



**Allegato 1)**

# **TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA-MODENA**

## **P.T.P.L. 2025**

### **AMBITO 1**

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

## INDICE PROGETTI

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

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

## **BOLOGNA**

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

#### **1) Comune di Sasso Marconi - IAT R**

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

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

#### **SEDE**

Via Porrettana, 314 - Sasso Marconi

#### **RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO**

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

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

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

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

#### **AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2025**

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

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

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

Riassumendo, gli obiettivi operativi per il prossimo anno sono:

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

### **Specificazione dei seguenti elementi progettuali:**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Sono sempre accessibili i corsi online di formazione accademica di Federica Web Learning, il Centro di Ateneo per l'innovazione, la sperimentazione e la diffusione della didattica multimediale dell'Università di Napoli Federico II.

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 112.248,53

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 112.248,53

**PUNTEGGIO:** 91

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** ALTA

<b>PIANO FINANZIARIO</b> <b>IAT R SASSO MARCONI - INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA AL TURISTA</b>
--

**SPESE**

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

**2) Comune di Alto Reno Terme - IAT**

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

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

**SEDE**

Piazza della Libertà n 11, Porretta Terme

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

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



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

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

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

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

## **AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2025**

Le azioni che intendiamo svolgere nel 2025 sono:

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

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

#### **Specificazione dei seguenti elementi progettuali:**

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

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

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

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

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

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

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

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

**Sostenibilità:**

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

**Innovazione:**

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

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

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

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

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

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

1) Sicurezza sul lavoro

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

2) Accoglienza al turista e storia del territorio

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

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

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

### 3) Turismo

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

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

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

Sono sempre accessibili i corsi online di formazione accademica di Federica Web Learning, il Centro di Ateneo per l’innovazione, la sperimentazione e la diffusione della didattica multimediale dell’Università di Napoli Federico II.

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 82.685,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 82.685,00

**PUNTEGGIO:** 67

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** MEDIA

**PIANO FINANZIARIO**  
**IAT ALTO RENO TERME - INFORMAZIONE ED ACCOGLIENZA AL TURISTA**

**SPESE**

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

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

### 3) Comune di Lizzano in Belvedere - IAT

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

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

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

#### SEDE

Piazza G. Marconi n.6, Lizzano in Belvedere

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

In considerazione dell'aumento della domanda turistica e al fine di integrare la destagionalizzazione delle presenze, si è pensato di attuare per il 2025 alcune strategie in grado di rispondere al cambiamento, ripensando non solo ai servizi offerti, ma anche al modo di erogarli al fine di migliorare l'offerta e l'accoglienza.

Nello specifico già a partire dal 2024 sono diventate operative azioni che offrono nuove modalità di accoglienza e di risposta al turista, in coerenza con gli obiettivi del Programma di promo-commercializzazione turistica (P.P.C.T) 2025.

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

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

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

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

#### **AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2025**

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

#### **Specificazione dei seguenti elementi progettuali:**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Corsi in materie turistiche:

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

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

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

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 42.000,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 42.000,00

**PUNTEGGIO: 60**

**FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA**

**PIANO FINANZIARIO**

**IAT LIZZANO IN BELVEDERE - INFORMAZIONE ED ACCOGLIENZA AL TURISTA**

**SPESE**

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

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

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

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

**SEDE**

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

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

In considerazione dell'aumento della domanda turistica e al fine di integrare la destagionalizzazione delle presenze, si è pensato di attuare per il 2025 alcune strategie in grado di rispondere al cambiamento, ripensando non solo ai servizi offerti, ma anche al modo di erogarli al fine di migliorare l'offerta e l'accoglienza.



Nello specifico già a partire dal 2024 sono diventate operative azioni che offrono nuove modalità di accoglienza e di risposta al turista, in coerenza con gli obiettivi del Programma di promo-commercializzazione turistica (P.P.C.T) 2025.

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

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

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

#### **AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2025**

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

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

### **Specificazione dei seguenti elementi progettuali:**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Corsi in materie turistiche:

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

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

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

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 41.100,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 41.100,00

**PUNTEGGIO:** 60

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** MEDIA

**PIANO FINANZIARIO**  
**IAT LIZZANO IN BELVEDERE fraz. VIDICIATICO - INFORMAZIONE ED ACCOGLIENZA AL**  
**TURISTA**

**SPESE**

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

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

## 5) Comune di Monghidoro - IAT

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

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

### SEDE

Via G. Matteotti, 1, Monghidoro

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

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

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

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

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

### ORARI DI APERTURA

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

#### *Periodo di massima apertura*

Mesi di maggio, giugno, luglio, agosto, settembre

Aperto 6 giorni su sette, Chiuso il lunedì

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

#### *Periodo intermedio*

Mese di aprile

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

Giovedì 9,30 - 12,30

Venerdì 9,30 - 12,30

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

Domenica 9,30 12,30

Mese di ottobre e dicembre

Aperto 3 giorni

Giovedì 9,30 - 12,30

Venerdì 9,30 - 12,30

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

*Periodo di bassa stagione*

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

Per esempio:

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

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

### **Gli obiettivi di miglioramento che abbiamo definito per 2025 sono:**

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

### **AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2025**

#### **SERVIZI STANDAD**

L'ufficio offrirà i suoi tradizionali servizi:

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

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

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

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

### **Specificazione dei seguenti elementi progettuali:**

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

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

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

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

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

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

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

##### Accessibilità

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

##### Sostenibilità

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

## Innovazione

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

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

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

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

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

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

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

- Sicurezza sul lavoro
- Territorio e accoglienza
- Materie turistiche

#### 1) Sicurezza sul lavoro

Sicurezza nei luoghi di lavoro (corso base)

Corso addetti antincendio

Corso primo soccorso

#### 2) Accoglienza al turista e storia del territorio

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

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

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

### 3) Turismo

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

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

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

Sono sempre accessibili i corsi online di formazione accademica di Federica Web Learning, il Centro di Ateneo per l'innovazione, la sperimentazione e la diffusione della didattica multimediale dell'Università di Napoli Federico II.

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 79.800,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 79.800,00

**PUNTEGGIO:** 69

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** MEDIA

#### PIANO FINANZIARIO

#### **IAT MONGHIDORO - INFORMAZIONE ED ACCOGLIENZA AL TURISTA**

#### **SPESE**

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



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

## 6) Nuovo Circondario Imolese - IAT R

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

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

### SEDE

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

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

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

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

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

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

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

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

24 e 31 dicembre 2024 dalle 9.30 alle 12.30

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

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

- consultazione dei seguenti siti web [www.turismoimolese.cittametropolitana.bo.it](http://www.turismoimolese.cittametropolitana.bo.it), [www.imolafaenza.it](http://www.imolafaenza.it)

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

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

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

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

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

### **AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2025**

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

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

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

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

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

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

### **Specificazione dei seguenti elementi progettuali:**

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

SÌ. Redazione Locale Area Imolese.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 100.000,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 100.000,00

**PUNTEGGIO:** 85

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** ALTA

PIANO FINANZIARIO

**IAT R NUOVO CIRCONDARIO IMOLESE - INFORMAZIONE ED ACCOGLIENZA AL TURISTA**

**SPESE**

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

**7) Comune di Dozza - IAT**

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

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

**SEDE**

Piazza Rocca 6/A – Dozza

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

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

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

Per il 2025, si intende mantenere aggiornate le informazioni relative a strutture ricettive, ristoranti e bar, negozi, botteghe, alimentari presenti sui materiali cartacei e sui canali virtuali, in modo da dotare il turista di strumenti cartacei (vedi dépliant) o virtuali (vedi Sito e Social Networks) validi e aggiornati per organizzare la propria visita. A tal fine, viene periodicamente effettuato un censimento delle strutture ricettive per individuare le informazioni utili a fini turistici: orari e giorni di apertura, posti a sedere, accessibilità, ecc. Le informazioni così reperite sono state utili anche per la predisposizione di piccole brochure informative e sezioni dedicate del Sito relative a: strutture ricettive dal titolo "Dormire a Dozza" e ristoranti/bar dal titolo "Mangiare a Dozza", da tenere sempre aggiornate con le nuove aperture e/o chiusure. Inoltre, sempre sul Sito sono presenti le sezioni "Eventi", "Attrazioni", "Itinerari" in cui rispettivamente sono segnalati tutti gli eventi del territorio del Comune di Dozza, le principali attrazioni presenti a Dozza e gli itinerari a piedi e/o in bicicletta da svolgere a Dozza e zone limitrofe.

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

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

L'utilizzo dei canali Social precedentemente descritti intende costituire un ulteriore passo per garantire accessibilità, sostenibilità e innovazione per un turismo sempre più inclusivo. Per quel che concerne la diffusione di notizie e aggiornamenti relativi ad eventi e attività in programma si prevede di continuare ad affidarsi ai Social Networks, in particolare Facebook e Instagram, anche nel segno della strada ecologica che il Comune di Dozza si impegna quotidianamente a sostenere. Infatti, incrementando la comunicazione online attraverso i Social e il Sito si intende limitare il consumo di carta per la stampa di programmi, locandine e volantini. A tal fine, l'Ufficio Turistico di Dozza si impegna a mantenere aggiornati i principali siti dell'Emilia-Romagna dedicati al turismo, in particolare emiliaromagnaturismo.it e il Sito ufficiale di Informazione Turistica dell'Area Imolese turismoimolese.cittametropolitana.bo.it. Si intende continuare a collaborare con le DMO locali effettuando la consegna e il ritiro presso gli uffici turistici e gli IAT del Circondario e della Regione di materiale cartaceo e newsletter periodiche relativi agli eventi organizzati nel Comune, così da promuovere efficacemente le attività messe in atto nel territorio. Già da tempo i comuni del Circondario Imolese hanno condiviso la volontà di implementare attività congiunte in ambito turistico e anche nel 2025 si intende continuare a perseguire questa strada.

