Martina" di Degli Esposti Andrea  
Annibali Mara "Cà di Cardino"  
Benassi Clara "Cà di Sozzi"  
Antica Frontiera  
Gitti Carlo  
Franceschina di De Fanis Alfeo  
VILLA DE FANIS  
LA CALLA R & B DI BARBI SILVIA  
Gamberini e Lipparini di Lipparini  
Antonio e C. Snc  
LA CALLA R & B DI BARBI SILVIA  
Cà di Francia di Cocchi Sara  
Roberto Monti  
AMERIGO SALOMONI  
Patrizia Frank  
Dondi Pier Paolo  
Ferretti Claudio (appartamento n.1 casa di mamma)  
Ferretti Claudio (appartamento n. 2 casa di nonna)  
Mazzini Sara  
CA' DI TAGLIERINO  
La Martina  
Rubino Paolo  
Gan Eden  
"CÀ DEGLI AIRONI" - Sa.Na Srl -  
VILLAGGIO DELLA SALUTE PIÙ  
Szegedi Andreea Mariana  
Mirco Botta  
Ferriani Augusto  
Musolesi Maria Luisa  
Iannaccone Ferdinando  
Poli Francesca  
Francesca Cerioli  
Villa Sassonero di Marco Marcello Lupoi  
Cà Corradini Soc. Agricola Cantoni e Lorenzini ss  
Soc. Agricola Farneto di Montebugnoli e Galeotti ss  
Il Poggio dell'Arabella di Poggi Franco  
Antico Borgo dei Boschi  
Agriturismo Montecuccoli  
Poggiolandi  
Prato degli angeli  
Roberto Aleotti  
Villaggio della Salute Più  
Società Agricola Ca Bassa S.S.  
ANDREEA MARIANA SZEGEDI (home story 3)  
Il Podere Calvanella Società a Responsabilità Limitata Semplificata  
Serrattini Roberto  
Zanchini Andrea  
Bernatskiy Gennady Vasilievic - B&B MONTE BIBELE  
Farinelli Stefania  
Marsigli Mirella  
Cà Pradella di Fusignani Antonella  
La Meridiana House di Bologna Alessandro  
RUSSO GABRIELLA  
AMANDA PAGANELLI (il monte B&B)

FELICORI ELISABETTA  
e altri

**attività svolte, segnalando e motivando gli eventuali scostamenti da quanto indicato in fase di presentazione progetto**

Tutte le attività di progetto sono state svolte senza scostamenti da quanto previsto nel progetto

**ambito territoriale interessato**

-

**periodo di svolgimento delle azioni**

-

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

-

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

-

**caratteristiche progettuali di integrazione e diversificazione di prodotti e servizi inerenti a settori economici diversi (ad esempio: commercio, agricoltura, artigianato, trasporti)**

-

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

-

**azioni di promozione del turismo accessibile, in particolare in riferimento all'accessibilità a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive**

-

**eventuale previsione di vendita di biglietti a carico dell'utente finale per poter usufruire dei servizi promossi**

-

**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**

-

**breve report dei risultati delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse rispetto all'edizione precedente**

-

**informazioni e dati utili a dare evidenza dei risultati ottenuti (in relazione ai criteri ed alle modalità di riscontro dei risultati indicati in domanda)**

-

---

## **CITTÀ METROPOLITANA DI BOLOGNA**

### **COMUNICAZIONE E PROMOZIONE TURISTICA**

La spesa sostenuta complessivamente per la realizzazione del progetto “Iniziativa di promozione turistica di interesse metropolitano” della Città metropolitana di Bologna è risultata di € 50.051,00, maggiore della spesa progettuale ammessa pari a € 50.000,00.

#### **ACCORDI DI SVILUPPO TERRITORIALE**

Anche nel 2024 la Città metropolitana di Bologna - Territorio Turistico Bologna-Modena si è impegnata per supportare l'attivazione di strategie e politiche turistiche per rendere il territorio sempre più attrattivo e migliorare la qualificazione dell'offerta, anche nell'ottica della sostenibilità ambientale, con una particolare attenzione ai Cammini appenninici, secondo quanto intrapreso negli anni precedenti. In questo ambito in particolare si è dato spazio alle già consolidate “Via degli Dei” e “Via della Lana e della Seta”. Di seguito il dettaglio delle azioni:

#### **➤ VIA DEGLI DEI**

La Città metropolitana di Bologna ha sostenuto il progetto di valorizzazione e promozione dell'itinerario denominato "La Via Degli Dei": antica strada di collegamento tra Bologna e Firenze attraverso l'Appennino Tosco Emiliano che tocca parte dei territori di due regioni e nello specifico i comuni di Bologna, Casalecchio di Reno, Sasso Marconi, Monzuno, San Benedetto Val di Sambro, Firenzuola, Barberino di Mugello, Scarperia e San Piero a Sieve, Borgo San Lorenzo, Vaglia, Fiesole e Firenze. Il progetto ha una valenza di promozione turistico-naturalistica e ha l'obiettivo di diffondere la cultura del turismo lento e a contatto con la natura, mettendo in rete le eccellenze dei due territori confinanti, quello emiliano-romagnolo e quello toscano.

Per la Via degli Dei anche il 2024 è stato un anno difficile a causa delle contingenze climatiche: alluvioni e caldo torrido hanno influito sia a livello di immagine sia a livello di presenze su una stagione che si è improvvisamente accorciata finendo bruscamente a settembre con le piogge torrenziali e l'allarme alluvione. Nonostante questi dati, tutti in crescita, confermano la solidità del cammino, con una stima di 23.000 camminatori nel 2024. Si registra un boom di stranieri con diverse prenotazioni da mercati esteri di breve raggio (Germania, UK, Belgio, Olanda) ma anche lungo raggio (USA, Australia...).

Il progetto La Via degli Dei è supportato da una convenzione tra gli enti locali dei territori attraversati che si rinnova triennialmente (attualmente in essere la Convenzione 2023-2025). Città metropolitana contribuisce alla realizzazione di un piano promozionale condiviso che nel 2024 si è articolato nelle seguenti azioni principali:

#### **COMUNICAZIONE:**

- **SITO INTERNET.** Nel 2024, oltre all'attività di gestione ordinaria del sito, si segnala la traduzione del sito in tedesco e il restyling del sito per quanto riguarda design, grafica e navigazione della home. Altre implementazioni sul sito sono state: sezione di raccolta contatti per la Newsletter, la sezione Eventi dedicata alle iniziative turistiche dei territori, il blog e la sezione sostenibilità, dove parlare della Via e dei suoi valori fondanti, parte integrante del percorso per la Certificazione GSTC. Indirizzo: [www.viadeglidei.it](http://www.viadeglidei.it)
- **APP WALK+.** Lanciata nel 2021, è uno strumento che facilita il dialogo tra utenti, operatori e territori. Grazie ai punti di controllo, in grado di monitorare il passaggio degli escursionisti, è stato possibile aggiungere altri dati di analisi sui flussi dei camminatori.
- **SOCIAL NETWORK.** Gestione dei profili Facebook, Instagram e TikTok e coinvolgimento community attraverso differenziazione della comunicazione sui diversi canali per raggiungere target di età sempre più diversi e specifici. Nel 2024 coinvolgimento di content creator, scelti anche per affinità di valori.
- **EDUCATIONAL E PRESS TOUR.** Supporto ai giornalisti per press tour e realizzazione di articoli su testate generaliste e tematiche

#### **ANIMAZIONE TERRITORIALE:**

- **10 ANNI DELLA VIA DEGLI DEI.** Nel 2024 inoltre si sono celebrati i 10 anni dalla firma del primo protocollo di intenti che ha dato forma e struttura al cammino. Per l'occasione è stato organizzato un

evento, è stata promossa l'uscita nelle sale del film "La strada che incanta. Storia della scoperta della Via degli Dei", è stato realizzato l'opuscolo "Strada facendo" che racconta la Via partendo dalle 10 domande più ricorrenti sopra il cammino.

- **PARTECIPAZIONE A EVENTI SUL TERRITORIO** per la promozione della Via.
- **COLLABORAZIONI E DOCENZE.** Attività di presentazione della Via come best practice presso Festival, iniziative, Università, enti, associazioni

#### **AZIONI DI MARKETING:**

- **COMMERCIALIZZAZIONE DI PROPOSTE TURISTICHE.** Collaborazione con le DMC di riferimento per la commercializzazione di pacchetti B2B relativi al territorio della Via degli Dei.
- **PARTECIPAZIONE A WORKSHOP E FIERE DI SETTORE** nazionali ed internazionali specializzate sulle tematiche di outdoor, direttamente o in collaborazione con Territorio Turistico Bologna- Modena, APT Servizi e Bologna Welcome-eXtraBO, in particolare: Agri Travel & Slow Travel Expo Bergamo, Bit Milano, Fre.e - Monaco di Baviera, Salon Mahaa Lione, Fa' la cosa giusta Milano, Fiera del Cicloturismo, Salone del Camper Parma, Italian Bike Festival Misano Adriatico, TTG Travel Experience;

#### **PROGETTO SPECIALE: CERTIFICAZIONE GSTC (Global Sustainable Tourism Council):**

Importante novità 2024 per la Via degli Dei è stato l'ottenimento della certificazione GSTC (Global Sustainable Tourism Council), primo Cammino al mondo ad ottenere il prestigioso riconoscimento internazionale in tema di sostenibilità.

Il percorso per l'ottenimento della GSTC è stato affrontato per step. Il 2024 in particolare è stato l'anno dell'analisi dei materiali raccolti e dei sopralluoghi negli 8 comuni visitati, con circa 40 interviste agli stakeholders, cui è seguita l'elaborazione da parte dell'ente certificatore e il successivo riconoscimento.

#### **➤ VIA DELLA LANA E DELLA SETA**

La Via della Lana e della Seta è un cammino di 130 km di media difficoltà realizzabile in sei o più giorni che attraversando i Comuni di Casalecchio di Reno, Sasso Marconi, Marzabotto, Grizzana Morandi, Camugnano, Castiglione dei Pepoli, Vernio, Cantagallo e Vaiano unisce due centri storici di grande valore: Bologna, la città della Chiusa e dei canali, per secoli capitale della seta, e Prato, la città del Cavalciotto, delle Gore e delle Gualchiere, capitale del distretto della lana e del tessile.

Nel 2024 il numero di camminatori lungo la Via è rimasto costante rispetto al 2023, stimato attorno a 5.000 persone, nonostante l'autunno abbia visto un periodo di forte criticità legato all'alluvione.

Oggetto di una convenzione triennale tra i territori emiliani e toscani attraversati dall'itinerario, il progetto di sviluppo turistico della Via della Lana e della Seta ha messo in campo nel 2024 una serie di azioni di promozione che la Città metropolitana ha supportato per sua quota parte.

Di seguito il dettaglio delle azioni:

#### **COORDINAMENTO E GESTIONE:**

- Coordinamento del Tavolo della Via, organo di gestione che coinvolge gli Enti convenzionati
- Arte pubblica sulla Via della Lana e della Seta. Il progetto di installazione di opere artistiche lungo il percorso è proseguito nel 2024 con sopralluoghi di alcuni artisti (Attila Faravelli ed Enrico Faravelli, Chiara Camoni) per scegliere le location più idonee.
- Incontri online di coordinamento con gli Uffici Turistici del cammino
- Animazione territoriale per coinvolgimento di operatori e associazioni del territorio
- Incontri tematici legati alla Sentieristica con il CAI e il territorio per problematiche e modifiche lungo il percorso
- Organizzazione della festa annuale della Via della Lana e della Seta, il 29-30 giugno a Castiglione dei Pepoli e Montepiano. La festa è stata un grande successo di pubblico, molto ricca di eventi musicali di livello, passeggiate tutte sold out e grande successo delle "Cucine della Via" in piazza a Castiglione dove sono stati forniti oltre 3500 consumazioni dalle associazioni o ristoratori del territorio
- Partecipazione con stand tematico e promozionale ai principali eventi nel territorio individuati dal tavolo di coordinamento

## **PROMOZIONE E COMUNICAZIONE:**

- Oltre alla gestione ordinaria, il Sito web [www.viadellalanaedellasetta.com](http://www.viadellalanaedellasetta.com) è stato completamente aggiornato nella grafica, nella navigazione della Home e in alcuni contenuti.
- Archivio multimediale (Foto e Video). Ulteriore arricchimento della raccolta di foto e video che riguarda il cammino, sia parte emiliana che parte toscana, divisa in varie aree tematiche. Legato all'archivio esiste anche il kit stampa per i giornalisti.
- App Walk+. Nel 2024 è stato messo a regime il nuovo servizio di avvisi “pop up” per segnalazioni, emergenze e punti di interesse
- Gestione profili social network Facebook e Instagram
- Realizzazione Campagne pubblicitarie ADV Meta. Indirizzate al pubblico italiano, gli annunci hanno presentato la Via con diverse creatività e testi, immagini e anche video suggestivi.
- Gestione Newsletter e Blog
- Attività di Ufficio Stampa.

