

PPCT 2024 INTEGRAZIONE



1. QUADRO DI RIFERIMENTO

Capitolo 2

AZIONI DI PROMO- COMMERCIALIZZAZIONE

3. ADESIONE DEI PRIVATI

4. BUDGET

2.1.1 bis Promozione iniziative del Territorio Turistico

Obiettivo: Rafforzare il posizionamento della destinazione come Città d'Arte e cultura, promuovendo presso i target di riferimento l'offerta culturale di Palazzo Pepoli Vecchio rinnovata in ottica di sistema culturale locale e integrazione settoriale.

In data 02/08/2024 il Comune di Bologna, in qualità di comodatario, concede a titolo di subcomodato alla DMO Bolognese il complesso immobiliare costituito da porzione dell'edificio di Palazzo Pepoli Antico, sito in Bologna alla via Castiglione nn. 8-10. La suddetta porzione immobiliare contiene il complesso di opere d'arte, oggetti di patrimonio culturale e beni mobili costituente l'intero apparato museale denominato *Museo della storia di Bologna* di proprietà di Genus Bononiae, ovvero della Fondazione Carisbo.

2.1.1 bis Promozione iniziative del Territorio Turistico

Il cluster cultura è uno dei principali driver attraverso il quale consolidare il posizionamento della destinazione come Città d'Arte e Palazzo Pepoli Vecchio rappresenta un attrattore culturale da valorizzare in chiave turistica attraverso azioni di promo-commercializzazione mirate ai segmenti obiettivo.

La sede offre al suo interno una proposta museale naturalmente integrata con altre collezioni presenti nella destinazione, configurandosi in tal senso come un hub culturale da cui sviluppare itinerari culturali sinergici in grado di innalzare la qualità dell'offerta culturale e, con essa, l'attrattività turistica.

2.1.1 bis Promozione iniziative del Territorio Turistico

L'attività promozionale che si propone di realizzare sarà propedeutica alle fasi di riapertura al pubblico di Palazzo Pepoli Vecchio e si articolerà in:

- Azioni di promozione

Sviluppo di azioni di comunicazione e promozione veicolate in modalità multi-piattaforma per valorizzare l'attrattività della destinazione da un punto di vista culturale nei confronti di un pubblico locale, nazionale e anche internazionale, evidenziando la complementarità dell'offerta di Palazzo Pepoli con quella degli altri musei e istituzioni che operano in campo culturale della destinazione.

Tali azioni si tradurranno in attività di promozione digitale organica e a pagamento e nella collaborazione con opinion maker (press, creator e influenzatori).

- Eventi promozionali

Realizzazione di eventi di carattere promozionale e culturale insieme ad aperture straordinarie al pubblico per massimizzare il numero e la qualità di esperienze fruibili all'interno dell'attrattore, favorendo, così, un ampliamento strategico da un punto di vista turistico dell'offerta proposta.

2.2.1 bis Siti web, canali social e newsletter

Il sito ufficiale del territorio è **visitmodena.it**, che funge da porta di ingresso anche per gli altri siti dell'ecosistema digitale del territorio.

Si prevedono azioni di supporto allo sviluppo tecnologico del sito in particolare per quanto riguarda l'aspetto delle funzionalità di promo-commercializzazione.



1. QUADRO DI RIFERIMENTO
2. AZIONI DI PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE
3. PARTECIPAZIONE DEI PRIVATI

Capitolo 4
BUDGET

4.2 bis INTEGRAZIONE RISORSE PPCT 2024 - BOLOGNA

INTEGRAZIONE BUDGET PPCT 2024 PER PROVENIENZA RISORSE		IMPORTO	% COFIN.
PPCT	RISORSE REGIONALI	72.150,00 €	89,85%
PPCT	RISORSE CITTÀ METROPOLITANA DI BOLOGNA	8.150,00 €	10,15%
		80.300,00 €	

INTEGRAZIONE BUDGET PPCT 2024 PER MERCATI		ITA	ESTERO
PPCT	80.300,00 €	55.000,00 €	25.300,00 €
	100,00%	68,5%	31,5%

4.2 bis INTEGRAZIONE RISORSE PPCT 2024 - MODENA

INTEGRAZIONE BUDGET PPCT 2024 PER PROVENIENZA RISORSE		IMPORTO	% COFIN.
PPCT	RISORSE REGIONALI	27.850,00 €	89,84%
PPCT	RISORSE PROVINCIA DI MODENA	3.150,00 €	10,16%
		31.000,00 €	

INTEGRAZIONE BUDGET PPCT 2024 PER MERCATI		ITA	ESTERO
PPCT	31.000,00 €	15.500,00 €	15.500,00 €
	100,00%	50,00%	50,00%

4.2 bis Budget previsionale complessivo per mercati

ATTIVITÀ	TOTALE	NAZIONALE	INTERNAZIONALE	Cm*	Prov. Mo*
Promozione delle iniziative del Territorio Turistico	€ 245.300,00	€ 194.000,00	€ 51.300,00	84% (€ 205.300,00)	16% (€ 40.000,00)
Sito web e Social	€ 131.000,00	€ 75.500,00	€ 55.500,00	76% (€ 100.000,00)	24% (€ 31.000,00)
Press trip	€ 160.000,00	€ 70.000,00	€ 90.000,00	69% (€ 110.000,00)	31% (€ 50.000,00)
Digital advertising	€ 205.000,00	€ 135.000,00	€ 70.000,00	68% (€ 140.000,00)	32% (€ 65.000,00)
Supporti di comunicazione	€ 115.000,00	€ 65.000,00	€ 50.000,00	65% (€ 75.000,00)	35% (€ 40.000,00)
Branding	€ 75.000,00	€ 37.500,00	€ 37.500,00	60% (€ 45.000,00)	40% (€ 30.000,00)
Azioni promozionali attraverso le eccellenze	€ 90.000,00	€ 20.000,00	€ 70.000,00	56% (€ 50.000,00)	44% (€ 40.000,00)
Fiere e Workshop	€ 378.000,00	€ 83.000,00	€ 295.000,00	78% (€ 293.000,00)	22% (€ 85.000,00)
Fam trip	€ 70.000,00	€ 20.000,00	€ 50.000,00	50% (€ 35.000,00)	50% (€ 35.000,00)
E-commerce e fruibilità del prodotto	€ 141.000,00	€ 107.500,00	€ 33.500,00	89% (€ 126.000,00)	11% (€ 15.000,00)
Direct marketing sport e outdoor	€ 15.000,00	€ 12.000,00	€ 3.000,00	0% (€ 0,00)	100% (€ 15.000,00)
Spese generali	€ 66.000,00	€ 66.000,00	€ 0,00	62% (€ 41.000,00)	38% (€ 25.000,00)
	€ 1.691.300,00	€ 885.500,00	€ 805.800,00	72% (€ 1.220.300,00)	28% (€ 471.000,00)

*Percentuali di budget previsionale a carico della Città metropolitana di Bologna e della Provincia di Modena per lo sviluppo dei filoni di attività di cui sono rispettivamente gli attuatori.