#### **AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2025**

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

#### **Specificazione dei seguenti elementi progettuali:**

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



NO. Afferisce alla Redazione Locale Area Imolese.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Gli operatori addetti al punto IAT di Dozza sono preparati e idonei ad accogliere turisti di varie nazionalità. Ai sensi della DGR E-R n. 956/2005 saranno effettuati corsi di formazione per un minimo di 18 ore a persona annuali, al fine di acquisire ulteriori metodologie di lavoro in ambito turistico in un'ottica di continuo miglioramento dei servizi offerti. A questo fine si intendono programmare corsi di formazione per il personale addetto. In particolare, la formazione terrà conto non soltanto delle peculiarità del territorio comunale ma anche di quelle di aree circostanti, al fine di fornire ai turisti tutte le informazioni necessarie ad organizzare le proprie visite e quindi per indurli a rimanere nel territorio. Le tematiche che si affronteranno saranno incentrate su:

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

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

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

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 30.000,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 30.000,00

**PUNTEGGIO:** 66

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** MEDIA

#### PIANO FINANZIARIO

#### **IAT DOZZA - INFORMAZIONE ED ACCOGLIENZA AL TURISTA**

#### SPESE

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

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

## 8) Comune di San Giovanni in Persiceto - IAT R

P.G. n. 75183 del 18/11/2024, 75754 del 20/11/2024, 78945 del 2/12/2024  
Estremi riconoscimento ufficio: Det. n. 2383 del 17/10/2023

### SEDE

Via Cento 9/A – San Giovanni in Persiceto

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

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

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

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

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

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

### AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2025

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

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

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

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

### **Specificazione dei seguenti elementi progettuali:**

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

SÌ. Redazione Locale Pianura Bolognese.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 86.300,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 86.300,00

**PUNTEGGIO:** 80

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** ALTA

#### PIANO FINANZIARIO

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

#### **SPESE**

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

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

## 9) Comune di Bologna - IAT R

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

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

### SEDE

Piazza Maggiore, 1 – Bologna

ALTRE SEDI Info Point Trenitalia – Stazione Centrale

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

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

Di seguito riportiamo le strategie che proponiamo di attuare:

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

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

### **AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2025**

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

#### **Specificazione dei seguenti elementi progettuali:**

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

SÌ

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 300.000,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 300.000,00

**PUNTEGGIO:** 98

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** ALTA

<p>PIANO FINANZIARIO</p> <p><b>IAT R BOLOGNA - INFORMAZIONE ED ACCOGLIENZA AL TURISTA</b></p>
---

**SPESE**

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

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

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

### **10) Comune di Valsamoggia – IAT DIFFUSO COLLI BOLOGNESI**

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

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

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

#### **SEDE**

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

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

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

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

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

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

#### **RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

### **AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2025**

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

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

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

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

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

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

### **Specificazione dei seguenti elementi progettuali:**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 30.000,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 20.000,00

**PUNTEGGIO:** 80

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** ALTA

### PIANO FINANZIARIO **RIMODULATO**

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

#### SPESE

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

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

#### 11) Comune di Marzabotto – WELCOME ROOM

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

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

#### SEDE

Piazza XX Settembre n.1, 40043 Marzabotto

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

Gli obiettivi della welcome room possono essere così individuati:

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

### **AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2025**

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

- Assicurare l'accoglienza turistica di base per turisti e visitatori di passaggio sul territorio della Valle del Reno (anche in lingua straniera) in forma singola ed organizzata;
- Promuovere le ricchezze del territorio dal punto di vista storico, culturale, naturalistico, turistico ed enogastronomico;
- Informare gli abitanti del territorio e i visitatori su eventi, iniziative, manifestazioni organizzate sul territorio anche tramite la distribuzione di materiale informativo e di promozione del territorio;
- mantenere la rete di collaborazione con soggetti locali pubblici e privati in ambito turistico (Ente Parco, GAL, tour operator, agenzie viaggi, Bologna Welcome, Comuni, altre associazioni e soggetti privati) per la realizzazione di un'offerta turistica coordinata;
- Ampliare l'offerta turistica e culturale nel comune di Marzabotto e comuni limitrofi sviluppando e aumentando la rete turistica operativa sul territorio;
- Accrescere le presenze nelle strutture ricettive di ristorazione e commercio valorizzando i servizi offerti;
- Rafforzare il rapporto tra territorio e visitatori e fidelizzare il turista in visita in modo che si generi un passaparola efficace.

*Azioni che si intendono svolgere nel corso del 2025:*

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

### **Specificazione dei seguenti elementi progettuali:**

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

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

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

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

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

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

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

### Accessibilità / sostenibilità /innovazione

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

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

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



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

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 30.000,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 30.000,00

**PUNTEGGIO:** 83

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** ALTA

PIANO FINANZIARIO	
<b>WELCOME ROOM MARZABOTTO - INFORMAZIONE ED ACCOGLIENZA AL TURISTA</b>	

**SPESE**

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

**12) Comune di Imola – WELCOME ROOM**

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

Integrazione PG. 79159 del 3/12/2024

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

**SEDE**

Galleria Centro Cittadino – via Emilia 135 – Imola

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

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

**AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2025**

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

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

Imola Eventi 2025 – dépliant bilingue dei principali eventi turistici;

Dove mangiare - lista completa della ristorazione aggiornato costantemente.

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

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

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

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

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

#### **Specificazione dei seguenti elementi progettuali:**

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

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

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

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

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

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

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

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

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 41.000,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 30.000,00

**PUNTEGGIO:** 60

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** MEDIA

<b>PIANO FINANZIARIO RIMODULATO</b> <b>WELCOME ROOM IMOLA - INFORMAZIONE ED ACCOGLIENZA AL TURISTA</b>
---

**SPESE**

riscaldamento e pulizia locali	€ 3.000,00
spese di guardiania	€ 30.000,00 <b>€ 19.000,00</b>
utenze elettriche	€ 3.000,00

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

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

### 13) Comune di Crevalcore – IAT DIFFUSO

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

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

#### SEDE

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

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

Motoclub Crevalcore Asd - Via del Bottazzo 229, 40014 Crevalcore

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

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

Le attività possono così riassumersi:

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

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

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

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

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

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

#### **AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2025**

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

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

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

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

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

### **Specificazione dei seguenti elementi progettuali:**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 12.859,78

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 12.859,78

**PUNTEGGIO:** 80

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** ALTA

PIANO FINANZIARIO	
IAT DIFFUSO <b>CREVALCORE</b> - INFORMAZIONE ED ACCOGLIENZA AL TURISTA	

#### SPESE

spese di organizzazione percorso formativo iniziale e di aggiornamento degli aderenti	€ 3.599,00
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali cartacei	€ 6.710,00
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali in formato elettronico	€ 1.269,78

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

## **BOLOGNA**

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

#### **1) Comune di Sasso Marconi - IAT R**

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

#### **RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO**

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

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

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

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

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

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

### **AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2025**

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

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

Sarà una festa ecosostenibile (vedere linee guida) e accessibile

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

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



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

### Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

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

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

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

## 2) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione

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

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

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

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

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

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

### Criteria e modalità di riscontro dei risultati

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

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

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

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

## 2) Comune di Alto Reno Terme - IAT

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

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

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

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

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

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

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

#### **AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2025**

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

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

#### **Specificazione dei seguenti elementi progettuali:**

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

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

## **2) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione**

### **Accessibilità**

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

### **Sostenibilità**

- Sensibilizzazione sul tema della raccolta differenziata con bidoni appositi presenti in occasione di ogni evento organizzato e promozione materiale sulla raccolta differenziata fornito da Cosea Ambiente e Hera;
- Come da normativa di legge, utilizzo di materiale compostabile qualora necessario e non più di plastica in tutti gli eventi previsti a calendario;

### **Innovazione**

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

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

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

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

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

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

**Criteri e modalità di riscontro dei risultati**

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

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 9.100,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 9.100,00

**PUNTEGGIO:** 80

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** ALTA

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

**3) Nuovo Circondario Imolese – IAT R**

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

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

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

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

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

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

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

### **AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2025**

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

### **Specificazione dei seguenti elementi progettuali:**

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

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

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

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

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

## **2) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione**

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

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

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

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

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

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

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



**Criteria e modalità di riscontro dei risultati**

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

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

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

**4) Comune di Dozza – IAT**

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

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

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

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

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

Le iniziative di animazione e intrattenimento riguardano la XXX edizione della Biennale del Muro Dipinto in programma dal 15 al 21 settembre 2025. Il progetto si coordina ed integra con le risorse create nel corso del tempo dalle passate edizioni. La Biennale del Muro Dipinto risale al 1960 ed è un elemento identitario che qualifica l'offerta artistica del Comune di Dozza, una piccola città d'arte caratterizzata da un ricco patrimonio ambientale e culturale, sempre più attenta alla realizzazione di iniziative accessibili, sostenibili e innovative. A Dozza la pittura, inserita nel tessuto urbano, si rivela alle più diverse suggestioni cromatiche e luminose del paesaggio collinare circostante. Nel corso della Biennale gli artisti saranno chiamati ad esprimersi nel contesto pittorico dell'antico borgo medievale di Dozza, nonché in quello del nuovo borgo di Toscanella, che dal 2007 è coinvolto nella manifestazione con interventi di street art. Da quasi un decennio la street art sta riscontrando un progressivo successo sia nei centri urbani, sia nelle periferie delle città, tanto che più volte la Fondazione "Dozza Città d'Arte" è stata chiamata a divulgare la tradizione del Muro Dipinto in altri luoghi, anche fuori regione (Campania, Toscana e Calabria). Considerato questo crescente interesse, la manifestazione sarà allargata anche al Comune di Grizzana Morandi (BO).

Il compito di scegliere gli artisti, che eseguiranno le loro opere a Dozza sarà affidato ad una commissione inviti, cui parteciperanno autorevoli esponenti del mondo dell'arte. Gli artisti, invitati ad esporre e a lavorare dal vivo, saranno ospitati a Dozza per l'intera settimana della manifestazione. A partire da metà settembre saranno altresì organizzati con preziosi ospiti eventi, iniziative culturali e mostre, alcune delle quali si protrarranno fino alla fine del 2025. Sono previsti spettacoli promozionali collaterali (di arte, musica e teatro) ed eventi di carattere enogastronomico e naturale al fine di arricchire il programma e allargare la partecipazione anche ad un pubblico meno specialistico. Come già avvenuto nella XXIX edizione della Biennale, anche quest'anno verranno coinvolti enti e associazioni locali impegnati nelle attività di volontariato (sociale, culturale, turistico), al fine di creare una comunità di persone appassionate di arte e di proporre iniziative eterogenee per un'integrazione e diversificazione di prodotti e servizi. Sarà mantenuta l'attenzione sulla storia artistica della manifestazione, che ha ormai superato il mezzo secolo di vita, con mostre riguardanti periodi o protagonisti delle passate edizioni e, altresì, con interventi di restauro conservativo (questi da eseguirsi su opere già presenti all'interno del borgo di Dozza) secondo un piano pluriennale condotto in collaborazione con l'Accademia di Belle Arti di Bologna. Il muro dipinto rappresenta una galleria d'arte a cielo aperto, sempre fruibile alla vista (senza biglietto d'ingresso e 24h /24h) e soprattutto accessibile a tutti, in quanto le strade del borgo lungo le quali sono presenti i murales sono prive di barriere architettoniche: questo rende possibile a qualunque visitatore la fruizione delle opere e la fruizione di un'esperienza artistica e sensoriale completa. Il progetto di animazione e intrattenimento turistico, con avvio ad inizio 2025, sarà eseguito dalla Fondazione "Dozza Città d'Arte", che gestisce lo IAT di Dozza in forza della concessione sottoscritta con il Comune, insieme all'Amministrazione Comunale di Dozza e a quella Grizzana Morandi (partner per il progetto Ambito 2), e si avvarrà di numerose collaborazioni qualificate.