## **ATTIVITÀ DI MARKETING:**

- Promozione della Credenziale del cammino. Attività con gli uffici turistici per la promozione della credenziale.
- Commercializzazione di proposte turistiche. Nel 2024 sono state rinnovate delle proposte per intensificare il lavoro di branding sul cammino. È stato dato spazio ai temi identitari come la resistenza, le acque, la storia del territorio, l'enogastronomia, aggiungendo nuovi servizi e nuove esperienze a quelle già esistenti. Per quel che riguarda il B2B, tutte le proposte vengono condivise con le DMC di riferimento (Bologna Welcome e Visit Tuscany). A queste si è aggiunto l'inserimento sul portale dell'Appennino Bolognese.
- Partecipazione a workshop e fiere di settore. Per il 2024, in collaborazione con Territorio Turistico, Bologna Welcome-eXtraBO e APT Servizi, è stato possibile partecipare ad alcune fiere e workshop di settore (Fespo Zurigo, BIT Milano, Fa' la cosa giusta Milano, Fiera cicloturismo Bologna, Salone del Camper Parma, Bike Festival Misano, Serata Promozionale Ravenna Cral, TTG Rimini)

## **PROMOZIONE DELLE INIZIATIVE DEDICATE AL CICLOTURISMO**

Sempre nell'ambito del prodotto “Outdoor Active&Slow”, per supportare la promozione degli eventi e delle iniziative dedicate alla fruizione responsabile del territorio metropolitano, accanto ai Cammini appenninici, sono state promosse anche iniziative di valorizzazione dell'escursionismo in bicicletta.

In questo contesto in particolare la Città metropolitana di Bologna, nello svolgimento delle funzioni di Territorio Turistico, ha supportato l'offerta bike dell'Appennino bolognese attraverso due progetti: Appenninica MTB Stage Race - tappa di Loiano, e Bologna Montana Bike Area (Bom.ba), meglio descritti di seguito:

### **➤ APPENNINICA MTB STAGE RACE TAPPA LOIANO**

APPENNINICA MTB Stage Race, giunta nel 2024 alla sesta edizione, è una gara a tappe divenuta di riferimento nel mondo della mountainbike italiana ed una delle principali gare a livello internazionale realizzata. L'edizione 2024 si è svolta dal 2 al 7 settembre con sei tappe lungo il crinale dell'Appennino dell'Emilia-Romagna per un totale di 400 Km e 14.000 metri di dislivello complessivo. La partenza è stata ospitata da Bologna, mentre la corsa si è conclusa a Castelnovo ne' Monti, con tappa nel Comune di Loiano (BO), nel Comune di Lizzano in Belvedere (BO) e Fiumalbo (MO). Le Nazioni partecipanti al via erano 24, provenienti da tutti i Continenti, a conferma dell'internazionalità raggiunta dall'evento. Una buona percentuale di atleti era al via per la seconda o terza volta, (qualcuno per la quinta). I partecipanti di questa sesta edizione hanno trovato in Appenninica MTB Stage Race non solo un'esperienza di mountain bike, ma anche un'avventura accompagnata da buon cibo e la scoperta di luoghi e borghi stupendi.

In data 2 settembre 2024 il Comune di Loiano (BO) ha ospitato una delle tappe di APPENNINICA MTB Stage Race. A fronte di un riconoscimento della rilevanza dell'iniziativa per il territorio, capace di rafforzare l'offerta turistica dell'Appennino e offrire un ulteriore elemento per la valorizzazione dell'area anche in chiave sportiva, la Città metropolitana di Bologna ha supportato l'organizzazione e promozione dell'evento sportivo attraverso una Convenzione con il Comune di Loiano. Di seguito una panoramica delle azioni realizzate, che comprendono sia quota parte delle azioni di promozione di livello nazionale messe in campo per l'intera manifestazione

APPENNINICA MTB STAGE Race, inclusa la produzione di contenuti sul territorio, sia l'allestimento specifico della tappa di Loiano.

- **PROMOZIONE E COMUNICAZIONE**

UFFICIO STAMPA. La risonanza mediatica ottenuta da Appenninica MTB Stage Race è stata buona, con quasi 2 milioni di persone raggiunte in tutto il mondo attraverso articoli web, articoli su carta stampata, notizie rimbalzate sui social, video raccontati su YouTube e podcast. A livello nazionale l'evento è stato raccontato con servizi sulle reti Rai e Mediaset, e la copertura è stata buona anche su tutti i principali quotidiani locali come il Resto del Carlino, La Gazzetta di Modena, la Gazzetta di Reggio e TRC, oltre a tutte le riviste di settore italiane e internazionali. Esempio di comunicato stampa:

<https://www.appenninica-mtb.com/da-bologna-allappennino-il-viaggio-di-appenninica-mtb-stage-race-sta-per-partire/>

SOCIAL. A livello social, nel periodo compreso tra il 22 agosto e il 18 settembre, i profili ufficiali dell'evento hanno raggiunto 250 mila persone tra Facebook, Instagram e YouTube. A livello locale Loiano ha dato un'importante ridondanza mediatica dell'evento attraverso i propri canali informativi istituzionali quali il sito internet dell'ente, la pagina Facebook, Telegram e l'invio delle newsletter contenenti tutti i dettagli dell'evento.

I numeri:

VIDEO prodotti nella settimana: 66 (comprensivo di Reels social)

NUMERO DI AGGIORNAMENTI PUBBLICATI (post, stories, video): 192

COPERTURA STIMATA: 1.76 milioni (fonte: SimilarWeb)

Link al post del sito internet dell'ente:

<https://www.comune.loiano.bologna.it/it-it/novita/avvisi/2024/cultura-eventi-e-manifestazioni/2-3-settembre-2024-appenninica-mtb-stage-race-2024-a-loiano-326118-1-20ad4c5c1eb758b95431cb50cc273f85>

VIDEO PROMO. Link al video promozionale della tappa di Loiano:

<https://www.facebook.com/reel/1065779275110333>

- **ORGANIZZAZIONE E ALLESTIMENTO TAPPA DI LOIANO**

L'evento, quale vetrina importante del turismo sportivo, ha portato una visibilità internazionale di rilievo per il Comune di Loiano, che ha coordinato la realizzazione dell'evento sul territorio creando anche sinergie fra le realtà territoriali associazionistiche.

Sono state installate le seguenti attrezzature temporanee per la realizzazione dell'evento:

- A fronte del municipio è stato allestito un punto ristoro come anche altri presenti lungo il tragitto individuato.
- Sistema di travi o arco gonfiabile in zona d'arrivo/partenza
- Transenne zona arrivo/partenza;
- Impianto audio in zona d'arrivo/partenza;
- Idropultrici per il lavaggio biciclette (bike wash) presso l'impianto sportivo del palazzetto dello sport nel quale sono state ricoverate le bike durante la notte;
- Retropalco per premiazioni,
- Pannello di sfondo per interviste;
- Tutta la segnaletica idonea a regolare alla viabilità all'interno del race village;
- sala cronometristi, race office e centro di controllo, stanza antidoping
- palco rialzato
- Area Expo: area adeguata (ca.400 mq.) per area espositiva;
- schermo per proiezione
- premi/medagliette ricordo per le premiazioni di tappa

OSPITALITÀ DELLO STAFF. Lo staff ha soggiornato in strutture ricettive sul territorio quali Palazzo Loup e Hotel Pineta.

## ➤ **BOLOGNA MONTANA BIKE AREA (BOM.BA)**

La Città metropolitana di Bologna, nello svolgimento delle funzioni di Territorio Turistico, ha inteso supportare l'offerta bike ed escursionistica dell'Appennino bolognese attraverso un progetto di valorizzazione di Bologna Montana Bike Area, comprensorio specializzato nella proposta di percorsi mountain bike di diversa difficoltà, alcuni dei quali sono accessibili anche a mezzi speciali come handbike e tandem oppure percorribili a piedi.

L'obiettivo è stato quello di sostenere la promozione del comprensorio attraverso la realizzazione di materiale promozionale dedicato capace di rappresentare il comprensorio mountain bike come meta per turisti sportivi ed escursionisti.

Di seguito le azioni previste:

### ● **REALIZZAZIONE DI 2 SERVIZI FOTOGRAFICI**

**1. Sui sentieri del Comune di Loiano (mood sportivo).** Shooting realizzati tra ottobre e dicembre 2024 presso la Pineta di Loiano, in una giornata invernale (periodo in cui i sentieri sono aperti e percorribili). Tre bikers sono fotografati mentre percorrono le piste, con l'intento di esaltare le caratteristiche dei sentieri "gravity" e quindi di esprimere concetti come velocità, dinamismo, fluidità, tecnica di guida, qualità del terreno, morfologia dei sentieri.

**2. All'Alpe di Monghidoro (mood escursionistico).** In una giornata di inizio autunno due bikers sono fotografati nel percorrere i sentieri dell'Alpe. L'obiettivo è quello di esaltare le caratteristiche dei sentieri "escursionistici" di BOM.BA - che per loro natura hanno un utilizzo condiviso con pedoni e altri utenti - mettendo in luce le caratteristiche ambientali, panoramiche e naturalistiche del contesto, mostrando la bellezza dei sentieri e della natura circostante.

### ● **REALIZZAZIONE DI VIDEO PROMOZIONALE**

Produzione di un video in stile emozionale della durata di circa 100" volto a rappresentare il comprensorio mountain bike BOM.BA come meta per turisti sportivi ed escursionisti. Il video rappresenta una "giornata tipo" di tre diversi bikers che, fruendo individualmente dei diversi sentieri della bike area - molto diversi tra loro per tipologia, caratteristiche e grado di difficoltà -, si ritrovano a fine giornata per condividere con gli amici un tramonto spettacolare su uno dei trail più panoramici del comprensorio: il Rita. L'abbigliamento, la tipologia di bicicletta e lo stile di guida sono appositamente pensati per comunicare allo spettatore che la bike area si presta a tutte le discipline della mountain bike e quindi a tutti i tipi di visitatori/turisti.

[Intervento finalizzato entro il 28 febbraio 2025, a seguito di proroga]

### ● **PROGETTAZIONE BACHECHE INFORMATIVE**

Progettazione della struttura autoportante in legno delle bacheche e creazione dei contenuti relativi ai sentieri Gravity e ai Tour pedalati del comprensorio mountain bike Bologna Montana Bike Area (italiano e inglese sullo stesso supporto). Creazione di due nuove mappe orografiche e volumetriche che illustrano i tracciati (ora pubblicate anche sul sito [www.bolognamontanabikearea.it](http://www.bolognamontanabikearea.it)). Progetto grafico dei cartelli contenenti le norme di comportamento sui sentieri. Il progetto servirà come pilota per la realizzazione di altre 10 bacheche distribuite nel territorio di Bologna Montana.

Si precisa che i costi per la realizzazione delle bacheche in legno e la stampa dei supporti in dibond per le infografiche non sono stati sostenuti nell'ambito del presente progetto.

### ● **REALIZZAZIONE DEPLIANT PROMOZIONALI**

Creazione e impaginazione depliant informativo su Bologna Montana Bike Area in formato A6 (chiuso) A3 (aperto) per allinearsi agli standard distribuiti presso eXtraBo. Stampa 2.000 copie Italiano, 1.000 copie inglese. Distribuzione presso i comuni di BOM, il Territorio Turistico Bologna-Modena, gli IAT dell'Appennino, eXtraBO, negozi di biciclette.

[Intervento concluso entro il 28 febbraio 2025].

## **PROMOZIONE DEL TURISMO RESPONSABILE E DELLE TRADIZIONI ENOGASTRONOMICHE**

Il progetto metropolitano ha inoltre proseguire la promozione degli eventi e delle iniziative dedicati alla fruizione responsabile del territorio metropolitano valorizzando in particolare le tradizioni enogastronomiche, l'escursionismo a piedi e in bicicletta e le tipicità agroalimentari bolognesi. In questo filone la Città metropolitana di Bologna ha dato il suo supporto al seguente progetto:

## ➤ **ATTIVITÀ DI SOSTEGNO AL TURISMO APPENNINICO NELL'AREA DI MONGHIDORO** [Intervento concluso entro il 31 marzo 2025, a seguito di proroga].