#### **AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2025**

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

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

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

1. **REALIZZAZIONE DI NUOVE OPERE** (a Dozza e Toscanella), che arricchiranno il patrimonio del Muro Dipinto e gli afflussi turistici nel Borgo famoso proprio per i Muri Dipinti.  
(Fase organizzativa: da gennaio a settembre 2025; fase esecutiva: settembre 2025)
2. **INTERVENTI DI RESTAURO** (a Dozza e Toscanella).  
Sono già state monitorate opere che necessitano di interventi di riqualificazione e restauro in corso di valutazione tecnica da parte sia dell'Accademia Belle Arti di Bologna, sia della commissione inviti, che opererà delle scelte legate alle priorità di intervento. Per l'esecuzione dei restauri verranno allestiti dei cantieri-scuola, nonché affidati incarichi a specialisti del settore.  
(Fase organizzativa: da gennaio a settembre 2025; fase esecutiva: agosto-ottobre 2025)
3. **MOSTRE DEDICATE ALLA STORIA DEL MURO DIPINTO** (a Dozza e Toscanella).  
Sarà mantenuta l'attenzione sulla storia artistica della manifestazione, dedicando apposita sezione espositiva alle opere realizzate all'interno del Borgo di Dozza. La manifestazione, che ha superato il mezzo secolo di vita, costituisce infatti un vero e proprio museo a cielo aperto, visibile 365 giorni all'anno per tutti coloro che visitano il Borgo.  
(Fase organizzativa: da gennaio a settembre 2025; fase esecutiva: agosto-novembre 2025)
4. **EVENTI** (a Dozza e Toscanella).  
Saranno organizzati eventi di carattere enogastronomico, culturale, storico, naturale, formativo durante la settimana della Biennale. Tutti gli eventi avranno come filo conduttore il Muro Dipinto ma apriranno le porte a diversi target e tipologie di pubblico.
5. **COINVOLGIMENTO SCUOLE** L'Istituto Comprensivo di Dozza Toscanella è stato e sarà coinvolto con visite guidate tematiche e la realizzazione di laboratori presso le Scuole legate alla Biennale.

#### **Specificazione dei seguenti elementi progettuali:**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## 2) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione

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

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

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

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

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

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

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

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

La Biennale del Muro Dipinto è una manifestazione storica nata nel 1960 ed è un elemento identitario che qualifica l'offerta artistica del Comune di Dozza, una piccola città d'arte caratterizzata da un ricco patrimonio ambientale e culturale, riconosciuta come uno dei Borghi Più Belli d'Italia e Bandiera Arancione del Touring Club Italiano. Le opere realizzate sui muri delle case storiche di Dozza non solo arricchiscono il borgo con un'arte accessibile e permanente, ma dialogano armoniosamente con l'architettura locale, sottolineando il legame tra tradizione e innovazione e integrando l'arte pubblica in un contesto storico. La creazione delle opere durante la manifestazione è un processo visibile al pubblico. I visitatori e i turisti possono osservare gli artisti al lavoro, promuovendo un'esperienza culturale immersiva e trasformando Dozza in un laboratorio artistico condiviso che consente partecipazione e coinvolgimento dal vivo. I murales, che includono firme di artisti rinomati e nuove promesse dell'arte contemporanea, diventano un patrimonio artistico e storico che va oltre l'estetica, contribuendo alla valorizzazione dell'identità culturale e della storia del borgo, nonché del turismo. Nel corso delle sue edizioni, la Biennale ha saputo unire tecniche classiche della pittura murale a nuovi linguaggi espressivi, mantenendo al contempo una forte continuità con il suo passato. Questo dialogo tra epoche attrae un pubblico variegato e innalza la capacità di attrazione della manifestazione. La presenza dei murales e la notorietà della Biennale hanno accresciuto l'interesse per Dozza, favorendo flussi turistici che rivitalizzano l'economia locale e promuovono nuove attività legate all'accoglienza e alla cultura.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

#### **Criteri e modalità di riscontro dei risultati**

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

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

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 19.000,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 19.000,00

**PUNTEGGIO:** 80

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** ALTA

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

## 5) Comune di San Giovanni in Persiceto – IAT R

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

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

## **AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2025**

Gennaio – Marzo

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

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

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

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

Determinazione della logistica e offerta del servizio di noleggio bici.

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

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

Aprile – Novembre

Realizzazione di almeno 5 percorsi tra svolgersi nei fine settimana e/o in concomitanza con Fiere e Sagre tipiche. I tour saranno garantiti senza numero minimo di iscritti e le partenze saranno dallo IAT-R per la traiettoria Persiceto-Osteria / Persiceto-Crevalcore e da uno IAT diffuso di Crevalcore per la traiettoria Crevalcore – Mirandola

### **Specificazione dei seguenti elementi progettuali:**

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

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

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

## 2) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione

- **accessibilità** – I percorsi sono studiati per essere accessibili anche ai ciclisti meno allenati e sono percorribili con ogni tipo di bici, sono accessibili ai portatori di disabilità: motorie attraverso la possibilità di noleggiare bici dedicate, cognitive attraverso la narrazione con le CAA dei siti culturali e sensoriali attraverso la possibilità dell'affiancamento di guide specializzate nel linguaggio LIS.
- **sostenibilità** – I percorsi in bicicletta offrono ai partecipanti la possibilità di muoversi senza emissioni di CO<sub>2</sub> nell'ambiente. Naturalmente non è previsto l'utilizzo di materiale a perdere. La degustazione di prodotti locali e a Km 0 permette di offrire ai turisti cibi più ricchi di nutrienti, di limitare i trasporti e la catena di distribuzione riducendo così le emissioni di CO<sub>2</sub> e l'inquinamento legato ai trasporti, all'imballaggio e alla refrigerazione.
- **innovazione** – L'elemento di innovazione progettuale è la sfida di mettere insieme, nel nostro territorio, elementi di cultura enogastronomica con elementi di carattere storico artistico con narrazione da parte di guide specializzate in diversi ambiti (arte, tradizione, storia, natura).

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

Siti di interesse storico artistico

De.Co

Aree naturalistiche

Prodotti enogastronomici.

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

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

### Criteria e modalità di riscontro dei risultati

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

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 4.800,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 4.800,00

**PUNTEGGIO:** 80

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** ALTA

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

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

## 6) Comune di Bologna – IAT R

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

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

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

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

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

## **AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2025**

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

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

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

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

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

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

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

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

### **Specificazione dei seguenti elementi progettuali:**

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

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

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

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

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

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

## 2) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione

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

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

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

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

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

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

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

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

#### Criteria e modalità di riscontro dei risultati

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

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

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 30.000,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 30.000,00

**PUNTEGGIO:** 84

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** ALTA

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

## MODENA

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

#### 1) Comune di Sestola - IAT

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

Estremi riconoscimento ufficio:

Determinazione numero 609 del 22/04/2024

Determinazione numero 2153 del 29/11/2024

#### SEDE

Corso Umberto I 28, 41029 Sestola

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

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

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

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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

#### **Specificazione dei seguenti elementi progettuali:**

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

SÌ

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

### PIANO FINANZIARIO

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

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

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 99.500,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 99.500,00

**PUNTEGGIO:** 71

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** MEDIA

## 2) Comune di Maranello per STTI - IAT R

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

Estremi riconoscimento ufficio:

Determinazione numero 1850 del 23/10/2023

### SEDE

Corso Umberto I 28, 41029 Sestola

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

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

NO

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

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

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

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

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

- accessibilità:

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

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

- **sostenibilità:**

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

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

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

innovazione:

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

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

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

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

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

### PIANO FINANZIARIO

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

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



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

**TOTALE SPESE PREVISTE: € 157.510,40**

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 157.510,40**

**PUNTEGGIO: 72**

**FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA**

### 3) Unione Terre di Castelli - IAT

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

Estremi riconoscimento ufficio:

Determinazione numero 539 del 09/04/2024

#### **SEDE**

Piazza Roma 5, 41014 Castelvetro di Modena

#### **RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO**

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

In linea con le Linee Programmatiche della Regione:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

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

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

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

Le attività sono finalizzate a:

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

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

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

- **Accessibilità**

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

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

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

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

- **Sostenibilità**

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

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

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

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

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

- **Innovazione**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Queste azioni sono essenziali per creare sinergie tra tutti gli attori del settore turistico, promuovendo una gestione più efficace e sostenibile delle destinazioni e migliorando l'esperienza complessiva del visitatore. Tali iniziative rappresentano un contributo significativo al ruolo strategico della DMO nel Territorio Turistico Bologna-Modena.

MACRO TEMI	Specifiche	Modalità	IAT DIFFUSI 2025	IAT DIFFUSI 2024	IAT
Strumenti digitali e virtuali a disposizione degli IAT diffusi	Come trovare e condividere informazioni (teoria e pratica)	in presenza	3		
	turismo enogastronomico ed esperienziale	on line	3		
	Rocche e Palazzi + Lo stupore non ha età (percorsi famiglie)	on line	3		

Offerta turistica d'area e le sue potenzialità	Andar per Borghi e Pievi; Musei di storia e del gusto	on line	3		
	OUTDOOR: Sentieristica e cicloturismo	on line	3	3	3
Accessibilità web	editing e grafiche; strumenti informatici e applicazioni utili a supporto	on line		3	3
Offerta turistica d'area specifica ed integrativa	Il Silver Tourism: itinerari e servizi turistici rivolti a persone over 55 o 60 anni	on line			3
	Un anno nelle Terre di Castelli: itinerari culturali/naturalistici da svolgere durante gli eventi ricorrenti e rilevanti di Terre di Castelli	on line			3
Comunicazione e Relazioni Interpersonali	Tecniche di comunicazione verbale e non verbale; Come costruire un rapporto positivo con i turisti; Linguaggio inclusivo.	in presenza	3	3	3
Conversazione in inglese	A seguire il corso base: contenuti da definire	in presenza	3	3	3
Conversazione in inglese	A seguire il corso base: contenuti da definire	in presenza			3
obbligo minimo di frequenza			21	12	21

Formazione complessivamente offerta è di h. 33 ed inoltre alla suddetta formazione, è proposto un corso base di inglese, rivolto sia agli operatori IAT che IAT DIFFUSI, e a tutti gli operatori economici/turistici del territorio di Unione Terre di Castelli sul miglioramento dell'accoglienza del turista (n. 6 lezioni di h. 1.30 in presenza).

#### PIANO FINANZIARIO

personale addetto al front-office e al back-office nel caso di uffici gestiti in appalto potranno essere rendicontate spese di personale in pianta organica dei Comuni o delle Unioni dei Comuni beneficiari in misura non superiore al 15% dell'importo totale ammissibile di tutte le ulteriori altre spese di progetto (al netto del personale il cui costo viene rimborsato dalla Regione Emilia-Romagna, ad esempio addetti Redazione Locale)	€ 20.000,00
partecipazione a percorsi di aggiornamento	€ 1.200,00

attività finalizzate al funzionamento di reti di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale	€ 8.000,00
spese di locazione (costo effettivo e non figurativo)	€ _____
riscaldamento e pulizia locali	€ 500,00
spese postali	€ 500,00
utenze telefoniche ed elettriche	€ 500,00
assistenza tecnica	€ 600,00
abbonamenti a piattaforme multimediali per la promozione turistica e a uno o più quotidiani contenenti le edizioni locali	€ _____
rafforzamento e miglioria del sistema di informazione e accoglienza turistica in ottica 4.0: noleggio attrezzature e acquisto abbonamenti, ad esempio abbonamenti ad applicazioni multimediali, noleggio attrezzature per realtà aumentata e videoproiezione	€ _____
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali cartacei	€ _____
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali in formato elettronico	€ _____
TOTALE	€ 31.300,00

**TOTALE SPESE PREVISTE: € 31.300,00**

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:**

**PUNTEGGIO: 71**

**FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA**



#### 4) Comune di Carpi per Unione Terre d'Argine - IAT

P.G. n. 40033 del 18/11/2024

Estremi riconoscimento ufficio:

Determinazione numero 1778 del 13/10/2023

#### **SEDE**

Palazzo dei Pio, Piazza Dei Martiri 64, 41012 Carpi

### **RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO**

Relazione generale dell'attività

Il servizio IAT-Incarpi nel corso del 2024 ha consolidato la propria attività di accoglienza compiendo il recupero di tutte le proprie azioni dopo la pandemia. Nel corso dell'anno sono stati messi a punto i nuovi sistemi di segnaletica dello IAT e di aggiornamento del personale, che ha svolto un corso di n. 30 ore di carattere teorico e pratico, incluse visite guidate e approfondimenti sul territorio. Inoltre, alla luce di due interventi finanziati dall'Unione europea relativamente all'accessibilità e al superamento delle barriere cognitive e sensoriali sono stati proposti pacchetti turistici rivolti a target specifici di pubblico nonché a un pubblico familiare. Il progetto "Carpi Smart Cultural City" ha definito lo sviluppo di digitalizzazione integrato basato sulla piattaforma Artplace che oggi promuove e migliora la fruizione del patrimonio turistico della Città di Carpi, implementando l'accessibilità culturale e intellettuale dei contenuti, ampliando il bacino dei pubblici e migliorando la user experience dei visitatori. Sono state inoltre attivate azioni di analisi del flusso turistico, con l'obiettivo di individuare delle azioni mirate di promozione per il territorio, in particolare sul turismo sostenibile e accessibile, in relazione al Giubileo 2025. Il turismo accessibile è senza dubbio un tema che merita di essere discusso con una certa delicatezza, ma che nasconde allo stesso tempo un'opportunità economica che, se ben compresa, potrebbe accelerare di molto l'appeal di un territorio, attirando l'attenzione di un flusso turistico importante. Il turismo accessibile è oggetto di interesse per molte categorie di persone, tanto che i suoi numeri sono in costante crescita. È un turismo di qualità, attento ai servizi offerti dal territorio e spesso concentrato nei periodi di bassa stagione, quando la confusione e il caos sono minori. In questo senso, le azioni approntate sulla Via Romea Germanica e sul Cammino di Santa Giulia risultano fondamentali.

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

1. Aggiornamento dei materiali a stampa di informazione e accoglienza turistica: mappe, depliant, guide brevi illustrativi e informativi
2. Corso di formazione e aggiornamento del personale, legato alle opportunità del Giubileo 2025
3. Attivazione della biglietteria elettronica per il mantenimento della rete della "Carpicard"

L'Amministrazione comunale ha definito l'interruzione del servizio IAT in data 30.06.2025.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

**1) Progetto che contempla la funzione di redazione locale svolta dall'ufficio nell'ambito di ERT/SITUR**  
NO

**2) Attività finalizzate al funzionamento di reti di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale**  
Le attività che costituiscono le reti territoriali di informazione e accoglienza turistica dell'ambito dell'Unione Terre d'Argine si sviluppano attraverso le seguenti azioni:

- Vendita della CARPICARD, che include la visita al Museo della Bilancia di Campogalliano;
- Promozione sul sito web e sui social del servizio turistico Incarpi delle attività di animazione e promozione turistica-culturale del territorio;

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

- accessibilità le attività relative alla formazione del personale ai servizi turistici sono funzionali a migliorare l'accessibilità e l'accoglienza per tutti i target di turisti
- sostenibilità lo sviluppo e il mantenimento di servizi elettronici di biglietteria e di informazione turistica come i beacon migliorano la sostenibilità delle azioni sul territorio
- innovazione il mantenimento e potenziamento delle reti ai fini della circolazione dei turisti è finalizzato a un turismo che agisce in modalità non tradizionale

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

L'Amministrazione Comunale di Carpi si impegna a fornire una collaborazione attiva mettendo a disposizione

le informazioni turistiche finalizzate all'aggiornamento del sistema turistico regionale.

Inoltre le informazioni, oltre che sul sito internet, sono erogate anche al front-office sia del Servizio IAT che della rete provinciale dei servizi di informazione.

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

Il percorso di formazione proposto è relativo ai seguenti temi:

- il Turismo slow e sostenibile
- Itinerari turistici sul territorio
- Itinerari turistici del Giubileo
- Visite di approfondimento dei siti legati al tema

Si prevede che il corso abbia una durata di 30 ore.

personale addetto al front-office e al back-office nel caso di uffici gestiti in appalto potranno essere rendicontate spese di personale in pianta organica dei Comuni o delle Unioni dei Comuni beneficiari in misura non superiore al 15% dell'importo totale ammissibile di tutte le ulteriori altre spese di progetto (al netto del personale il cui costo viene rimborsato dalla Regione Emilia-Romagna, ad esempio addetti Redazione Locale)	€ 22.000,00
partecipazione a percorsi di aggiornamento	€ 1.500,00
attività finalizzate al funzionamento di reti di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale	€ 3.000,00
spese di locazione (costo effettivo e non figurativo)	€ _____
riscaldamento e pulizia locali	€ _____
spese postali	€ _____
utenze telefoniche ed elettriche	€ _____
assistenza tecnica	€ _____
abbonamenti a piattaforme multimediali per la promozione turistica e a uno o più quotidiani contenenti le edizioni locali	€ _____

rafforzamento e miglioria del sistema di informazione e accoglienza turistica in ottica 4.0: noleggio attrezzature e acquisto abbonamenti, ad esempio abbonamenti ad applicazioni multimediali, noleggio attrezzature per realtà aumentata e videoproiezione	€ _____
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali cartacei	€ 5.000,00
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali in formato elettronico	€ _____
<b>TOTALE</b>	<b>€ 31.500,00</b>

**TOTALE SPESE PREVISTE: € 31.500,00**

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 31.500,00**

**PUNTEGGIO: 53**

**FASCIA DI VALUTAZIONE: BASSA**

## 5) Comune di Modena - IAT R

P.G. n. 40057 del 19/11/2024

Estremi riconoscimento ufficio:

Determinazione numero 1314 del 02/08/2024

### SEDE

Piazza Grande 14, 41121 Modena

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

#### *Attività di sportello e back-office*

Proseguono tutte le attività richieste dalla normativa e regolamentazione vigente: raccolta, trattamento e diffusione di informazioni turistiche con risposta via mail, telefonica, livechat, social, postale, sulle risorse locali con ambito cittadino, provinciale e regionale o su quelle inserite nel Sistema Informativo Regionale per il Turista, su quelle del Territorio turistico Bologna Modena; raccolta schede reclami per disservizi e inoltro agli enti competenti; compilazione ed elaborazione schede contatti; distribuzione materiali per la ricerca di disponibilità ricettiva; su richiesta dell'utente: iscrizioni, prenotazioni, verifiche di disponibilità per la partecipazione a eventi, spettacoli, visite guidate, prenotazione guide turistiche; vendita materiali turistici e gadget; prenotazione dei servizi turistici e del pernottamento presso le strutture ricettive, limitatamente al turismo in entrata in Emilia-Romagna (IAT-R); spedizione e/o distribuzione materiale informativo ad enti associazioni, soggetti privati a supporto delle iniziative da loro organizzate che prevedono una presenza turistica rilevante nella città e provincia, nonché a supporto di iniziative di promozione del turismo modenese al di fuori del territorio provinciale; collaborazione con le case editrici per l'aggiornamento e il controllo delle informazioni delle guide di settore o dei siti turistici su internet; gestione corrispondenza; magazzino dei materiali in distribuzione; produzione materiale informativo specifico (calendari manifestazioni, schede informative tematiche contestuali ad eventi speciali, depliant tematici su luoghi e beni culturali); attività di accoglienza a giornalisti, opinion leader, delegazioni, gruppi di interesse, autorità e personale d'ambasciata, organizzazione di servizi di accompagnamento, educational tour e visite guidate ai visitatori in arrivo sul territorio provinciale; prenotazioni dell'orario di ingresso per i gruppi in visita al Duomo di Modena; prenotazioni delle visite tematiche in città, gestione servizio noleggio gratuito c'entro in bici, noleggio radioguide a supporto delle visite guidate; vendita biglietti bus per Modena e tutta la provincia; coordinamento nelle relazioni tra il team Social Emilia Romagna turismo e la rete degli IAT provinciali per la selezione e fornitura di contenuti, immagini e video per il piano editoriale social regionale; gestione e implementazione continua dell'archivio fotografico e video con ambito provinciale; allestimento di corner tematici stagionali presso la sede in Piazza Grande con distribuzione di materiale con ambito provinciale e regionale; attività di monitoraggio dei risultati e customer satisfaction.

Lo IAT-R di Modena, nel suo integrale assetto organizzativo continuerà a potenziare la funzione di "hub" del territorio, fornendo informazioni turistiche non solo sul capoluogo ma anche sull'intera provincia, provvedendo in questo modo a fornire un'immagine unitaria del brand "Modena", nonché a realizzare una diffusione capillare dell'informazione sulle attrazioni ed eccellenze di tutto il territorio.

Il portale visitmodena.it rispecchierà la volontà di presentare l'intera offerta turistica territoriale e promuoverà l'intero territorio, dal capoluogo all'appennino e proseguirà, ampliandosi, l'attività di presentazione in forma coordinata delle esperienze di visita offerte dal territorio.

Obiettivi di miglioramento del servizio:

- rafforzare il ruolo di Modena come hub turistico a servizio di tutto il territorio provinciale;
- rafforzare il posizionamento di Modena e del territorio provinciale all'interno del sistema dell'Accoglienza turistica regionale;
- sviluppare attività innovative di carattere promozionale per rafforzare l'identità turistica del Territorio Turistico Bologna-Modena;
- accrescere l'attrattività territoriale qualificando e innovando i servizi di informazione turistica coinvolgendo la rete degli IAT territoriali in progettualità condivise;

- promuovere un turismo sostenibile, cioè in equilibrio con il tessuto socioeconomico della città e i territori, e inclusivo, cioè accessibile a tutti;
- incrementare l'utilizzo di sistemi digitali innovativi per proporre prodotti ed esperienze da acquistare anche in autonomia;
- offrire al turista prodotti ed esperienze di qualità, in grado di intercettare bisogni specifici;
- mantenere un approccio flessibile nell'adozione di strategie e azioni di intervento;
- valorizzare il patrimonio culturale e naturale del territorio provinciale e le aree meno interessate dal turismo consolidato.