Il progetto realizzato ha avuto lo scopo di valorizzare e promuovere il turismo nell'area appenninica di Monghidoro, un territorio montano colpito da frane nel 2023 e che nell'autunno dello scorso anno ha subito ulteriori fenomeni che ne hanno limitato l'accessibilità e la fruibilità mettendo in crisi l'economia locale anche dal punto di vista turistico. Grazie ad un lavoro in rete con tutti gli stakeholder del turismo tra pubbliche amministrazioni ed operatori privati si è lavorato per trasformare l'area appenninica di riferimento in una meta turistica attraverso una cura particolare degli eventi, la loro promozione in forma coordinata oltre all'importante lavoro svolto sulla qualità dell'accoglienza. Città metropolitana ha dato il suo sostegno al Comune di Monghidoro con l'obiettivo di realizzare 3 azioni principali:

### ▪ **L'ORGANIZZAZIONE DELLA TRADIZIONALE FESTA DEL MAIALE**

Giunta alla 19° edizione, la Festa del Maiale di Monghidoro è uno degli appuntamenti enogastronomici tradizionali del territorio, di sempre maggiore importanza promozionale perché è la prima festa che si fa dopo la stagione invernale. La festa era in programma il 2 marzo 2025 ma a causa del maltempo è stata spostata al 9 marzo. Per tutta la giornata diverse squadre di norcini provenienti anche dalla Toscana e supportati dalle macellerie locali, hanno messo mostra della loro competenza e abilità nel lavorare e trasformare le carni di maiale, secondo l'antica tradizione montanara che unisce tutto il territorio appenninico, dalla Valle del Savena a quella del Reno. Esperti della lavorazione della carne hanno prodotto "in diretta" insaccati e altre preparazioni. Si è trattato di un momento davvero unico per riscoprire e osservare dal vivo le tradizioni antiche, ma anche si è data anche a cittadini e visitatori la possibilità di degustare e acquistare carne e lavorati a prezzi calmierati in accordo con l'Amministrazione Comunale, organizzatrice della manifestazione, con la collaborazione dei norcini e le macellerie del paese, dell'ufficio di Informazioni Turistiche e Appennino Slow. Oltre ai banchi di vendita di carne e trasformati erano presenti alla festa anche bancarelle di prodotti tipici dell'Appennino, per completare al meglio l'offerta gastronomica proposta dalla sagra. I ristoranti di Monghidoro hanno preparato un menù a tema per l'occasione. La manifestazione ha avuto un grande successo di pubblico nonostante il tempo non sia stato dei migliori.

L'evento è stato promosso attraverso un piano di comunicazione online e offline, che ha compreso:

- una conferenza stampa di lancio a Bologna
- uno striscione pubblicitario all'ingresso del paese
- Comunicazione Social Coordinata tra le pagine di promozione locale, tra cui i 6 uffici turistici dell'area
- inserimento dell'evento nelle Newsletter e sui siti web di promozione locale
- spazi a pagamento su La Repubblica per 2 uscite

### ▪ **L'IDEAZIONE IL COORDINAMENTO E LA REALIZZAZIONE DELL'OPUSCOLO APPUNTI DI VIAGGIO**

La pubblicazione "Appunti di Viaggio", realizzata in 48 pagine e ricca di foto, è uno strumento per invogliare i turisti a visitare Monghidoro, ma si rivela utile anche per i residenti. All'interno si trovano l'elenco delle manifestazioni organizzate in collaborazione con le associazioni del territorio. C'è una sezione con i numeri utili e una sezione dedicata alle eccellenze del comune di Monghidoro e i principali eventi, luoghi da non perdere. In fondo è presente l'elenco di tutte le attività produttive locali. La ricchezza degli eventi, i luoghi da visitare, i servizi offerti raccolti in questo opuscolo invogliano il turista a trascorrere qui le sue vacanze. L'edizione 2025 è stata stampata in 3500 copie ed è stata messa in distribuzione in tutti gli uffici di informazione turistica del territorio appenninico, nell'infopoint eXtraBO a Bologna e presso diverse attività sia di Monghidoro che comuni limitrofi. Molte copie vengono distribuite anche nella vicina Toscana, importante bacino di turisti per il comune di Monghidoro.

### ▪ **L'ATTIVAZIONE DI SPOT RADIOFONICI PROMOZIONALI**

Nell'ambito del progetto sono stati realizzati e trasmessi spot su emittenti radio locali. In particolare la scelta è ricaduta su una radio locale dell'Appennino, Radio Venere, una radio storica che estende le sue frequenze in tutta l'area metropolitana bolognese e zone limitrofe. Gli spot sono stati creati in collaborazione con la Radio e sono stati trasmessi a ridosso degli eventi, tra cui la Festa del Maiale.

## MODENA

### RELAZIONE

#### **BEST OF LOST IN MODENA - PIANO DI COMUNICAZIONE PER RAFFORZARE L'IDENTITÀ E L'ATTRATTIVITÀ TURISTICA DI MODENA E DEL TERRITORIO PROVINCIALE**

**PG n. 3471 del 03/02/2025**

presentato da Comune di Modena

Il totale della spesa rendicontata ammessa è pari a € 39.040,00. Si conferma l'importo concesso pari a € 20.000,00 a fronte della realizzazione delle azioni previste dal progetto e dei risultati attesi e di una spesa rendicontata ammessa superiore all'80% della spesa progettuale ammessa di € 40.000,00 confermata in sede di ricognizione.

#### **descrizione consuntiva del progetto**

La campagna di influencer marketing 2024 raccoglie i migliori momenti delle esperienze vissute dagli influencer che sono stati protagonisti delle campagne "Lost in Modena" realizzate negli anni 2022 e 2023, raggruppati in un "BEST OF" per la valorizzazione delle migliori esperienze che è possibile fare nel territorio modenese.

Mettendo insieme le varie esperienze dei 4 cluster Food, Motori, Sport & Outdoor, Città e Borghi, sono stati realizzati 4 video/reel uno per ogni cluster che hanno presentato le esperienze vivibili a Modena e nel territorio provinciale inerenti a quel tema. I reel rimandano alla landing page sul sito visitmodena.it dedicata a quel cluster. La campagna è stata messa on air a partire dal mese di luglio, nei tre principali canali social (Meta, Youtube, Tiktok) geolocalizzata sulle regioni del centro nord.

Complessivamente la campagna ADV ha ottenuto i seguenti risultati:

9,5 MLN di impressioni

2,5 MLN utenti raggiunti

+77k CLICK al sito

62 inserzioni

+1,8 MLN INTERAZIONI con le inserzioni

4,5 MLN Video VIEWS

\*Dati relativi a: 01/07/2024 - 30/09/2024

Principali regioni di provenienza traffico al sito:

- Lombardia
- Emilia-Romagna
- Toscana
- Veneto
- Lazio
- Piemonte

Gli utenti hanno manifestato maggiore interesse per le esperienze da fare in città legate all'arte e cultura e per quelle di sport e outdoor per il territorio.

#### **obiettivi conseguiti**

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

#### **modalità concrete di attuazione del progetto**

La progettazione e la realizzazione della campagna è stata affidata dal Comune di Modena all'agenzia di comunicazione Integra Solutions srl con la quale è stata definita la strategia, il concept e la pianificazione.

Sul sito visitmodena è stata creata una landing page dedicata alla campagna dove è stato possibile visionare i video delle esperienze.

### **azioni realizzate e risultati ottenuti rispetto a quelli previsti**

Azioni realizzate:

1. Definizione della strategia e definizione del concept creativo: tutti i migliori momenti delle esperienze vissute dagli influencer sono stati raggruppati in un “BEST OF” distinti per cluster. Nella CTA (call to action) si invitava l’utente a prenotare e vivere le esperienze.

2. Pianificazione e realizzazione della campagna (scelta delle migliori esperienze effettuate dagli influencer; pianificazione degli itinerari e coinvolgimento della rete dei partner): la campagna con i 4 video/reel è stata realizzata nel periodo luglio-dicembre- A supporto sono state realizzate attività di advertising online sui canali Meta, You Tube e Tik Tok, per massimizzare impatto, distribuzione e notorietà della campagna sulle audience target di riferimento, le attività di advertising online avevano l’obiettivo di incentivare interesse e interazioni nei confronti dei contenuti prodotti e, attraverso questi, la conseguente acquisizione di traffico qualificato al sito web.

3. Monitoraggio: l’aggiornamento dei KPI da monitorare è stato quindicinale, con uno specialista dedicato messo a disposizione da Integra Solutions, che ha analizzato l’andamento della presenza online e delle performance stabilite monitorando in modo proattivo il raggiungimento degli obiettivi strategici: incremento di notorietà e engagement (massimizzare copertura, impressioni e interazioni) generazione di acquisizione traffico al sito (massimizzare clic sul link e sessioni landing page). La reportistica è stata mensile con commenti dedicati sull’andamento e con una call a metà e una a fine campagna con l’utilizzo della piattaforma Looker Studio (già Google Data Studio) utile ad una reportistica avanzata e proattiva.

### **soggetti pubblici e/o privati effettivamente coinvolti nel progetto**

Modenatur DMO del territorio SRL in coordinamento con i soggetti pubblici e privati responsabili dei luoghi del territorio in cui si sono svolte le esperienze.

### **attività svolte, segnalando e motivando gli eventuali scostamenti da quanto indicato in fase di presentazione progetto**

Non si segnalano scostamenti significativi.

### **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**

Giugno – dicembre 2024

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

Il progetto è perfettamente aderente alle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2022-2024 e al quadro di riferimento di cui alle premesse dell’Avviso PTPL 2024, rivolgendosi principalmente al mercato italiano, proponendo prodotti/offerte con alto indice di esperienzialità e trattandosi di un progetto che abbraccia tutte le linee di offerta, dalla pianura all’Appennino.

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

La campagna ha promosso l’immagine turistica del territorio modenese i suoi elementi identitari culturali nonché i prodotti di eccellenza che lo distinguono. La progettualità è stata 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.

### **caratteristiche progettuali di integrazione e diversificazione di prodotti e servizi inerenti a settori economici diversi (ad esempio: commercio, agricoltura, artigianato, trasporti)**

Le esperienze promosse hanno stimolato l’acquisto di prodotti e servizi appartenenti a diversi settori economici (commercio, agricoltura, artigianato, ricettività, ristorazione, trasporti).

Come indicato nel progetto l’obiettivo primario della campagna rimane quello 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.

#### **azioni di riduzione dell'impatto ambientale in fase di progettazione e realizzazione**

la campagna di comunicazione non ha previsto la stampa di materiale cartaceo in quanto veicolata su canali di comunicazione online

#### **azioni di promozione del turismo accessibile, in particolare in riferimento all'accessibilità a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive**

La campagna di comunicazione rimandava alle landing page del sito visitmodena che contiene 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 provinciale.

#### **eventuale previsione di vendita di biglietti a carico dell'utente finale per poter usufruire dei servizi promossi non previsti**

#### **realizzazione di materiale foto e video, anche con drone**

realizzati 4 video (x54 varianti)

#### **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 ha proseguito, rafforzandola, la strategia di comunicazione territoriale capace di valorizzare le eccellenze di tutto territorio provinciale, ed è stata elaborata in modo assolutamente complementare e sinergica alle azioni dell'Agenzia di promozione regionale e del Territorio Turistico BO-MO.

#### **breve report dei risultati delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse rispetto all'edizione precedente**

Sulla base delle esperienze più cliccate, si è valutato di dare maggiore visibilità a tali esperienze.

#### **informazioni e dati utili a dare evidenza dei risultati ottenuti (in relazione ai criteri ed alle modalità di riscontro dei risultati indicati in domanda)**

Oltre ai risultati complessivi della campagna ADV sopra riportati sono significativi i dati

Landing Page Insights:

+ 190,8% (tutti gli utenti) +2.63% nuovi utenti +205,9% sessioni

N. click prenota ora attraverso la campagna 439

---

### **FRIGNANO EXPERIENCE: VIVI, SCOPRI, ASSAPORA**

**PG n. 3542 del 03/02/2025**

presentato da UNIONE DEI COMUNI DEL FRIGNANO

Comuni coinvolti:

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

<p>Il totale della spesa rendicontata ammessa è pari a € 34.351,96. Si conferma l'importo concesso pari a € 20.000,00 a fronte della realizzazione delle azioni previste dal progetto e dei risultati attesi e di una spesa rendicontata ammessa superiore all'80% della spesa progettuale ammessa di € 40.000,00, confermata in sede di ricognizione.</p>
--

### **descrizione consuntiva del progetto**

Alla luce degli obiettivi prefissati, la prima edizione del progetto ha cercato di diversificare l'offerta turistica del territorio, rilanciandone e rafforzandone allo stesso tempo un'immagine unitaria incentrata sulle tradizioni, sulle materie prime e sulle tipicità locali.

La realizzazione di un cartellone di manifestazioni dedicate alle eccellenze culinarie frignanese ha rappresentato la chiave per implementare azioni sinergiche volte a consolidare la rete tra natura, gastronomia e artigianato, che hanno decisamente contribuito ad aumentare l'attrattività complessiva dell'Appennino e a richiamare flussi "destagionalizzati".