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

##### **OSSERVATORIO TURISTICO**

Appurata la parzialità dei dati forniti dal sistema statistico ufficiale (ISTAT) utilizzato da Comuni, Province e Regioni in merito al movimento effettivo dei turisti in vacanza, presenti e alloggiati nelle destinazioni sottoposte a rilevazione, ci si propone di dotarsi di un sistema di rivalutazione, di integrazione e affinamento delle cifre statistiche “ufficiali” relative al movimento alberghiero ed extralberghiero attraverso l’utilizzo di alcuni “indicatori indiretti”. Questo sistema di rivalutazione dei dati, definibile come Osservatorio Turistico, si basa sull’attività di analisi quali-quantitativa che periodicamente viene aggiornata ed integrata anche con altri indicatori indiretti del movimento turistico.

##### **DATA ANALYTICS WINDTRE**

A seguito della sperimentazione avviata nel 2023 con WINDTRE SPA per un servizio di fornitura di una piattaforma dati basata sui dati statistici della telefonia mobile mediante il monitoraggio dei visitatori presso determinati punti di interesse all’interno del Comune di Modena, nel corso del 2025 si prevede di continuare tale servizio con l’obiettivo di fornire insights sulla mobilità e sulle caratteristiche dei visitatori. Il cruscotto virtuale proposto consentirà di esportare informazioni come: Punto di interesse, Numero di visite e visitatori giornalieri, Tipologia di visitatore (comunale, provinciale, regionale, nazionale, straniero), Affluenza per fascia oraria, Affluenza per giorno della settimana, Distribuzione del tempo di permanenza, Distribuzione della frequenza di visita, Provincia di domicilio per visitatori nazionali, Paese di provenienza per visitatori stranieri, Caratteristiche socio-demografiche dei visitatori italiani (genere, nazionalità, range di età), Capacità di spending dei visitatori italiani, Tipologia di SIM (consumer/business).

**VISITMODENA ACCESSIBILE:** In continuità con le attività avviate e in corso sul portale Visitmodena si prevede di completare le azioni di innovazione e miglioramento, in particolare quelle finalizzate a garantirne l’accessibilità a tutti, cioè l’utilizzo senza difficoltà e in ogni suo aspetto da un utente con disabilità.

**CETS PARCHI EMILIA CENTRALE (CARTA EUROPEA TURISMO SOSTENIBILE):** il Comune di Modena, attraverso lo IATR e il portale Visitmodena, nell’ottica di inserirsi nella strategia di Promozione della CETS con l’obiettivo di comunicare gli elementi identitari che rendono attrattivo il territorio verso il mercato turistico domestico ed estero, svolgerà queste attività:

1. Erogazione delle informazioni di base sull’offerta dei luoghi/eventi/itinerari/servizi del territorio di Modena Pianura facenti parte del Progetto CETS e distribuzione materiale informativo su fornitura, presso le sedi della Rete IAT.
2. Inserimento, su indicazione e richiesta e fornitura di materiale informativo, dei luoghi/eventi/itinerari del territorio di Modena Pianura facenti parte del Forum CETS nel Portale Visitmodena <https://www.visitmodena.it/it> (attualmente nella sezione di "Ambiente e Natura - Itinerari e Visite - Eventi ,

in omologa sezione o pagine in evidenza in caso di rivisitazione e/o Restyling del Sito); Arricchimento della sezione dedicata a pellegrinaggi e cammini;

3. Promozione di alcuni itinerari e/o luoghi e/o eventi, individuati in collaborazione con CET, del territorio di Modena Pianura facenti parte del Progetto CETS negli itinerari delle prossime campagne social sponsorizzate attivate dal Comune
4. Arricchimento delle sezioni di visitmodena.it in riferimento ai temi della natura e dei cammini.

BABY PIT STOP: negli spazi dello IAT R di piazza Grande verrà realizzato uno spazio dedicato alle mamme che hanno necessità di allattare o anche solo di riposarsi, verrà pertanto messa a disposizione una poltroncina per allattare protetta da un separé, per garantire tranquillità e discrezione

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

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

Lo IAT-R di Modena, che attraverso il gestore aderisce alla rete ERW Emilia - Romagna Welcome, Rete che raggruppa e coordina tutta l'offerta di attività e tour del territorio e la mette a sistema a livello regionale, mette a disposizione la piattaforma Trekksoft in uso anche a Bologna e nei principali IAT-R Regionali. Le offerte, relative a tutto il territorio provinciale, inserite nel portale di Modena saranno promosse e prenotabili anche su: emiliaromagnaturismo.it, emiliaromagnawelcome.com, sui siti di partner e affiliati alla rete regionale e saranno inoltre visibili e prenotabili con grande semplicità online e offline tramite contatto con gli operatori IAT di Modena dagli addetti della rete degli IAT della provincia di Modena, degli IAT regionali collegati allo stesso sistema di prenotazione e a Emilia Romagna Welcome, dagli operatori della ricettività della provincia di Modena. L'architettura descritta permetterà di qualificare ulteriormente una grande disponibilità di informazioni e proposte da veicolare ai propri ospiti per favorire una fruibilità del territorio di alta qualità. Il sistema di prenotazione potrà inoltre essere messo a disposizione degli altri IAT del territorio in caso di eventi di particolare rilevanza turistica come supporto alla promo-commercializzazione tramite accordi con il Comune di Modena e il gestore IAT-R. Sempre in ottica di condivisione di funzioni e informazioni con gli altri IAT del territorio, nel corso del 2025, verranno avviate o potenziate alcune azioni che vedranno il coinvolgimento di tutta la rete degli IAT provinciali a vari livelli, azioni finalizzate a qualificare l'informazione e l'accoglienza turistica provinciale. In particolare, lo IAT R di Modena potenzierà la ricerca presso le realtà territoriali di tutta la provincia di Modena, coinvolgendo in questa attività la rete degli IAT, di "esperienze prenotabili" che permetteranno, attraverso l'inserimento di bottoni "Call to action" e l'utilizzo della Piattaforma Trekksoft", a tutti i soggetti di tutto il territorio provinciale proporre e mettere a disposizione dei turisti le offerte di visite guidate, corsi, vendite biglietti, pacchetti turistici ecc. Tale attività viene sviluppata per la condivisione di informazioni con altri IAT del territorio provinciale.

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

- **Accessibilità**

VISITMODENA ACCESSIBILE garantisce l'accessibilità del portale anche da un utente con disabilità.

Tutto il personale dello IAT R verrà inoltre coinvolto in un corso di formazione ad hoc per fornire un servizio informativo accessibile a tutti i turisti, comprese le persone con disabilità o bisogni speciali.

BABY PIT STOP servizio per mamme all'interno dello Iat di piazza Grande.

- **Sostenibilità**

Tutte le azioni e le iniziative realizzate sono progettate in modo da non alterare l'equilibrio del tessuto socioeconomico della città e dei territori.

CETS (CARTA EUROPEA TURISMO SOSTENIBILE): adesione alla Strategia Cets Parchi Emilia Centrale 2025-2029.

BUONE PRASSI DI SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE: gli uffici Iat R di Modena adottano buone pratiche di risparmio energetico, riciclo dei rifiuti e risparmio della carta, e viene invitato il team a non utilizzare materiale usa e getta. Verrà inoltre svolta una costante attività di sensibilizzazione dell'utenza a non sprecare brochure e materiali informativi e verrà sempre specificato che per le prenotazioni dei luoghi di visita tramite visitmodena non è necessario stampare il biglietto ma è sufficiente salvarlo sul cellulare o conoscere il codice di prenotazione.

- **Innovazione**

APPROCCIO MULTICANALE: il progetto gestionale dedica una particolare attenzione alla valorizzazione di strumenti e modalità innovative per la promozione dei servizi di informazione e accoglienza turistica in ogni fase del cosiddetto "customer journey" in linea con l'evoluzione del mercato turistico e la sensibilità di viaggiatori ed operatori del settore.

L'organizzazione del Servizio IAT si distingue per un approccio 'multi-touchpoint' pensato per incontrare le esigenze degli utenti in maniera moderna e innovativa, senza mai perdere il valore del contatto umano, dell'ascolto attento e dell'erogazione di informazioni corrette e autorevoli.

Per raggiungere questo obiettivo, verranno adottate strategie dinamiche e flessibili, abbracciando una varietà di canali comunicativi e personalizzando l'interazione in base alle preferenze dei visitatori.

L'ufficio turistico è concepito non solo come punto informativo ma come una vera e propria piattaforma esperienziale, dove i visitatori sono accolti da personale qualificato, in grado di adattarsi alle diverse esigenze comunicative, rispettando le varie culture e fornendo al tempo stesso un'esperienza informativa multimediale attraverso tecnologie avanzate come i vari monitor presenti nell'ufficio che permettono agli utenti di immergersi nella ricchezza culturale e storica di Modena e del suo territorio attraverso contenuti digitali dinamici e coinvolgenti. Durante l'orario di ufficio, ci si avvale dei canali tradizionali come front desk, telefono, posta, e di piattaforme digitali per chat istantanee, Messenger su Facebook e interazioni sui social media tramite X, rispondendo tempestivamente a messaggi e post taggati @visitmodena. Viene inviata una newsletter settimanale su eventi e notizie di rilievo. Inoltre, visitmodena.it sarà integrato con un sistema di live-chat scelto per la sua efficacia nell'offrire assistenza diretta e rapida, semplificando la navigazione.

Realizzazione di un OSSERVATORIO TURISTICO (per la parte descrittiva si veda Azioni/iniziative che si intendono svolgere nel corso del 2025).

DATA ANALYTICS WINDTRE realizzazione di un cruscotto di monitoraggio dei visitatori presso determinati punti di interesse all'interno del Comune di Modena (per la parte descrittiva si veda Azioni/iniziative che si intendono svolgere nel corso del 2025).

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

L'attività di condivisione di servizi e informazioni con la DMO del territorio modenese e con il sistema promocommerciale regionale è uno degli aspetti strategici che si considera fondamentali per la gestione efficace e premiante del sistema di accoglienza del territorio. Il portale visitmodena.it, di proprietà del Comune di Modena, è stato identificato come accesso digitale di riferimento per informazione e commercializzazione per l'intero territorio modenese, con un sistema di governance che permette un'azione sinergica tra l'ente pubblico e la DMO con un dialogo costante tra informazione e commercializzazione, che mette al centro il turista e l'esperienza turistica nel suo complesso.

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

Il programma di formazione degli addetti IAT-R prevede minimo 30 ore di formazione annue per ogni addetto IAT-R.

Le ore vengono suddivise come segue

- 14/16 ore: formazione sull'offerta turistica del territorio tramite visite onsite gestite in collaborazione con guide turistiche o esperti di settore. Il programma di visite viene personalizzato in base al grado di formazione e anzianità degli addetti e vengono tenute in forma individuale o di gruppo in base alle esigenze di approfondimento. I luoghi che tutti gli addetti devono aver visitato di persona e che ogni anno vengono rivalutati per aggiornamenti e visite ulteriori sono: Sito Unesco, Palazzo Ducale di Modena, Palazzo dei Musei e istituzioni presenti, luoghi FMAV, Teatro Comunale Pavarotti, Mercato Albinelli, Museo Enzo Ferrari, Maserati, Stanguellini, Collezione Panini, Museo Pagani, Museo Ferrari e i principali borghi, castelli e Palazzi della provincia di Modena;
- 6/10 ore: partecipazione a seminari di formazione e approfondimento organizzati da APT/ENIT o altri enti per aggiornamenti su trend del mercato turistico;
- 4/6 ore incontri di confronto e formazione congiunti organizzati con la rete di imprese Emilia-Romagna Welcome per il miglioramento nell'utilizzo del sistema di prenotazione e per la creazione di prodotti turistici;
- nel 2025, in continuità con il progetto Modena per tutti avviato nel 2022 verrà replicata una sessione di formazione per accoglienza turisti con bisogni speciali, persone con disabilità in particolare, ma anche altre categorie.

Oltre alle attività dedicate agli operatori dello IAT-R del Comune di Modena, sono previsti interventi di formazione sul sistema dell'accoglienza allargata quali incontri di aggiornamento e formazione delle guide locali, visite formative/educational per gli operatori Iat della Provincia e dell'Emilia-Romagna, Il percorso, che sarà sviluppato su minimo 3 appuntamenti, prevede attività di formazione specifica dedicata ai soggetti che per professione contattano e si relazionano con turisti, con l'obiettivo di qualificare i servizi di accoglienza non convenzionali, non istituzionali, di agevolare e fidelizzare il turista, apportando contestualmente beneficio al singolo esercizio dei settori commercio e turismo del territorio coinvolto. Questa attività sarà realizzata sinergicamente con la DMO con un'attenzione particolare al miglioramento della conoscenza sull'offerta del territorio e le declinazioni dei prodotti afferenti alle linee strategiche del Territorio Turistico Bologna-Modena

#### PIANFO FINANZIARIO

personale addetto al front-office e al back-office <i>nel caso di uffici gestiti in appalto potranno essere rendicontate spese di personale pianta organica dei Comuni o delle Unioni dei Comuni beneficiari in misura non superiore al 15% dell'importo totale ammissibile di tutte le ulteriori altre spese progetto (al netto del personale il cui costo viene rimborsato dalla Regione Emilia Romagna, ad esempio addetti Redazione Locale)</i> di cui € 45.000,00 (personale comunale in pianta organica)	€ 200.000,00
partecipazione a percorsi di aggiornamento	€ 20.000,00
attività finalizzate al funzionamento di reti di informazione e accoglienza turistica ambito sovracomunale	€ 25.000,00
spese di locazione (costo effettivo e non figurativo)	€ _____
riscaldamento e pulizia locali	€ _____
spese postali	€ _____



utenze telefoniche ed elettriche	€ _____
assistenza tecnica	€ _____
abbonamenti a piattaforme multimediali per la promozione turistica e a uno o più quotidiani contenenti le edizioni locali	€ _____
rafforzamento e miglioria del sistema di informazione e accoglienza turistica in otti 4.0: piattaforma Data Analytics WindTre”	€ 20.000,00
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali cartacei	€ 10.000,00
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali in forma elettronica	€ _____
altro (specificare) Osservatorio Turistico 20.000,00 Spese di fibra ottica a SETA per Iat in Stazione 2.000,00 Sistema assistenza servizio monitoraggio accessi Duomo 3.000,00	€ 25.000,00
<b>TOTALE</b>	<b>€ 300.000,00</b>

**TOTALE SPESE PREVISTE: € 300.000,00**

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 300.000,00**

**PUNTEGGIO: 98**

**FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA**

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

#### **1) Comune di Maranello per STTI - IAT DIFFUSO**

PG n. 40003 del 18/11/2024

Estremi riconoscimento ufficio:

Determinazione n. 1280 del 30/07/2024

Determinazione n. 2141 del 27/11/2024

#### **SEDE**

- Fotodigital, Via Statale 31, Fiorano Modenese
- Hotel Alexander, via Resistenza 46, Fiorano Modenese
- Casa Rossa Di Ferrari Walter, Via Cava 16, Formigine
- B&B Cà Dal Frol, Via Stradella 12, Formigine
- Modena Golf & Country Club A.s.d., via Castelnuovo Rangone 4, Formigine
- R&B IL MELOGRANO, Via Ghiarola 59, Formigine
- Il profumo dei Tigli B&B, Via Vaccari 26, Formigine
- Hotel La Fenice, Via Caduti sul Lavoro 12, Formigine

- Villa Magnolia Via Adolfo Venturi, 9, 41043 Formigine MO
- Ride Appennino, Via Prov. Lama 84, Montefiorino
- Polisportiva Monchio ASD APS, Via Panoramica 151/E, Palagano
- Locanda Cialamina Sas Di Forti Enrica, Palazzo Pierotti 38, Palagano
- Nuova Proloco Prignano S/S APS, Via Allegretti 166, Prignano
- Al Ciocco s.n.c., via Palloncino 2, Montefiorino

## **RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO**

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

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

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

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

### **IAT DIFFUSO MARANELLO TERRA DI MOTORI**

Nel 2024 è stato pubblicato un avviso pubblico per la raccolta di manifestazioni di interesse da parte degli operatori interessati a svolgere la funzione di IAT Diffuso. Si sono candidate 18 attività di cui 17, al termine dell'istruttoria, sono state ammesse alle attività di formazione previste. Hanno sottoscritto un accordo con il Sistema Turistico Territoriale e la Provincia ha riconosciuto la rete degli IAT Diffusi del territorio.

Nel 2024 si sono svolti i corsi di formazione in modalità FAD che prevedono, nelle 20 ore obbligatorie, le materie di marketing e inglese turistico oltre che una visita guidata al Museo Ferrari.

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

Obiettivi di miglioramento per il 2025 saranno:

1. La riapertura dei termini per la presentazione di domanda di adesione per gli operatori che avranno interesse a far parte della rete;
2. corso di formazione di nr. 20 ore in modalità mista FAD/presenza per i nuovi aderenti alla rete;
3. corso di formazione della durata di nr. 10 ore per le attività già riconosciute in modalità mista FAD/presenza;
4. costruzione di una pagina sul sito maranelloplus dove verranno ospitate le attività della rete;
5. progetto di digitalizzazione integrata. Ciascun IAT Diffuso avrà la tecnologia beacon che consentirà a turisti ed utenti di poter ricevere informazioni e contenuti multimediali aggiuntivi

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

### **CONTENUTI CORSO FORMAZIONE NUOVI ADERENTI LINGUA INGLESE (TURISTICO)**

- Costruzione di frasi fatte in ambito turistico

- Simulazione di mini-conversazioni (con esercitazioni) per sviluppare/migliorare le competenze linguistico-comunicative in lingua inglese nel settore del turismo.
- Fornire: indicazioni generali sul sito e sul paese, indicazioni stradali, modalità di acquisto di biglietti, tipicità culinarie (prodotti enogastronomici locali, dove trovarli, etc.), mezzi di trasporto locali (dare informazioni sui servizi pubblici locali, raccogliere dati per chiamare un taxi, etc.) feste di paese e altri eventi folkloristici locali. "Non..." linguistici, e cioè sulle cose che non bisogna dire in inglese (italianismi, traduzioni maccheroniche, false friends, errori comuni, etc.)

## MARKETING

Tecniche, approcci e specificità dell'accoglienza per turisti nazionali e internazionali;

Comunicazione interpersonale verbale e quella paraverbale; esprimere correttamente concetti, linguaggio del corpo. Presentare efficacemente il territorio in funzione delle specifiche motivazioni dei turisti. Gestione dei reclami. Navigazione sito Maranello+, Uso dei social, Google My Business Spiegazione linee di prodotto previste dal PPCT 2025: \* city break\* cultura\* outdoor active&slow\* natura e benessere\* food&wine\* special interest - motori\*sport incontro conclusivo in presenza e visita al Museo Ferrari.

CONTENUTI CORSO DI AGGIORNAMENTO PER ATTIVITA' GIA' RICONOSCIUTE: Visite guidate alle emergenze del territorio.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

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

La pagina del sito Maranelloplus che sarà dedicata alla rete IAT Diffuso rappresenta il luogo e il mezzo con cui lo IAT R Terra di Motori potrà trasferire al sistema ERT/Situr le informazioni turistiche. Il collegamento a Situr viene effettuato in virtù della convenzione stipulata con il Comune di Modena che è redazione locale.

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

L'attuale configurazione del sito Maranelloplus, le pagine e i profili collegati sono i principali strumenti per il funzionamento della rete territoriale di informazione e Accoglienza Turistica in ambito sovracomunale, poiché vengono ospitati e promossi eventi, notizie ed esperienze provenienti da tutti i Comuni del STTI.

L'operatività della rete di IAT Diffuso contribuirà ad ampliare e a rendere più capillare l'informazione e accoglienza turistica in tutto il territorio del STTI, nonché si apriranno migliori possibilità di attivare collaborazioni con acetarie, caseifici e altre aziende per calendarizzare e rendere fruibili esperienze con prenotazione on-line favorendo il City Break (Soggiorni di 1 o 2 notti in abbinamento alle esperienze top del territorio).

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

I beacon costituiscono senza dubbio una tecnologia che consente di aumentare il livello di accessibilità, sulla base delle seguenti principali caratteristiche:

Fornitura di informazioni in tempo reale e geolocalizzate. I beacon possono essere utilizzati per fornire indicazioni in tempo reale alle persone con disabilità visiva o uditiva. ad esempio, un beacon può essere utilizzato per infrastrutturare un itinerario di visita e fornire informazioni sulla modalità di fruizione dello stesso a una persona ipoudente o ipovedente.

Personalizzazione dell'esperienza: i beacon consentono di customizzare l'esperienza di visita delle persone con disabilità. Ad esempio, un beacon può essere utilizzato per fornire informazioni in un formato accessibile a una persona con disabilità visiva.

Indicazioni sul percorso: i beacon possono essere utilizzati per fornire informazioni sui percorsi di visita, per indicare a una persona con disabilità motoria che un percorso è accessibile.