La promozione coordinata delle attrazioni naturali e delle peculiarità culturali sui social media e lo sviluppo di attività e di iniziative finalizzate a valorizzare e a mettere in evidenza le specificità del territorio ha permesso di stimolare nuovi arrivi e di incrementare le presenze turistiche specialmente durante i mesi autunnali.

### **obiettivi conseguiti**

In linea con le previsioni, il progetto "Frignano Experience" ha raggiunto i seguenti obiettivi:

- presentazione del Frignano come un territorio coeso, inscindibilmente legato a un patrimonio storico-culturale comune;
- valorizzazione delle tradizioni e delle tipicità mediante la combinazione di eventi ed esperienze;
- attrazione di diverse fasce di pubblico (in primis famiglie) "fuori stagione";
- miglioramento della presenza sul web e sui social della destinazione Appennino e delle sue linee di prodotto – food & culture.

### **modalità concrete di attuazione del progetto**

- realizzazione di un calendario di eventi di animazione turistica-culturale, connessi ai prodotti tipici di eccellenza del territorio, assicurando il coinvolgimento di partner privati;
- promozione di escursioni tematiche e di attività laboratoriali per avvicinare i turisti alla scoperta del patrimonio locale;
- produzione di materiale informativo in formato elettronico;
- potenziamento della presenza sul web e sui media delle numerose sfaccettature dell'offerta turistica del Frignano tramite uno storytelling innovativo basato sulla pubblicazione regolare di foto, video e contenuti sui canali ufficiali di InAppenninoModenese.

### **azioni realizzate e risultati ottenuti rispetto a quelli previsti**

Il progetto "FRIGNANO EXPERIENCE", pur riscuotendo un notevole successo in termini di pubblico e di visibilità sui canali social, non ha però pienamente conseguito i risultati attesi.

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: in particolare, la pubblicazione tardiva dei programmi, eccessivamente a ridosso delle manifestazioni, ha in parte attenuato l'efficacia della comunicazione coordinata.

Occorre inoltre rivalutare la funzionalità del cosiddetto "Percorso a Tappe": la valorizzazione di itinerari accessibili connessi agli eventi gastronomici del "Buon Appennino Festival" è risultata piuttosto "passiva". L'indicazione sommaria dei sentieri sul materiale informativo relativo al progetto e la mancata registrazione delle tracce GPX hanno contribuito sicuramente a limitare l'impatto del "Percorso", che ha finito per essere totalmente assorbito dal ben più riuscito "Festival".

Sarebbe stato opportuno concentrarsi sulle esperienze guidate "a tema": le passeggiate (con guida) organizzate da alcuni Comuni in occasione delle manifestazioni inserite nel "Buon Appennino Festival" hanno registrato, infatti, numeri importanti.

Le azioni finalizzate al rafforzamento della social media strategy dei canali di InAppenninoModenese hanno, invece, ampiamente superato le aspettative: grazie alla realizzazione di campagne mirate riguardanti apprezzati brand territoriali (panorami, foliage, cucina tradizionale, artigianato...) e all'incremento dell'engagement rate della community, tramite la diffusione capillare e costante di informazioni e aggiornamenti sull'Appennino e sulle attività attinenti a "Frignano Experience", si è verificata una crescita rilevante dei follower e del numero di visualizzazioni-interazioni, sia sui social media sia sul web.

### **soggetti pubblici e/o privati effettivamente coinvolti nel progetto**

In conformità alle disposizioni della Legge Regionale n.4/2016 (art.4, comma 2), ai fini dell'organizzazione delle iniziative di animazione e di promozione turistica previste dal "Buon Appennino Festival", i 10 Comuni si sono avvalsi soprattutto del prezioso contributo delle Pro Loco e delle associazioni operative da anni sul territorio.

Si riepilogano di seguito i partner pubblici/privati effettivamente coinvolti nella realizzazione delle attività previste dal progetto:

- Comune di Polinago: Polisportiva "Sport per Tutti" e Caseificio Sociale Santa Maria Soc. Agr. Coop.;
- Comune di Pavullo nel Frignano: Pro Loco e circoli frazionali;
- Comune di Pievepelago: Ente Parchi Emilia Centrale e Sci Club Sant'Annapelago;
- Comune di Sestola: Associazione Sestola Milleventi e circoli frazionali;
- Comune di Fiumalbo: A Ovest del Cimone APS;
- Comune di Riolunato: Pro Loco;
- Comune di Fanano: APT Fanano È e circoli frazionali;
- Comune di Montecreto: Pro Loco e Associazione Culturale Montecreto Eventi;
- Comune di Serramazzone: Pro Loco, rete associativa SerrAttiva e TerraQuilia Società Agricola S.S.;
- Comune di Lama Mocogno: Pro Loco La Santona, Associazione Via Vandelli APS, CAI – Sezione di Modena.

### **attività svolte, segnalando e motivando gli eventuali scostamenti da quanto indicato in fase di presentazione progetto**

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

Nel corso del 2024 è stato realizzato un calendario coordinato di eventi, dedicati alla gastronomia, alle usanze, ai prodotti tipici e all'artigianato artistico del Frignano, nell'intento di incentivare la riscoperta del ricco patrimonio storico-culturale della montagna modenese.

Tutte le manifestazioni inserite nel programma hanno valorizzato le preziose materie prime e le celebri specialità locali con l'obiettivo di consentire ai turisti di conoscere le secolari tradizioni del territorio tramite degustazioni, dimostrazioni e attività laboratoriali.

In occasione degli eventi, inoltre, sono state promosse varie escursioni ed esperienze all'aria aperta per fortificare l'imprescindibile legame tra natura e cultura.

Nell'ottica di evitare lo spreco di carta, il materiale informativo inerente al "Festival" è stato prodotto solamente in versione digitale per essere opportunamente divulgato sui social media e sul sito Internet della Redazione Locale – InAppenninoModenese.

Nel dettaglio, le iniziative svolte con riferimento alla prima linea di intervento del progetto "Frignano Experience":

- PAVULLO - "Festa della Crescentina" – Sabato 31 Agosto e Domenica 1° Settembre 2024;
- PIEVEPELAGO - "Festa del Fungo Porcino di Sant'Annapelago" – Sabato 14 e Domenica 15 Settembre 2024;
- FANANO - "Ste Sroden, tradizioni e sapori d'autunno a Fanano" – Sabato 9 e Domenica 10 Novembre 2024;
- RIOLUNATO - "Sagra della Ricotta" – Domenica 13 Ottobre 2024;
- FIUMALBO - "El Serodane de Fiumalbo; Festa Saperi e Sapori d'autunno" – Domenica 6 Ottobre 2024;
- MONTECRETO - "Festa della Castagna" – Sabato 2 e Domenica 3 Novembre 2024;
- SESTOLA - "La Fola dla Chersenta; Crescentine d'Autunno" – Domenica 29 Settembre 2024;
- POLINAGO - "Turtlòun; Festa della ricotta di Cinghianello" – Domenica 16 Giugno 2024
- LAMA MOCOONO - "I Viandanti della Via Vandelli...in Festa!" – Sabato 24 agosto;
- SERRAMAZZONI - "Festa dei frutti dimenticati d'Appennino" – Sabato 9 Novembre 2024.

#### 2. "Percorso a tappe"

Nel tentativo di sfruttare il potere comunicativo racchiuso nel "Buon Appennino Festival", il correlato "Percorso a Tappe" è stato sostanzialmente assorbito dalle manifestazioni gastronomiche. Anche se gli itinerari selezionati sono stati riportati sul materiale pubblicitario del "Festival", l'idea iniziale di creare un cartellone unico di sentieri fruibili durante l'anno, non vincolati a iniziative specifiche, è stata superata per attribuire al progetto "Frignano Experience" un'immagine più omogenea. Quasi tutti i Comuni, infatti, hanno optato per organizzare, in concomitanza con gli eventi, passeggiate e visite guidate a tema, allo scopo di rafforzare il collegamento tra prodotto tipico e contesto naturale. In vista di una futura edizione, tuttavia, sarà necessario puntare maggiormente sul coordinamento delle escursioni in programma per conferire al "Percorso a Tappe" un'identità distintiva.

#### 3. Azioni di comunicazione e di rafforzamento della social media strategy

Nel rispetto delle finalità progettuali, grazie ai contributi del PTPL sono stati effettuati puntuali investimenti per aumentare la penetrazione on-line dei prodotti turistici del territorio.

Attraverso le pagine di InAppenninoModenese sono stati rilasciati aggiornamenti costanti sulle iniziative e sugli eventi organizzati da tutti i comuni. Grazie a una gestione attenta e diretta a suscitare l'interesse e la curiosità dell'utenza, per mezzo di contenuti evocativi e decine di post in collaborazione con creator digitali, i social media si sono rivelati anche nel 2024 il principale canale di promozione territoriale e un funzionale strumento di comunicazione e informazione. L'attività di "Web Content", invece, si è esplicata essenzialmente nell'ottimizzazione del Sito Ufficiale di Informazione Turistica dell'Appennino Modenese (portale riconosciuto dal SITur), su cui, tra l'altro, sono state adeguatamente segnalate tutte le attività contemplate dal "Buon Appennino Festival". Come da programma, inoltre, è stato aperto un canale WhatsApp per incrementare l'interazione con il pubblico.

#### **ambito territoriale interessato**

Il progetto ha interessato l'ambito territoriale costituito dai 10 Comuni appartenenti all'Unione del Frignano: Sestola, Fanano, Montecreto, Riolunato, Pievepelago, Fiumalbo, Lama Mocogno, Pavullo, Serramazzone e Polinago.

#### **periodo di svolgimento delle azioni**

Le azioni sono state realizzate tra il 1° gennaio e il 31 dicembre 2024.

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

Sulla scorta degli obiettivi delineati dalle Linee Guida Triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale, "Frignano Experience" ha cercato di valorizzare il territorio nel suo insieme, promuovendo la destinazione "Appennino" attraverso l'implementazione di nuove sinergie pubblico-private intercomunali e lo sviluppo di mirate linee comunicative digitali.

La progettazione di un unico programma coordinato di attività e la combinazione dei prodotti turistici di punta della montagna modenese (esperienze all'aria aperta, gastronomia locale, sagre, artigianato tradizionale) rappresentano due step essenziali di un percorso finalizzato a capitalizzare efficacemente i valori turistico-identitari del Frignano, ovvero a sfruttare il potere evocativo delle peculiarità naturali e culturali che consentono di forgiare un'identità territoriale chiara, omogenea e distintiva.

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

L'organizzazione di manifestazioni dedicate alle eccellenze culinarie del territorio, il consolidamento della rete tra natura, cultura, artigianato e gastronomia e l'elevato livello di penetrazione sui social media hanno contribuito a richiamare importanti flussi turistici e ad aumentare l'attrattività complessiva dell'Appennino.

Lo sviluppo di attività e di iniziative relative alle tipicità e alle tradizioni, basate sull'integrazione di eventi ed esperienze, ha permesso di stimolare nuovi arrivi e di incrementare le presenze sul territorio al di fuori dell'alta stagione estiva, con positive ricadute sul sistema commerciale e ricettivo della montagna modenese.

#### **caratteristiche progettuali di integrazione e diversificazione di prodotti e servizi inerenti a settori economici diversi (ad esempio: commercio, agricoltura, artigianato, trasporti)**

"Frignano Experience" è nato anche con la finalità di responsabilizzare le imprese della ristorazione, gli esercizi commerciali dei piccoli centri e i produttori locali operativi sul territorio, chiamati a diventare dinamici erogatori di servizi nella logica dell'economia dell'esperienza.

Il progetto, infatti, ha perseguito lo sviluppo responsabile e sostenibile della filiera turistica, al fine di superare un approccio lineare e sequenziale delle relazioni fra i diversi attori del sistema di offerta locale a favore di una visione sistemica e olistica delle interazioni pubblico-private.

A titolo esemplificativo, le iniziative contemplate dal "Buon Appennino Festival" hanno proprio ricercato l'instaurazione di nuove collaborazioni con caseifici, aziende agricole, cantine, botteghe, artigiani e negozi, che sono stati proficuamente coinvolti nella pianificazione di attività esperienziali e laboratori tematici.

#### **azioni di riduzione dell'impatto ambientale in fase di progettazione e realizzazione**

Nell'ottica di evitare lo spreco di materiale cartaceo, è stata opportunamente accantonata l'idea di stampare il materiale promozionale inerente al "Buon Appennino Festival" per concentrarsi prevalentemente sulla comunicazione digitale on-line. Le azioni progettuali sono state adeguatamente pubblicizzate sui social media e sul portale di InAppenninoModenese: la scelta ha consentito di aggiornare velocemente ed efficacemente le date di

alcune manifestazioni che, a causa dell'ondata di maltempo autunnale, hanno subito variazioni rispetto al cronoprogramma iniziale.