· Informazioni sui punti di interesse: i beacon possono essere utilizzati per favorire la fruizione di informazioni accessibili sui punti d'interesse (POI) individuati lungo i percorsi di visita outdoor e indoor. In conclusione, la tecnologia beacon possiede un potenziale significativo per migliorare l'accessibilità dei luoghi di attrazione turistica per persone con fragilità.

- **Risparmio energetico:** nel contesto di un sistema di localizzazione, i beacon fungono da trasmettitori di segnali. Grazie all'uso di una versione a basso consumo del Bluetooth (BLE), possono funzionare per anni con una singola batteria.
- **Precisione:** i beacon operano alla frequenza di 2,4 GHz, la stessa utilizzata comunemente nelle reti Wi-Fi. Grazie alla loro notevole flessibilità, i problemi legati alle interferenze possono essere compensati in modo semplice.
- **Sicurezza e privacy:** siccome i beacon emettono segnali in uscita, non presentano rischi di sicurezza intrinseci nella trasmissione stessa. Uno dei punti di forza dei beacon è legato alla privacy, poiché consentono agli utenti di controllare e gestire le proprie impostazioni attivando o disattivando il Bluetooth e i servizi di posizione.
- **Economicità:** i costi principali associati ad un'infrastruttura beacon includono l'hardware (che comprende anche i costi di installazione), il servizio dati e i ricevitori. Il numero dei dispositivi necessari dipende dalle dimensioni dell'area da digitalizzare e dalla copertura richiesta

Le strutture ricettive che sono entrate a far parte della rete di IAT Diffuso saranno inoltre coinvolte in un progetto denominato "Strutture ZERO", volto a definire un percorso di green reputation per la sostenibilità ambientale.

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

L'Accordo con Modena avente ad oggetto i servizi della Redazione locale consentono di instaurare relazioni utili e proficue con la DMO. In particolare, nel promuovere il territorio vasto, la DMO può essere il tramite per fare conoscere gli elementi caratterizzanti l'identità territoriale e per promuovere in sinergia i prodotti turistici identificati con il PPCT 2025.

#### PIANO FINANZIARIO

spese di organizzazione percorso formativo iniziale e di aggiornamento degli aderenti	€ 6.000,00
- visite guidate per le attività già in rete	
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali cartacei	€ 5.000,00
- stampa cartina delle principali emergenze turistiche del STTI	
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali in formato elettronico	€ 0,00
abbonamenti a piattaforme multimediali per la promozione turistica e a uno o più quotidiani contenenti le edizioni locali	€ 0,00
spese per il rafforzamento e miglioria del sistema di informazione e accoglienza turistica in ottica 4.0	
- installazione beacon in 20 attività della rete IAT Diffuso	€ 1.950,00
<b>TOTALE</b>	<b>€ 12.950,00</b>

**TOTALE SPESE PREVISTE: € 12.950,00**

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 12.950,00**

**PUNTEGGIO: 69**

**FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA**

## 2) Unione Terre di Castelli - IAT Diffuso

PG n. 40012 del 18/11/2024

Estremi riconoscimento ufficio:

Determinazione numero n. 116 del 23/01/2024

### **SEDE**

- Museo dell'aceto balsamico tradizionale di Modena aps, via Francesco Turati, 28, 41057 Spilamberto
- Centro Visite Borgo dei sassi - R&B - Old castle srl, via sassi, 2000, 41052 Guiglia
- Museo del castagno e del borlengo- aps La Slucadora, via San Giacomo, 724, 41059 Zocca
- Circolo Polivalente olimpia Vignola - Piscina Vignola aps, via portello, 2, 41058 Vignola
- Pro loco Vignola Terra di ciliegie aps, via Bellucci, 1, 41058 Vignola
- Fattoria Germoglio azienda agricola, via Rio d'orzo, 535, 41056 Savignano sul Panaro
- La Fontana azienda agricola, via Ghiarole 54/a, 41057 Spilamberto
- Pro loco Savignano sul Panaro, via Crespellani, 12, 41056 Savignano sul Panaro

### **RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO**

L'Unione Terre di Castelli si propone di rafforzare e potenziare la rete di Informazione e Accoglienza Turistica attraverso un piano integrato che unisce l'innovazione digitale, il coinvolgimento territoriale e il miglioramento dei servizi. L'obiettivo è quello di garantire che ogni comune dell'Unione, anche le aree meno servite, disponga di un punto di riferimento per turisti e visitatori, valorizzando ogni angolo del territorio e favorendo una distribuzione omogenea dei flussi turistici.

Attraverso il collegamento tra gli IAT diffusi e l'IAT Terre di Castelli, si intende creare un sistema coordinato e coerente, capace di offrire informazioni aggiornate e condividere buone pratiche. La presenza digitale sarà potenziata, assicurando accessibilità e inclusività, per rendere il territorio una destinazione accogliente per tutti. A ciò si aggiunge un sistema organizzativo interno volto a garantire l'efficacia delle comunicazioni e una gestione coordinata degli eventi, supportato da incontri periodici di valutazione e strategie di miglioramento. Materiali promozionali distribuiti gratuitamente contribuiranno a diffondere la conoscenza e l'attrattiva del territorio, rendendo il soggiorno di ogni visitatore un'esperienza ricca e indimenticabile.

Pertanto primo obiettivo è incentivare i punti informativi diffusi, coinvolgendo attivamente le attività commerciali/operatori turistici, quali promotori della valorizzazione delle emergenze turistiche del territorio. L'intento è quello di costruire una vasta rete informativa a supporto di IAT TERRE DI CASTELLI, in un percorso strategico volto a veicolare le informazioni alla Redazione Locale di riferimento ed ampliare pertanto le opportunità del Territorio Turistico tramite la DMO.

Per perseguire questo obiettivo, è stata avviata una nuova manifestazione di interesse volta all'ampliamento del numero di IAT DIFFUSI. Il bando, scaduto l'11 novembre scorso, è attualmente in fase di verifica, ma in via preliminare, per l'anno 2025 si prevede il seguente incremento:

- Castelnuovo Rangone: 2 nuove attività commerciali;
- Castelvetro di Modena: 2 attività ricettive;
- Marano sul Panaro: 1 nuova attività commerciale;

- Spilamberto: 3 attività commerciali che si aggiungono ai 2 IAT DIFFUSI già presenti;
- Savignano: 2 attività ristorative che si aggiungono ai 2 IAT DIFFUSI già esistenti;
- Guiglia e Zocca: n. 1 attività commerciale per ciascun comune che si aggiunge al rispettivo IAT DIFFUSO già presente in entrambi i comuni.

Questo approccio mira a promuovere anche una maggiore partecipazione dei cittadini, potenziando la capacità di promozione e valorizzazione del territorio attraverso il rafforzamento della rete degli IAT DIFFUSI. Nel complesso pertanto si potrà contare su ulteriori 12 IAT DIFFUSI, che si aggiungono agli attuali n. 8, per un totale di n. 20 distribuiti in tutti i comuni dalla pianura all'appennino, dalla frazione di Monale Rangone del Comune di Castelnuovo R. fino a Zocca.

Gli obiettivi generali sono principalmente i seguenti:

- 1- Razionalizzazione e qualificazione del servizio di informazione e accoglienza turistica;
- 2- Potenziamento organizzativo della rete informativa, finalizzata non solo al cittadino e turista, ma anche alla condivisione di servizi turistici e informazioni con la Redazione locale e DMO di riferimento;
- 3- Potenziamento aspetti relativi al turismo inclusivo e sostenibile;
- 4- interventi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti, integrando la formazione con corsi specifici sull'accoglienza del turista straniero in lingua inglese e attività formativa sui temi di inclusività e accessibilità;

L'Unione Terre di Castelli, da sempre impegnata nella valorizzazione e promozione del proprio territorio, intende intensificare le relazioni con il tessuto economico e sociale locale, offrendo agli operatori nuove competenze specifiche. L'obiettivo è fornire ai turisti un'esperienza di accoglienza autentica, di qualità e profondamente coinvolgente.

Questi operatori non sono semplici informatori: sono cittadini appassionati, profondi conoscitori della cultura e delle tradizioni del territorio, capaci di trasmettere emozioni, accogliere con calore e raccontare i luoghi con un pizzico di creatività e umanità. Non solo informazioni, dunque, ma sorrisi, storie, dettagli che lasciano il segno e fanno sentire ogni visitatore parte di una comunità viva e vibrante. Con questo approccio, l'Unione mira a far battere il cuore del turismo, avvicinando persone e territorio in un intreccio di emozioni e scoperte. In sostanza, trasformare ogni momento di contatto dell'ospite in una occasione di autentico incontro con la realtà locale, di scoperta dei valori e delle risorse del nostro territorio e dall'altra, avere maggiori feed back al fine dell'eventuale miglioramento e/o implementazione dei servizi offerti.

Sono dotati di materiale turistico informativo/promozionale aggiornato, della segnaletica con immagine coordinata ufficiale ed altro eventuale che si rendesse necessario in base alla definizione specifica degli operatori, da consegnare e/o fornire gratuitamente al turista e/o visitatore. Le strutture, inoltre, sono inserite in percorsi e iniziative di promozione e nella comunicazione integrata di TERRE DI CASTELLI e non mancherà periodica verifica al fine di apportare modifiche e migliorie eventuali.

Oltre che rispondere ai criteri licenziati dalla Destinazione Turistica Bologna-Modena, la selezione degli operatori avverrà anche considerando ulteriori specifiche, al fine di assicurare di concerto:

- distribuzione capillare in luoghi di particolare affluenza turistica (anche tematiche);
- apertura al pubblico in giornate prefestive e festive, anche se stagionali;
- servizi turistici e/o esperienze offerte in chiave slow e sostenibile in ambito enogastronomico, ambientale, culturale;
- conoscenza lingua inglese di base;

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

1. Estendere la copertura della rete di Informazione e Accoglienza Turistica diffusa, in ciascuno degli otto comuni dell'Unione, assicurando che anche le aree meno servite abbiano un punto di riferimento per i visitatori: maggiore accessibilità per turisti e visitatori, crescita della visibilità di ogni comune e una distribuzione più omogenea dei flussi turistici.
2. Creare un sistema di collegamento coordinato e integrato tra gli IAT diffusi presenti sul territorio e l'IAT Terre di Castelli, sia virtuale che fisico, per una maggiore coerenza nelle informazioni fornite ai visitatori, condivisione di best practice e iniziative comuni, maggiore efficienza nella promozione turistica e miglioramento del servizio complessivo.
3. Rafforzare la presenza online del territorio utilizzando i social media e il sito ufficiale dell'Unione come strumenti di informazione, promozione e interazione con i turisti. Ciò include l'organizzazione di percorsi di formazione per gli operatori, per garantire competenze aggiornate nella gestione dei contenuti digitali.
4. Assicurare che le comunicazioni digitali siano accessibili a tutti i visitatori, compresi quelli con disabilità, e che siano disponibili contenuti inclusivi. Questo significa investire in siti web conformi agli standard di accessibilità, traduzioni multilingue, formati adatti per persone con esigenze specifiche (come testi leggibili da screen reader) e specifica formazione; inclusione di un pubblico più ampio, miglioramento dell'accessibilità dei contenuti turistici, promozione del territorio come destinazione accogliente per tutti.
6. Creare un sistema organizzativo interno efficace per la condivisione tempestiva di informazioni tra gli IAT diffusi e l'IAT. Questo comporta l'adozione di procedure condivise e sistemi di comunicazione rapida: comunicazione coerente, informazioni aggiornate per i visitatori, gestione coordinata di eventi e iniziative turistiche.
7. Organizzare incontri regolari per valutare i progressi, identificare punti di forza e criticità, e sviluppare strategie di miglioramento continuo. Questo processo di feedback continuo consentirà di affinare il funzionamento della rete virtuale e fisica degli uffici di informazione diffusa.
8. Realizzare e distribuire materiali promozionali (brochure, mappe, guide turistiche) che mettano in luce le attrazioni e le esperienze del territorio, garantendone la diffusione gratuita a turisti e visitatori: aumento della conoscenza del territorio, incentivo a prolungare il soggiorno, promozione delle diverse offerte turistiche dell'area.