In fase di realizzazione del progetto è stata adottata la sostenibilità come principio guida attraverso l'implementazione delle seguenti azioni:

- eco-gestione delle iniziative tramite la riduzione e la separazione dei rifiuti;
- utilizzo di stoviglie, posate e bicchieri prodotti con materiali riciclabili;
- incentivo della "Sharing mobility" mediante l'attivazione di servizi di navetta (in particolare per l'evento "Ste Sroden, tradizioni e sapori d'autunno a Fanano").

#### **azioni di promozione del turismo accessibile, in particolare in riferimento all'accessibilità a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive**

Tutte le manifestazioni inserite nel cartellone "Buon Appennino Festival" si sono svolte in spazi agevolmente raggiungibili anche da persone con difficoltà o disabilità motorie. Nell'ambito degli eventi gastronomici, inoltre, è stata incentivata l'organizzazione di degustazioni, esperienze sensoriali, laboratori didattici creativi e attività manuali per avvicinare i turisti alla scoperta e alla conoscenza dei prodotti tipici e dell'artigianato artistico del territorio, abbattendo, ove possibile, le barriere culturali e/o cognitive.

**eventuale previsione di vendita di biglietti a carico dell'utente finale per poter usufruire dei servizi promossi non prevista**

#### **realizzazione di materiale foto e video, anche con drone**

Grazie al prezioso lavoro del Dott. Soliani Eugenio, social media manager e content creator per InAppenninoModenese, nel 2024 è stato ampliato l'archivio fotografico in dotazione alla Redazione Locale.

Foto: cascate, punti di interesse culturale, paesaggi primaverili/estivi e manifestazioni gastronomiche.

Riprese aeree con drone: panorami e borghi.

#### **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 creati per pubblicizzare le iniziative del "Buon Appennino Festival" sono stati condivisi tramite "Cross-posting" con la DMO della Provincia di Modena per arricchire la rubrica settimanale gestita in collaborazione (in uscita ogni mercoledì sui canali di InAppenninoModenese e VisitModena), finalizzata a promuovere congiuntamente le principali linee di prodotto della montagna modenese (outdoor&active, sport, cultura e, appunto, gastronomia tipica).

#### **breve report dei risultati delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse rispetto all'edizione precedente**

/(Prima edizione)

#### **informazioni e dati utili a dare evidenza dei risultati ottenuti (in relazione ai criteri ed alle modalità di riscontro dei risultati indicati in domanda)**

SI riportano schematicamente alcuni dati statistici per sottolineare gli importanti risultati conseguiti con riferimento alle azioni di comunicazione e di rafforzamento della social media strategy dei canali di InAppenninoModenese:

- +3787 follower sulla pagina Instagram;
- +3696 follower sulla pagina Facebook;
- +600 follower sul profilo TikTok;
- 7500 visualizzazioni della sezione del Sito WEB dedicata alle manifestazioni contemplate dalla rassegna "Buon Appennino Festival".

---

#### **MARANELLO PLUS: FAST CARS, SLOW LIFE**

**PG n. 3463 del 03/02/2025**

**PG n. 3464 del 03/02/2025**

**PG n. 3465 del 03/02/2025**

presentato da Comune di Maranello

Comuni coinvolti:

Comune di Fiorano

Comune di Formigine  
Comune di Frassinoro  
Comune di Montefiorino  
Comune di Palagano  
Comune di Prignano s/S

Il totale della spesa rendicontata è pari a € 36.006,00. La spesa rendicontata ammissibile ammonta a € 34.054,00 (non ammesse spese per € 1.952,00 relative ad attività dello IAT R). Si conferma l'importo concesso pari a € 18.274,79 a fronte della realizzazione delle azioni previste dal progetto e dei risultati attesi e di una spesa rendicontata ammessa superiore all'80% della spesa progettuale ammessa di € 39.260,00, confermata in sede di ricognizione.

### **descrizione consuntiva del progetto**

Nel 2024 il Sistema turistico ha organizzato in modo organico e coordinato le iniziative sovracomunali in sinergia con quanto previsto dal PTPL 2024. Ci siamo concentrati su iniziative che intendono potenziare soggiorni di 1 o 2 notti in abbinamento alle esperienze top del territorio e attraverso una gestione del calendario eventi sul sito maranelloplus e sui canali IG e Fb collegati. Attraverso il portale maranelloplus è stata offerta la funzione di prenotazione delle esperienze.

Sono stati organizzati 2 Educational tour (uno nei comuni della pianura e uno nei comuni della montagna) rivolti a giornalisti che si occupano di viaggi e turismo. Come previsto la partecipazione ha dato la possibilità ai giornalisti di vivere in prima persona l'offerta del nostro territorio. Gli articoli pubblicati, come ci si attendeva, offrono spunti di viaggio: scorci inusuali, sapori genuini, percorsi naturalistici, tracce di storia e memoria utili a costruire un itinerario più articolato e duraturo. Emerge il fascino di un luogo, le sue peculiarità e la sua originalità, un elemento questo preponderante quando a essere visitato è un territorio come il nostro - fatta eccezione per l'attrattore Maranello - normalmente al di fuori delle rotte turistiche più conosciute. Gli educational tour si sono svolti in autunno raggruppando, come detto, i comuni della pianura e le Terme della Salvarola a Sassuolo in uno dei tour e i 4 comuni della montagna in un altro.

Per lo speciale richiamo alla Terra dei Motori un evento in particolare ha interessato per il secondo anno il territorio di almeno 3 comuni del Sistema: la seconda edizione della Italian Motor Week che vede interessati 40 comuni italiani di cui 5 sono nella provincia di Modena (Modena, Castelfranco E. Maranello, Fiorano Modenese e San Cesario) si è svolta dal 27 aprile al 5 maggio. Come previsto, oltre ad altre iniziative, sono stati proposti tour guidati sul territorio e visite alle aziende. Le esperienze di trekking urbano offerte ai turisti si sono svolte con visite guidate al territorio e ai punti di interesse legati al tema motori.

Come previsto è stata consolidata la collaborazione con Terme della Salvarola per l'organizzazione e la promozione del Concours d'elegance annualmente organizzato dalle Terme. Inoltre, l'Edu-tour organizzato nei comuni della pianura, ha proposto l'esperienza alle Terme della Salvarola che è stata molto apprezzata dai partecipanti.

È proseguita l'offerta della visione dei Gran Premi di Formula 1 presso l'auditorium Ferrari di Maranello. Inoltre per il turismo sportivo è stata verificata la rete delle strutture in grado di ospitare eventi, tornei, competizioni internazionali e, per il turismo congressuale, castelli e luoghi dei motori.

### **obiettivi conseguiti**

Si considera ottimo il riscontro verbale da parte dei partecipanti sia agli edutour che ai trekking. Molto apprezzata la presenza di punti di informazione organizzati dal personale dello IATR in modalità mobile. Ottima la visibilità data al territorio dagli articoli già apparsi sulla stampa di settore a seguito degli edu-tour in attesa di quelli che saranno pubblicati nei prossimi mesi.

### **modalità concrete di attuazione del progetto**

Affidamento del servizio di organizzazione di edutour ad agenzia di comunicazione;

Affidamento del servizio di trekking urbano a guida specializzata;

Presenza di personale IAT-R in modalità mobile alle 4 giornate della Mostra mercato del Tartufo di Montefiorino.

Per questa azione sono state realizzate nr. 2 vele per rendere maggiormente riconoscibile lo spazio presidiato dal personale IAT-R.

### **azioni realizzate e risultati ottenuti rispetto a quelli previsti**

Delle azioni previste c'è stata una riduzione del numero degli edutour in progetto in quanto quelli che erano previsti per la promozione dei cammini e per l'inaugurazione della ciclovia del Mito non si sono svolti a causa delle

avverse condizioni atmosferiche ripetutesi nel corso dell'anno (cammini) e della mancata inaugurazione della ciclovia. I risultati però dei due edu-tour organizzati sono ottimi per l'esito positivo che l'immagine del territorio ricava.

Tutte le altre azioni sono state realizzate. Per quanto riguarda il trekking urbano si sottolinea il consolidamento della funzione di prenotazione delle esperienze tramite il sito maranelloplus e IAT-R.

#### **soggetti pubblici e/o privati effettivamente coinvolti nel progetto**

Comuni di Maranello, Fiorano, Formigine, Frassinoro, Montefiorino, Palagano e Prignano sulla Secchia e, quale attività privata, Terme della Salvarola.

#### **attività svolte, segnalando e motivando gli eventuali scostamenti da quanto indicato in fase di presentazione progetto**

1. organizzazione di n. 2 Educational tour, che si sono svolti in novembre, uno nei Comuni pedemontani (Maranello, Fiorano e Formigine) e uno nei comuni di montagna (Frassinoro, Montefiorino, Palagano e Prignano) entrambi con pernottamento presso le Terme della Salvarola. Ad entrambi gli educational tour hanno partecipato giornalisti di varie testate per un totale di 9 persone. Non è stato possibile organizzare gli altri 2 educational tour previsti: uno in occasione dell'inaugurazione della Ciclovia del Mito, in quanto i lavori non sono conclusi in un tratto e non è stata quindi effettuata l'inaugurazione prevista. Le avverse condizioni meteo, i movimenti franosi, le allerte arancioni che si sono susseguite per tutto il periodo fra settembre e fine novembre hanno di fatto impedito la realizzazione delle attività promozionali dei cammini in collaborazione con le associazioni di riferimento. La promozione dei cammini sarà oggetto di azioni specifiche nel corso del 2025.

2. sono stati organizzati n.4 trekking urbani nella settimana dell'Italian Motor Week che si è svolta dal 13 al 21 aprile, all'iniziativa hanno partecipato complessivamente 67 persone;

3. lo IAT-R ha partecipato in modalità di IAT mobile alla Mostra mercato del Tartufo in Comune di Montefiorino per 4 giornate, al Festival Idea in Comune di Formigine e all'evento Fiorachella in Comune di Fiorano

#### **ambito territoriale interessato**

Tutti i Comuni del Sistema Turistico (Maranello, Fiorano, Formigine, Frassinoro, Montefiorino, Palagano e Prignano) e Terme della Salvarola in Comune di Sassuolo.

#### **periodo di svolgimento delle azioni**

Da Aprile a Novembre 2024

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

Nella realizzazione del progetto è stata data grande importanza allo sviluppo dei principali filoni turistici del territorio quali i City Break, le attività Outdoor, lo Special Interest - Motori, cui il territorio è vocato. In particolare gli edutour e la presenza di personale IAT-R in modalità Mobile, sono stati elementi chiave della promozione del territorio nei suoi diversi aspetti attrattivi dei flussi turistici.

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

Tutti gli eventi che si sono svolti nei comuni di montagna aderenti al sistema Turistico hanno avuto la massima promozione attraverso i canali di comunicazione (sito maranelloplus e canali IG e Fb collegati). La mostra mercato del Tartufo a Montefiorino, evento di maggiore interesse turistico per i comuni montani del Sistema, è stato promosso con l'organizzazione di specifici tour con bus in partenza dai comuni della pianura e con la partecipazione di uno stand presidiato da personale IAT-R in modalità Mobile. Importante è stata la funzione di promozione di tutto il territorio di competenza svolta dal personale IAT-R in tali occasioni ben rispondendo allo scopo di dare ai visitatori la percezione di un territorio che condivide un tratto identitario racchiuso nel claim Fast cars, slow life.

#### **caratteristiche progettuali di integrazione e diversificazione di prodotti e servizi inerenti a settori economici diversi (ad esempio: commercio, agricoltura, artigianato, trasporti)**

Nell'ampio territorio ricadente nel Sistema Turistico sono presenti caratteristiche ambientali e insediamenti produttivi diversi. Le azioni progettuali hanno valorizzato in modo integrato commercio, artigianato e agricoltura,

presentando ai giornalisti partecipanti agli edu-tour l'essenza del tessuto produttivo della nostra Regione. I contenuti degli articoli già pubblicati dai partecipanti agli edutour testimoniano questo risultato.

#### **azioni di riduzione dell'impatto ambientale in fase di progettazione e realizzazione**

Delle iniziative previste, in considerazione delle avverse condizioni meteo e del mancato completamento della ciclovia del Mito, è stata realizzata l'azione del trekking urbano che costituisce un intervento a favore della riduzione dell'impatto ambientale in quanto stimolano una fruizione slow del territorio.

#### **azioni di promozione del turismo accessibile, in particolare in riferimento all'accessibilità a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive**

Il sito maranelloplus nel 2024 è stato dotato di podcast in lingua inglese per la descrizione audio dei contenuti fissi del sito. Questa azione e la relativa spesa sono previste nel progetto che partecipa al bando di finanziamento PTPL 2024 amb. 1;

#### **eventuale previsione di vendita di biglietti a carico dell'utente finale per poter usufruire dei servizi promossi**

Non erano previsti e non sono stati richiesti pagamenti di ticket a carico dell'utente finale in relazione alle azioni di cui si è chiesto il contributo PTPL, ambito 2.

#### **realizzazione di materiale foto e video, anche con drone**

È stato realizzato materiale foto e video dai partecipanti ai press tour e dall'agenzia che cura il digital marketing del Sistema Turistico, anche con utilizzo di droni. Inoltre un servizio fotografico/miniclip video è previsto nelle azioni progettuali del PTPL 2024 Ambito 1.

#### **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 risultato coerente ed allineato con gli obiettivi delle "Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2022-2024" e con il quadro di riferimento. Gli Educational Tour sono stati progettati e realizzati come azione progettuale, pur non rientrando specificamente nel piano del Territorio Turistico di Bologna-Modena e/o di Apt Servizi s.r.l., poiché ad essi sono state attribuite forti potenzialità per la valorizzazione e promozione di elementi identitari in grado di innalzare la capacità di attrazione del territorio del Sistema turistico territoriale intercomunale.

#### **breve report dei risultati delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse rispetto all'edizione precedente**

Come Sistema Turistico Territoriale Intercomunale è la prima volta che viene presentato e realizzato un progetto nell'ambito 2 del PTPL.

#### **informazioni e dati utili a dare evidenza dei risultati ottenuti (in relazione ai criteri ed alle modalità di riscontro dei risultati indicati in domanda)**

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
nr. 2 Press Tour	nr. articoli pubblicati 3 <a href="#">Alessandro Luongo - Il corriere</a> <a href="#">Sara Ficocelli - La Repubblica</a> <a href="#">Massimo Terracina - 2morrow</a> Altri in pubblicazione nei prossimi mesi Per l'uscita dell'articolo su Bell'Italia il giornalista ha inviato un fotografo in loco per documentare al meglio i luoghi, pertanto si attendono i tempi di realizzazione anche di questo materiale. All'inizio della primavera 2025 è prevista invece l'uscita di un pezzo su Avvenire.

	Verranno inoltre pubblicati prossimamente 2 articoli rispettivamente su Vanity Fair e Confidenze.
nr.4 trekking urbani in occasione della Italian Motor WeeK nei territori di Maranello e Fiorano Modenese	nr. visitatori accompagnati 67
nr. 6 iniziative di IAT Mobile	nr. contatti totale 220

## CARPI TOUR: ACCESSIBILITÀ DIGITALE PER TUTTI

PG n. 3535 del 03/02/2025

presentato da Comune di Carpi

Il totale della spesa rendicontata è pari a € 34.802,11. Si conferma l'importo concesso pari a € 18.285,96 a fronte della realizzazione delle azioni previste dal progetto e dei risultati attesi e di una spesa rendicontata ammessa superiore all'80% della spesa progettuale ammessa di € 39.284,00, confermata in sede di ricognizione.

### descrizione consuntiva del progetto

è stata realizzata una APP sulla piattaforma Artplace con dei contenuti definiti che propongono una user experience che consente ai turisti di accedere alla visita del Centro storico di Carpi, trovando servizi ed emergenze direttamente sui propri devices, costantemente aggiornati con i contenuti degli eventi di valorizzazione e promo-commercializzazione del territorio. Sono stati creati dei contenuti ad hoc, implementando la piattaforma accessibile e scaricabile al link: <https://artplace-app.com/>. Il turista trova le indicazioni per accedervi anche in situ, in 30 punti monumentali e/o nodi di arrivo in città, potendo così costruirsi il suo percorso personalizzato di accesso.

### obiettivi conseguiti

Sviluppo di attività innovative di carattere promozionale, volte a rilanciare e rafforzare l'immagine del territorio attraverso le specificità e le eccellenze;

- Concorso al rafforzamento dell'identità turistica del territorio turistico Bologna-Modena;
- Valorizzazione delle emergenze monumentali e turistiche del territorio;
- Promozione e sviluppo Via Germanica Imperiale e Cammino di Santa Giulia

### modalità concrete di attuazione del progetto

lo sviluppo del progetto ha visto una fase di realizzazione dei contenuti multimediali promozionali, definiti sulla base dello strumento comunicativo utilizzato, l'attivazione della APP e la fase di test.

### azioni realizzate e risultati ottenuti rispetto a quelli previsti

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

### soggetti pubblici e/o privati effettivamente coinvolti nel progetto

/

### attività svolte, segnalando e motivando gli eventuali scostamenti da quanto indicato in fase di presentazione progetto

1. Ideazione e realizzazione Podcast audioguida per descrivere, raccontare e alimentare i punti d'interesse, utilizzabili anche su differenti canali di promozione e diversificati per la tipologia di target che si vuole raggiungere

2. Ideazione e realizzazione contenuti video sottotitolati per descrivere, raccontare e alimentare i punti d'interesse, utilizzabili anche su differenti canali di promozione e diversificati per la tipologia di target che si vuole raggiungere.

3. Traduzione in inglese dei contenuti editati

4. Attivazione della APP e suo test

5. Pubblicazione online

Sono state effettuate le azioni per la messa online dei contenuti (n. 4 e 5 dell'elenco)

#### **ambito territoriale interessato**

Territorio comunale

#### **periodo di svolgimento delle azioni**

30/05/2024-31/12/2024

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

Cultura: Castelli e Borghi nel Territorio turistico Bologna-Modena Itinerari legati al Romanico/Medioevo  
Collaborazione con gli organizzatori delle mostre e loro promozione

Cammini: promozione e sviluppo Via Germanica Imperiale e Cammino di Santa Giulia

Food&Wine: potenziamento visite alle aziende agricole. Promozione esperienze con durata variabile

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

i contenuti della APP riguardano tutto il centro monumentale di Carpi, che costituisce uno dei poli del Rinascimento e del Romanico della regione. Il sistema di valorizzazione e approccio ai monumenti della APP è funzionale a qualificare l'area e inserire questo percorso in un più vasto ambito di promozione del turismo culturale e dei servizi connessi, anche in termini esperienziali.

#### **caratteristiche progettuali di integrazione e diversificazione di prodotti e servizi inerenti a settori economici diversi (ad esempio: commercio, agricoltura, artigianato, trasporti)**

nell'APP sono integrati tutti i servizi che il territorio può offrire al turista. Oltre alle classiche informazioni di natura turistica infatti, vengono offerte informazioni sugli esercizi commerciali del territorio e le esperienze nelle aziende agricole e agroalimentari. Le informazioni favoriscono inoltre l'utilizzo da parte del turista dei trasporti pubblici, in particolare treno e autobus, che consentono anche la riduzione dell'impatto ambientale.

#### **azioni di riduzione dell'impatto ambientale in fase di progettazione e realizzazione**

Lo strumento prevede un notevole risparmio energetico, grazie all'uso di una versione a basso consumo del Bluetooth (BLE), potendo funzionare per anni con una singola batteria.

#### **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 di app dei Musei

#### **eventuale previsione di vendita di biglietti a carico dell'utente finale per poter usufruire dei servizi promossi non prevista**

#### **realizzazione di materiale foto e video, anche con drone**

realizzati materiali fotografici e video, presenti tra i contenuti accessibili

#### **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 dichiarata**

**breve report dei risultati delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse rispetto all'edizione precedente**

non applicabile

**informazioni e dati utili a dare evidenza dei risultati ottenuti (in relazione ai criteri ed alle modalità di riscontro dei risultati indicati in domanda)**

non dichiarate

## AMBITO 1 - BOLOGNA

## Servizi turistici di base dei Comuni relativi all'accoglienza e informazione turistica

Richiedente	Spese ammesse iniziali	di cui per animazione	Contributo iniziale	di cui per animazione	Spese ammesse post-ricognizione	di cui per animazione	Contributo concesso post-ricognizione	di cui per animazione	Spese rendicontate ammesse	di cui per animazione	Contributo da liquidare	di cui per animazione	Economie	
<b>IAT RESERVATION E IAT</b>														
1	<b>Comune di Sasso Marconi (IAT R)</b>	€ 112.700,00	€ 0,00	€ 24.147,09	€ 0,00	€ 107.869,80	€ 0,00	€ 24.147,09	€ 0,00	<b>€ 116.236,79</b>	€ 0,00	<b>€ 24.147,09</b>	€ 0,00	€ 0,00
2	<b>Nuovo Circondario Imolese (IAT R)</b>	€ 100.410,00	€ 1.000,00	€ 21.526,58	€ 227,00	€ 100.410,00	€ 1.000,00	€ 21.526,58	€ 227,00	<b>€ 104.915,75</b>	€ 2.500,00	<b>€ 21.526,58</b>	€ 227,00	€ 0,00
3	<b>Comune di San Giovanni in Persiceto (IAT R)</b>	€ 80.500,00	€ 8.000,00	€ 17.349,84	€ 1.816,00	€ 80.500,00	€ 8.000,00	€ 17.349,84	€ 1.816,00	<b>€ 91.491,08</b>	€ 9.880,00	<b>€ 17.349,84</b>	€ 1.816,00	€ 0,00
4	<b>Comune di Bologna (IAT R)</b>	€ 300.000,00	€ 0,00	€ 64.277,98	€ 0,00	€ 300.000,00	€ 0,00	€ 64.277,98	€ 0,00	<b>€ 300.000,00</b>	€ 0,00	<b>€ 64.277,98</b>	€ 0,00	€ 0,00
5	<b>Comune di Monghidoro (IAT)</b>	€ 79.800,00	€ 500,00	€ 12.508,00	€ 83,00	€ 79.800,00	€ 500,00	€ 12.508,00	€ 83,00	<b>€ 64.971,21</b>	€ 500,00	<b>€ 12.508,00</b>	€ 83,00	€ 0,00
6	<b>Comune di Alto Reno Terme (IAT)</b>	€ 92.345,00	€ 0,00	€ 14.468,94	€ 0,00	€ 92.345,00	€ 0,00	€ 14.468,94	€ 0,00	<b>€ 93.951,99</b>	€ 0,00	<b>€ 14.468,94</b>	€ 0,00	€ 0,00
7	<b>Comune di Lizzano in Belvedere (IAT Lizzano)</b>	€ 30.000,00	€ 0,00	€ 4.700,50	€ 0,00	€ 30.000,00	€ 0,00	€ 4.700,50	€ 0,00	<b>€ 41.082,38</b>	€ 0,00	<b>€ 4.700,50</b>	€ 0,00	€ 0,00
8	<b>Comune di Lizzano in Belvedere (IAT Vidiciatico)</b>	€ 30.000,00	€ 0,00	€ 4.700,50	€ 0,00	€ 30.000,00	€ 0,00	€ 4.700,50	€ 0,00	<b>€ 28.142,67</b>	€ 0,00	<b>€ 4.700,50</b>	€ 0,00	€ 0,00
9	<b>Comune di Dozza (IAT)</b>	€ 54.500,00	€ 1.000,00	€ 8.544,86	€ 100,00	€ 54.500,00	€ 1.000,00	€ 8.544,86	€ 100,00	<b>€ 45.236,86</b>	€ 819,19	<b>€ 8.544,86</b>	€ 100,00	€ 0,00
<b>TOTALE IAT RESERVATION E IAT</b>		<b>€ 880.255,00</b>	<b>€ 10.500,00</b>	<b>€ 172.224,30</b>	<b>€ 2.226,00</b>	<b>€ 875.424,80</b>	<b>€ 10.500,00</b>	<b>€ 172.224,29*</b>	<b>€ 2.226,00</b>	<b>€ 886.028,73</b>	<b>€ 13.699,19</b>	<b>€ 172.224,29</b>	<b>€ 2.226,00</b>	<b>€ 0,00</b>

IAT INNOVATIVI														
10	Comune di San Benedetto Val di Sambro - Madonna dei Fornelli (WELCOME ROOM)	€ 13.400,00	€ 0,00	€ 3.354,76	€ 0,00	€ 13.400,00	€ 0,00	€ 3.460,22	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 3.460,22
11	Comune di Marzabotto (WELCOME ROOM)	€ 30.000,00	€ 0,00	€ 7.510,65	€ 0,00	€ 30.000,00	€ 0,00	€ 7.746,79	€ 0,00	€ 30.000,00	€ 0,00	€ 7.746,79	€ 0,00	€ 0,00
12	Comune di Valsamoggia (IAT DIFFUSO)	€ 30.000,00	€ 0,00	€ 7.510,65	€ 0,00	€ 30.000,00	€ 0,00	€ 7.746,79	€ 0,00	€ 14.917,79	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 7.746,79
13	Comune di Imola (WELCOME ROOM)	€ 30.000,00	€ 0,00	€ 7.510,65	€ 0,00	€ 30.000,00	€ 0,00	€ 7.746,79	€ 0,00	€ 25.120,00	€ 0,00	€ 7.746,79	€ 0,00	€ 0,00
14	Comune di Crevalcore (IAT DIFFUSO)	€ 16.429,89	€ 0,00	€ 4.113,30	€ 0,00	€ 10.543,19	€ 0,00	€ 3.299,42	€ 0,00	€ 9.721,45	€ 0,00	€ 3.042,26	€ 0,00	€ 257,16
<b>TOTALE IAT INNOVATIVI</b>		<b>€ 119.829,89</b>	<b>€ 0,00</b>	<b>€ 30.000,00</b>	<b>€ 0,00</b>	<b>€ 113.943,19</b>	<b>€ 0,00</b>	<b>€ 30.000,01*</b>	<b>€ 0,00</b>	<b>€ 79.759,24</b>	<b>€ 0,00</b>	<b>€ 18.535,84</b>	<b>€ 0,00</b>	<b>€ 11.464,17</b>
<b>TOTALE</b>		<b>€ 1.000.084,89</b>	<b>€ 10.500,00</b>	<b>€ 202.224,30</b>	<b>€ 2.226,00</b>	<b>€ 989.367,99</b>	<b>€ 10.500,00</b>	<b>€ 202.224,30</b>	<b>€ 2.226,00</b>	<b>€ 965.787,97</b>	<b>€ 13.699,19</b>	<b>€ 190.760,13</b>	<b>€ 2.226,00</b>	<b>€ 11.464,17</b>

\* Si dà atto che rispetto al piano di riparto approvato con atto del Sindaco metropolitano n. 102 del 30/04/2024 si è provveduto alla rettifica di un errore materiale (1 centesimo) nel calcolo degli importi totali dei contributi assegnati complessivamente a IAT RESERVATION/IAT e a IAT INNOVATIVI

**AMBITO 2 - BOLOGNA****Iniziative di promozione turistica di interesse locale**

	<b>Richiedente</b>	<b>Titolo progetto</b>	<b>Spese ammesse iniziali</b>	<b>Spese ammesse post-ricognizione</b>	<b>Contributo concesso</b>	<b>Spese rendicontate ammesse</b>	<b>Contributo da liquidare</b>	<b>Economie</b>
1	Città metropolitana di Bologna in funzione di Destinazione turistica	Iniziative di promozione turistica di interesse metropolitano	€ 50.000,00	€ 50.000,00*	€ 50.000,00*	€ 50.051,00	€ 50.000,00	€ 0,00
2	UNIONE DEI COMUNI DELL'APPENNINO BOLOGNESE	Crinali Teatro 2024	€ 40.000,00	€ 40.000,00	€ 20.000,00	€ 37.430,93	€ 20.000,00	€ 0,00
3	YODA APS	IT.A.CÀ migranti e viaggiatori: festival del turismo responsabile	€ 29.000,00	€ 29.000,00	€ 14.500,00	€ 25.686,86	€ 14.500,00	€ 0,00
4	COMUNE DI BOLOGNA	Trekking Urbano	€ 16.000,00	€ 16.000,00	€ 5.280,00	€ 15.653,50	€ 5.280,00	€ 0,00
5	COMUNE DI SAN LAZZARO DI SAVENA	I Gessi raccontano - Storie di natura e cultura a due passi dalle mura di Bologna	€ 40.000,00	€ 40.000,00	€ 13.200,00	€ 35.165,48 (corretto d'ufficio)	€ 13.200,00	€ 0,00
6	NUOVO CIRCONDARIO IMOLESE	BE IN WONDERLAND	€ 10.000,00	€ 10.000,00	€ 3.300,00	€ 8.426,20	€ 3.300,00	€ 0,00
7	IF IMOLA FAENZA TOURISM per conto del COMUNE DI BORGO TOSSIGNANO	Parco della Vena del Gesso Romagnola patrimonio dell'umanità: una nuova opportunità territoriale di turismo sostenibile	€ 7.500,00 (iva esclusa)	€ 7.500,00 (iva esclusa)	€ 2.475,00	€ 9.447,23 (iva esclusa)	€ 2.475,00	€ 0,00
8	COMUNE DI CASTEL SAN PIETRO TERME	OUTDOOR TOUR	€ 40.000,00	€ 40.000,00	€ 13.200,00	€ 42.482,29	€ 13.200,00	€ 0,00
9	UNIONE RENO GALLIERA	Conosci la ciclovia del Reno? Azioni per la promozione del cicloturismo in pianura	€ 7.998,32	€ 6.639,45	€ 2.639,45	€ 6.636,80	€ 2.639,45	€ 0,00

## PTPL - ANNO 2024

## Allegato C - Prospetto finanziario 2024

10	COMUNE DI DOZZA	Fantastika "La forma del Drago" - VII edizione biennale d'illustrazione	€ 23.000,00	€ 23.000,00	€ 7.590,00	€ 24.200,00	€ 7.590,00	€ 0,00
11	COMUNE DI SAN GIOVANNI IN PERSICETO	Riprendere la Pianura	€ 36.500,00	€ 36.500,00	€ 12.045,00	€ 33.000,00	€ 12.045,00	€ 0,00
12	COMUNE DI IMOLA	BACCANALE 2024. Rassegna culturale ed enogastronomica	€ 40.000,00	€ 40.000,00	€ 13.200,00	€ 40.000,00	€ 13.200,00	€ 0,00
13	CARTA BIANCA APS	Festival Mente locale – Visioni sul territorio 2024	€ 37.210,00	€ 37.210,00	€ 12.279,30	€ 39.563,75	€ 12.279,30	€ 0,00
14	COMUNE DI CASTEL SAN PIETRO TERME	La Notte Celeste – Terme in festa	€ 24.000,00	€ 24.000,00	€ 7.920,00	€ 25.788,29	€ 7.920,00	€ 0,00
15	COMUNE DI ALTO RENO TERME	LookAp! Metamorfosi e l'Appennino Ritrovato: arte diffusa, natura ed escursioni	€ 16.000,00	€ 16.000,00	€ 5.033,84	€ 16.000,00	€ 5.033,84	€ 0,00
16	UNIONE DEI COMUNI SAVENA – IDICE	Slow travel sui Colli Bolognesi	€ 15.250,00	€ 13.917,38	€ 4.797,87	€ 13.917,38	€ 4.797,87	€ 0,00
17	MUTUA SALSAMENTARI 1876 BOLOGNA	"Il Tagliere dei Salsamentari 1876 De.Co."	€ 32.786,88 (iva esclusa)	€ 26.580,45 (iva esclusa)	€ 10.315,24	€ 18.777,48 (iva esclusa)	€ 7.384,59	€ 2.930,65
<b>TOTALE</b>			<b>€ 465.245,20</b>	<b>€ 456.347,28</b>	<b>€ 197.775,70</b>	<b>€ 442.227,19</b>	<b>€ 194.845,05</b>	<b>€ 2.930,65</b>

**AMBITO 1 - MODENA****Servizi turistici di base dei Comuni relativi all'accoglienza e informazione turistica**

Richiedente	Spese ammesse iniziali	di cui per animazione	Contributo iniziale	di cui per animazione	Spese ammesse post-ricognizione	di cui per animazione	Contributo concesso post-ricognizione	di cui per animazione	Spese rendicontate ammesse	di cui per animazione	Contributo da liquidare	di cui per animazione	Economie	
<b>IAT RESERVATION E IAT</b>														
1	<b>Comune di Modena (IAT R)</b>	€ 300.000,00	€ 34.880,34	€ 34.471,68	€ 4.220,48	€ 300.000,00	€ 34.880,34	€ 34.471,68	€ 4.220,48	<b>€ 256.957,59</b>	€ 34.880,34	<b>€ 34.471,68</b>	€ 4.220,48	€ 0,00
2	<b>Comune di Sestola (IAT)</b>	€ 98.275,90	€ 18.200,00	€ 11.339,16	€ 2.202,20	€ 85.800,00	€ 18.200,00	€ 11.339,16	€ 2.202,20	<b>€ 102.318,71</b>	€ 18.200,00	<b>€ 11.339,16</b>	€ 2.202,20	€ 0,00
3	<b>Comune di Maranello per STTI (IAT R)</b>	€ 179.044,00	€ 6.500,00	€ 20.474,42	€ 786,50	€ 179.044,00	€ 6.500,00	€ 20.474,42	€ 786,50	<b>€ 156.852,42</b>	€ 5.260,00	<b>€ 20.474,42</b>	€ 786,50	€ 0,00
4	<b>Unione Terre di Castelli (IAT)</b>	€ 50.000,00	€ 13.000,00	€ 5.794,84	€ 1.573,00	€ 50.000,00	€ 13.000,00	€ 5.794,84	€ 1.573,00	<b>€ 47.672,65</b>	€ 15.449,00	<b>€ 5.794,84</b>	€ 1.573,00	€ 0,00
5	<b>Comune di Carpi per Unione Terre d'Argine</b>	€ 90.000,00	€ 5.000,00	€ 10.303,82	€ 605,00	€ 90.000,00	€ 5.000,00	€ 10.303,82	€ 605,00	<b>€ 79.054,19</b>	€ 5.000,00	<b>€ 10.303,82</b>	€ 605,00	€ 0,00
<b>TOTALE IAT RESERVATION E IAT</b>		<b>€ 717.319,90</b>	<b>€ 77.580,34</b>	<b>€ 82.383,92</b>	<b>€ 9.387,18</b>	<b>€ 704.844,00</b>	<b>€ 77.580,34</b>	<b>€ 82.383,92</b>	<b>€ 9.387,18</b>	<b>€ 642.855,56</b>	<b>€ 78.789,34</b>	<b>€ 82.383,92</b>	<b>€ 9.387,18</b>	<b>€ 0,00</b>

IAT INNOVATIVI														
6	<b>Comune di Modena (WELCOME ROOM)</b>	€ 30.000,00	€ 0,00	€ 5.520,76	€ 0,00	€ 30.000,00	€ 0,00	€ 5.520,76	€ 0,00	<b>€ 30.000,00</b>	€ 0,00	<b>€ 5.520,76</b>	€ 0,00	€ 0,00
7	<b>Comune di Modena (IAT DIGITALE)</b>	€ 30.000,00	€ 0,00	€ 5.520,76	€ 0,00	€ 30.000,00	€ 0,00	€ 5.520,76	€ 0,00	<b>€ 27.867,84</b>	€ 0,00	<b>€ 5.520,76</b>	€ 0,00	€ 0,00
8	<b>Unione Terre di Castelli (IAT DIFFUSO)</b>	€ 10.000,00	€ 0,00	€ 1.840,26	€ 0,00	€ 10.000,00	€ 0,00	€ 1.840,26	€ 0,00	<b>€ 12.764,00</b>	€ 0,00	<b>€ 1.840,26</b>	€ 0,00	€ 0,00
<b>TOTALE INNOVATIVI</b>		<b>€ 70.000,00</b>	<b>€ 0,00</b>	<b>€ 12.881,78</b>	<b>€ 0,00</b>	<b>€ 70.000,00</b>	<b>€ 0,00</b>	<b>€ 12.881,78</b>	<b>€ 0,00</b>	<b>€ 70.631,84</b>	<b>€ 0,00</b>	<b>€ 12.881,78</b>	<b>€ 0,00</b>	<b>€ 0,00</b>
<b>TOTALE</b>		<b>€ 787.319,90</b>	<b>€ 77.580,34</b>	<b>€ 95.265,70</b>	<b>€ 9.387,18</b>	<b>€ 774.844,00</b>	<b>€ 77.580,34</b>	<b>€ 95.265,70</b>	<b>€ 9.387,18</b>	<b>€ 713.487,40</b>	<b>€ 78.789,34</b>	<b>€ 95.265,70</b>	<b>€ 9.387,18</b>	<b>€ 0,00</b>

**AMBITO 2 - MODENA****Iniziative di promozione turistica di interesse locale**

	<b>Richiedente</b>	<b>Titolo progetto</b>	<b>Spese ammesse iniziali</b>	<b>Spese ammesse post-ricognizione</b>	<b>Contributo concesso</b>	<b>Spese rendicontate ammesse</b>	<b>Contributo da liquidare</b>	<b>Economie</b>
1	Comune di Modena	Best of Lost in Modena - Piano di comunicazione per rafforzare l'identità e l'attrattività turistica di Modena e del territorio provinciale	€ 40.000,00	€ 40.000,00	€ 20.000,00	€ 39.040,00	€ 20.000,00	€ 0,00
2	Unione dei Comuni del Frignano	Frignano experience: Vivi, Scopri, Assapora	€ 40.000,00	€ 40.000,00	€ 20.000,00	€ 34.351,96	€ 20.000,00	€ 0,00
3	Comune di Maranello per STTI	Maranello plus: fast cars, slow life	€ 39.260,00	€ 39.260,00	€ 18.274,79*	€ 34.054,00	€ 18.274,79*	€ 0,00
4	Comune di Carpi	Carpi Tour, accessibilità digitale per tutti	€ 39.284,00	€ 39.284,00	€ 18.285,96*	€ 34.802,11	€ 18.285,96*	€ 0,00
<b>TOTALE</b>			<b>€ 158.544,00</b>	<b>€ 158.544,00</b>	<b>€ 76.560,75</b>	<b>€ 142.248,07</b>	<b>€ 76.560,75</b>	<b>€ 0,00</b>

\* Contributo parziale a causa dell'esaurimento delle risorse disponibili.

PROGRAMMA TURISTICO DI PROMOZIONE LOCALE							
Tipologia	Nr. Progressivo	Promotori	Spesa rendicontata ammessa	Contributo regionale	Capitolo di spesa contributo regionale	Nr. di impegno	Nr. di mandato
AMBITO 1 BOLOGNA - Servizi turistici di base dei Comuni							
S.T.B.	1	Comune di Sasso Marconi (IAT R)	€ 116.236,79	€ 24.147,09	106627	3967/2024	da liquidare
S.T.B.	2	Nuovo Circondario Imolese (IAT R)	€ 104.915,75	€ 21.526,58	106627	3978/2024	da liquidare
S.T.B.	3	Comune di San Giovanni in Persiceto (IAT R)	€ 91.491,08	€ 17.349,84	106627	3981/2024	da liquidare
S.T.B.	4	Comune di Bologna (IAT R)	€ 300.000,00	€ 64.277,98	106627	3966/2024	da liquidare
S.T.B.	5	Comune di Monghidoro (IAT)	€ 64.971,21	€ 12.508,00	106627	3969/2024	da liquidare
S.T.B.	6	Comune di Alto Reno Terme (IAT)	€ 93.951,99	€ 14.468,94	106627	3972/2024	da liquidare
S.T.B.	7	Comune di Lizzano in Belvedere (IAT)	€ 41.082,38	€ 4.700,50	106627	3973/2024	da liquidare
S.T.B.	8	Comune di Lizzano in Belvedere (IAT)	€ 28.142,67	€ 4.700,50	106627	3974/2024	da liquidare
S.T.B.	9	Comune di Dozza (IAT)	€ 45.236,86	€ 8.544,86	106627	3979/2024	da liquidare
S.T.B.	10	Comune di San Benedetto Val di Sambro (WELCOME ROOM)	€ 0,00	€ 0,00	106627	3975/2024	<b>REVOCA</b>
S.T.B.	11	Comune di Marzabotto (WELCOME ROOM)	€ 30.000,00	€ 7.746,79	106627	3976/2024	da liquidare
S.T.B.	12	Comune di Valsamoggia (IAT DIFFUSO)	€ 14.917,79	€ 0,00	106627	3977/2024	<b>REVOCA</b>
S.T.B.	13	Comune di Imola (WELCOME ROOM)	€ 25.120,00	€ 7.746,79	106627	3980/2024	da liquidare
S.T.B.	14	Comune di Crevalcore (IAT DIFFUSO)	€ 9.721,45	€ 3.042,26	106627	3982/2024	da liquidare
<b>TOTALE AMBITO 1 - BOLOGNA</b>			<b>€ 965.787,97</b>	<b>€ 190.760,13</b>			

Tipologia	Nr. Progressivo	Promotori	Località del servizio o nome del progetto	Spesa rendicontata ammessa	Contributo regionale	Capitolo di spesa contributo regionale	Nr. di impegno contributo regionale	Nr. di mandato
<b>AMBITO 2 BOLOGNA - Iniziative di promozione turistica di interesse locale</b>								
	1	Città metropolitana di Bologna in funzione di Destinazione turistica	Iniziative di promozione turistica di interesse metropolitano	€ 50.051,00	€50.000,00	106627	2216/2025	7505/2025
							4232/2024	7472/2025
							3944/2024	3638/2025
							3411/2024	7473/2025
						106624	4303/2024	3535/2025
							4304/2024	3536/2025
							1480/2025	3537/2025
S.T.B.	2	UNIONE DEI COMUNI DELL' APENNINO BOLOGNESE	Crinali Teatro 2024	€ 37.430,93	€ 20.000,00	106627	3949/2024	da liquidare
S.T.B.	3	YODA APS	IT.A.CÀ migranti e viaggiatori: festival del turismo responsabile	€ 25.686,86	€ 14.500,00	106628	3950/2024	da liquidare
S.T.B.	4	COMUNE DI BOLOGNA	Trekking Urbano	€ 15.653,50	€ 5.280,00	106627	3952/2024	da liquidare
S.T.B.	5	COMUNE DI SAN LAZZARO DI SAVENA	I Gessi raccontano - Storie di natura e cultura a due passi dalle mura di Bologna	€ 35.165,48	€ 13.200,00	106627	3953/2024	da liquidare
S.T.B.	6	NUOVO CIRCONDARIO IMOLESE	BE IN WONDERLAND	€ 8.426,20	€ 3.300,00	106627	3954/2024	da liquidare
S.T.B.	7	IF IMOLA FAENZA TOURISM per conto del COMUNE DI BORGO TOSSIGNANO	Parco della Vena del Gesso Romagnola patrimonio dell'umanità: una nuova opportunità territoriale di turismo sostenibile	€ 9.447,23	€ 2.475,00	106688	3955/2024	da liquidare
S.T.B.	8	COMUNE DI CASTEL SAN PIETRO TERME	OUTDOOR TOUR	€ 42.482,29	€ 13.200,00	106627	3956/2024	da liquidare
S.T.B.	9	UNIONE RENO GALLIERA	Conosci la ciclovia del Reno? Azioni per la promozione del cicloturismo in pianura	€ 6.636,80	€ 2.639,45	106627	3957/2024	da liquidare
S.T.B.	10	COMUNE DI DOZZA	Fantastika "La forma del Drago" - VII edizione biennale d'illustrazione	€ 24.200,00	€ 7.590,00	106627	3958/2024	da liquidare
S.T.B.	11	COMUNE DI SAN GIOVANNI IN PERSICETO	Riprendere la Pianura	€ 33.000,00	€ 12.045,00	106627	3959/2024	da liquidare
S.T.B.	12	COMUNE DI IMOLA	BACCANALE 2024. Rassegna culturale ed enogastronomica	€ 40.000,00	€ 13.200,00	106627	3960/2024	da liquidare
S.T.B.	13	CARTA BIANCA APS	Festival Mente locale – Visioni sul territorio 2024	€ 39.563,75	€ 12.279,30	106628	3961/2024	da liquidare
S.T.B.	14	COMUNE DI CASTEL SAN PIETRO TERME	Notte Celeste – Terme in festa	€ 25.788,29	€ 7.920,00	106627	3962/2024	da liquidare

**PTPL - ANNO 2024**

**Allegato D - Consuntivo 2024**

S.T.B.	15	COMUNE DI ALTO RENO TERME	LookAp! Metamorfosi e l'Appennino Ritrovato: arte diffusa, natura ed escursioni	€ 16.000,00	€ 5.033,84	106627	3963/2024	da liquidare
S.T.B.	16	UNIONE DEI COMUNI SAVENA – IDICE	Slow travel sui Colli Bolognesi	€ 13.917,38	€ 4.797,87	106627	3964/2024	da liquidare
S.T.B.	17	MUTUA SALSAMENTARI 1876 BOLOGNA	“Il Tagliere dei Salsamentari 1876 De.Co.”	€ 18.777,48	€ 7.384,59	106688	3965/2024	da liquidare
<b>TOTALE AMBITO 2 - BOLOGNA</b>				<b>€ 442.227,19</b>	<b>€ 194.845,05</b>			

PROGRAMMA TURISTICO DI PROMOZIONE LOCALE							
Tipologia	Nr. Progressivo	Promotori	Spesa rendicontata ammessa	Contributo regionale	Capitolo di spesa contributo regionale	Nr. di impegno	Nr. di mandato
AMBITO 1 MODENA - Servizi turistici di base dei Comuni							
S.T.B.	1	Comune di Modena (IAT R)	€ 256.957,59	€ 34.471,68	366	1014/2024	da liquidare
S.T.B.	2	Comune di Sestola (IAT)	€ 102.318,71	€ 11.339,16	366	1016/2024	da liquidare
S.T.B.	3	Comune di Maranello per STTI (IAT R)	€ 156.852,42	€ 20.474,42	366	1012/2024	da liquidare
S.T.B.	4	Unione Terre di Castelli (IAT)	€ 47.672,65	€ 5.794,84	366	1018/2024	da liquidare
S.T.B.	5	Comune di Carpi per Unione Terre d'Argine	€ 79.054,19	€ 10.303,82	366	1010/2024	da liquidare
S.T.B.	6	Comune di Modena (WELCOME ROOM)	€ 30.000,00	€ 5.520,76	366	1014/2024	da liquidare
S.T.B.	7	Comune di Modena (IAT DIGITALE)	€ 27.867,84	€ 5.520,76	366	1014/2024	da liquidare
S.T.B.	8	Unione Terre di Castelli (IAT DIFFUSO)	€ 12.764,00	€ 1.840,26	366	1018/2024	da liquidare
<b>TOTALE AMBITO 1 - MODENA</b>			<b>€ 713.487,40</b>	<b>€ 95.265,70</b>			

## PTPL - ANNO 2024

## Allegato D - Consuntivo 2024

Tipologia	Nr. Progressivo	Promotori	Località del servizio o nome del progetto	Spesa rendicontata ammessa	Contributo regionale	Capitolo di spesa contributo regionale	Nr. di impegno contributo regionale	Nr. di mandato
<b>AMBITO 2 MODENA - Iniziative di promozione turistica di interesse locale</b>								
S.T.B.	1	Comune di Modena	Best of Lost in Modena - Piano di comunicazione per rafforzare l'identità e l'attrattività turistica di Modena e del territorio provinciale	€ 39.040,00	€ 20.000,00	366	1015/2024	da liquidare
S.T.B.	2	Unione dei Comuni del Frignano	Frignano experience: Vivi, Scopri, Assapora	€ 34.351,96	€ 20.000,00	366	1017/2024	da liquidare
S.T.B.	3	Comune di Maranello per STTI	Maranello plus: fast cars, slow life	€ 34.054,00	€ 18.274,79	366	1013/2024	da liquidare
S.T.B.	4	Comune di Carpi	Carpi Tour, accessibilità digitale per tutti	€ 34.802,11	€ 18.285,96	366	1011/2024	da liquidare
<b>TOTALE AMBITO 2 - MODENA</b>				<b>€ 142.248,07</b>	<b>€ 76.560,75</b>			

P.T.P.L. 2024 AMBITO 1 E 2	SPESA RENDICONTATA AMMESSA	CONTRIBUTO REGIONALE	ECONOMIE
<b>BOLOGNA</b>	<b>€ 1.408.015,16</b>	<b>€ 385.605,18</b>	<b>€ 14.394,82</b>
<i>AMBITO 1</i>	<i>€ 965.787,97</i>	<i>€ 190.760,13</i>	<i>€ 11.464,17</i>
<i>AMBITO 2</i>	<i>€ 442.227,19</i>	<i>€ 194.845,05</i>	<i>€ 2.930,65</i>
<b>MODENA</b>	<b>€ 855.735,47</b>	<b>€ 171.826,45</b>	<b>€ 0,00</b>
<i>AMBITO 1</i>	<i>€ 713.487,40</i>	<i>€ 95.265,70</i>	<i>€ 0,00</i>
<i>AMBITO 2</i>	<i>€ 142.248,07</i>	<i>€ 76.560,75</i>	<i>€ 0,00</i>
<b>TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA-MODENA</b>	<b>€ 2.263.750,63</b>	<b>€ 557.431,63</b>	<b>€ 14.394,82</b>
<i>AMBITO 1</i>	<i>€ 1.679.275,37</i>	<i>€ 286.025,83</i>	<i>€ 11.464,17</i>
<i>AMBITO 2</i>	<i>€ 584.475,26</i>	<i>€ 271.405,80</i>	<i>€ 2.930,65</i>

	TOTALE CONTRIBUTO REGIONALE ASSEGNATO	TOTALE CONTRIBUTO REGIONALE DA LIQUIDARE	ECONOMIE
BOLOGNA	€ 400.000,00	€ 385.605,18	€ 14.394,82
MODENA	€ 171.826,45	€ 171.826,45	€ 0,00
<b>TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA-MODENA</b>	<b>€ 571.826,45</b>	<b>€ 557.431,63</b>	<b>€ 14.394,82</b>