In sintesi, l'Unione Terre di Castelli si impegna a rafforzare la propria rete di Informazione e Accoglienza Turistica attraverso una strategia integrata che garantisca accessibilità, inclusività e un servizio di qualità per tutti i visitatori. Dal potenziamento degli IAT diffusi, al miglioramento della presenza digitale, alla creazione di collegamenti coordinati tra uffici, ogni azione mira a valorizzare il territorio in tutte le sue sfaccettature. Il progetto si propone di rendere ogni comune un punto di riferimento turistico, con informazioni coerenti e accessibili, coinvolgendo operatori locali e creando un'esperienza di visita unica, accogliente e memorabile.

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

La formazione degli operatori IAT rappresenta un elemento cruciale per garantire un servizio di informazione e accoglienza turistica di qualità, capace di rispondere alle esigenze di un turismo sempre più variegato e internazionale. Gli operatori, in quanto primi ambasciatori del territorio, devono essere dotati delle competenze necessarie per informare, emozionare e accogliere i visitatori. Attraverso percorsi di aggiornamento e specifica formazione, si punta a potenziare le capacità di ogni addetto, valorizzando il patrimonio culturale, enogastronomico e paesaggistico del nostro territorio in modo efficace e innovativo.

Sono previsti pertanto corsi di aggiornamento per gli operatori degli attuali IAT DIFFUSI che di formazione per i prossimi n. 11 che si andranno a definire:

MACRO TEMI	Specifiche	Modalità	IAT DIF FUS	IAT DIFFUSI 2024	IAT

Strumenti digitali e virtuali a disposizione degli IAT diffusi	Come trovare e condividere informazioni (teoria e pratica)	in presenza	3		
Offerta turistica d'area e le sue potenzialità	turismo enogastronomico ed esperienziale	on line	3		
	Rocche e Palazzi + Lo stupore non ha età (percorsi famiglie)	on line	3		
	Andar per Borghi e Pievi; Musei di storia e del gusto	on line	3		
	OUTDOOR: Sentieristica e cicloturismo	on line	3	3	3
Accessibilità web	editing e grafiche; strumenti informatici e applicazioni utili a supporto	on line		3	3
Offerta turistica d'area specifica ed integrativa	Il Silver Tourism: itinerari e servizi turistici rivolti a persone over 55 o 60 anni	on line			3
	Un anno nelle Terre di Castelli: itinerari culturali/naturalistici da svolgere durante gli eventi ricorrenti e rilevanti di Terre di Castelli	on line			3
Comunicazione e Relazioni Interpersonali	Tecniche di comunicazione verbale e non verbale; Come costruire un rapporto positivo con i turisti; Linguaggio inclusivo.	in presenza	3	3	3
Conversazione in inglese	A seguire il corso base: contenuti da definire	in presenza	3	3	3
Conversazione in inglese	A seguire il corso base: contenuti da definire	in presenza			3
Obbligo minimo di frequenza			21	12	21

Formazione complessivamente offerta è di h. 33 ed inoltre alla suddetta formazione, è proposto un corso base di inglese, rivolto sia agli operatori IAT che IAT DIFFUSI, e a tutti gli operatori economici/turistici del territorio di Unione Terre di Castelli sul miglioramento dell'accoglienza del turista (n. 6 lezioni di h. 1.30 in presenza).

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

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

Unione anche tramite IAT Terre di Castelli si pone l'obiettivo per una efficace informazione e promozione turistica integrata nel sistema regionale, tramite la Redazione Locale di riferimento. Ruolo che determina la



condivisione delle linee guide regionali di riferimento, sia con gli Iat Diffusi che con i comuni dell'Unione stessa ed altri soggetti di promozione turistica e/o sociale che hanno un ruolo al servizio del turista.

In questo contesto, risulta fondamentale:

- Garantire la coerenza e l'aggiornamento continuo delle informazioni relative a attrazioni, servizi ed eventi.
- Promuovere l'accessibilità e la sostenibilità, nel rispetto delle normative di inclusività e sostenibilità previste a livello regionale.
- Collaborare attivamente con gli Enti Locali, nonché con enti come Pro Loco, Associazioni e Consorzi che organizzano eventi o offrono servizi turistici, al fine di favorire una promozione turistica condivisa e sinergica.
- Distribuire materiale promozionale coerente con il sistema regionale per assicurare una comunicazione uniforme e una promozione efficace del territorio.

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

Gli Iat Diffusi in supporto a Iat Terre di Castelli sono i punti di riferimento per offrire informazioni turistiche, accoglienza, assistenza e servizi ai visitatori, supportando l'esperienza turistica in modo coordinato e coerente. In aggiunta ai punti fisici, la rete virtuale a supporto degli iat diffusi, operatori turistici ed economici, è garantita dal portale turistico [www.terredicastelli.eu](http://www.terredicastelli.eu) e rispettivi canali social <https://www.facebook.com/terredicastelli>, [https://www.instagram.com/terredicastelli\\_mo/](https://www.instagram.com/terredicastelli_mo/) e, dal nuovo canale youtube: [https://www.youtube.com/@TerrediCastelli\\_mo](https://www.youtube.com/@TerrediCastelli_mo), ora in corso di aggiornamento. Sarà integrato, mano a mano, con materiale audiovisivo già prodotto da unione stessa, e quello che verrà fornito dai vari comuni relativo principalmente sugli eventi ricorrenti, ed materiale audiovisivo di Unione in corso di progettazione.

Le attività sono finalizzate a:

- un accesso semplice e rapido alle informazioni turistiche e sono pensate per adattarsi a un pubblico globale, offrendo servizi multilingua, mappe, guide e contenuti interattivi che possono raggiungere i turisti ovunque si trovino.
- Accesso digitale alle informazioni: Implementare piattaforme online e social network che permettano ai turisti di ottenere informazioni aggiornate in tempo reale, e rendere fruibili anche contenuti multilingue e formati inclusivi, per raggiungere un pubblico ampio e diversificato;
- un approccio che mira a garantire che i turisti ricevano un'assistenza di qualità e trovino sempre un punto di riferimento per le loro esigenze, sia che stiano viaggiando fisicamente nel territorio sia che stiano pianificando la loro visita online.
- Considerata l'area sovracomunale che rappresenta Unione Tdc, permette una visione integrata e sistemica del territorio, con l'obiettivo di promuovere un'area turistica ampia nella sua totalità, valorizzando attrazioni, tradizioni e servizi distribuiti e unici in diverse località;
- Favorire la collaborazione tra IAT (uffici di informazione e accoglienza turistica), enti locali, associazioni, pro loco e altri soggetti pubblici e privati, per una gestione centralizzata e coordinata delle informazioni e dei servizi.
- Monitoraggio e aggiornamento delle informazioni: Assicurare che tutte le informazioni fornite attraverso la rete siano costantemente aggiornate, accurate e coerenti, con particolare attenzione a eventi, attrazioni e servizi disponibili, garantendo l'affidabilità delle informazioni per i visitatori.

- Promozione sinergica del territorio: Organizzare campagne promozionali condivise e materiali informativi che promuovano l'intero territorio sovracomunale, evidenziando le singole peculiarità di ogni comune, ma anche i punti di forza comuni, per attrarre un pubblico variegato.
- Inclusività e accessibilità delle informazioni: Assicurare che tutte le informazioni siano accessibili a tutti i turisti, compresi quelli con disabilità, attraverso la realizzazione di contenuti digitali fruibili (ad esempio, siti web accessibili, testi per screen reader, traduzioni) e servizi adeguati.
- Gestione e distribuzione di materiale promozionale: Distribuire brochure, mappe, guide e altri materiali informativi in modo uniforme attraverso tutta la rete di IAT e punti informativi, per garantire che ogni turista abbia accesso alle informazioni necessarie durante il soggiorno.

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

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile (max 1 pag.)

- **Accessibilità**

Preso atto che gli uffici Iat rispettano le norme circa l'accessibilità dal punto fisico, nel particolare le azioni di potenziamento e innovazione riguardano l'accessibilità e inclusività virtuale. Nel corso del 2024 è stata completata la revisione complessiva del sito web agli standard 2.1 WCAG, ed è già progettato per i primi mesi del 2025 un corso di formazione dedicato che affronta due tematiche principalmente:

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

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

- **Sostenibilità**

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

[https://www.unione.terredicastelli.mo.it/unione/informazione\\_e\\_accoglienza\\_iat\\_diffuso/la\\_sostenibilita\\_quale\\_fattore\\_dellimpresa\\_turisticoristorativa.htm](https://www.unione.terredicastelli.mo.it/unione/informazione_e_accoglienza_iat_diffuso/la_sostenibilita_quale_fattore_dellimpresa_turisticoristorativa.htm)

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

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

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

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

- **Innovazione**

Il sito di terre di castelli rappresenta la prima fonte di condivisione delle informazioni, tra tutti gli operatori turistici coinvolti privati e pubblici; è la piattaforma di riferimento che ognuno per il proprio ruolo nella rete, dalla gestione al coordinamento, dall'informazione e accoglienza turistica alla promozione, dalla verifica all'analisi dei feedback.

Parallelamente la strategia promozionale si focalizzerà sui social network come mezzo principale per raggiungere il pubblico, in quanto consentono di comunicare in modo rapido, diretto e mirato, favorendo l'interazione con i propri follower e amplificando la portata dei messaggi promozionali.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Queste azioni sono essenziali per creare sinergie tra tutti gli attori del settore turistico, promuovendo una gestione più efficace e sostenibile delle destinazioni e migliorando l'esperienza complessiva del visitatore. Tali iniziative rappresentano un contributo significativo al ruolo strategico della DMO nel Territorio Turistico Bologna-Modena.

#### PIANO FINANZIARIO

spese di organizzazione percorso formativo iniziale e di aggiornamento degli aderenti	€ 2.200,00
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali cartacei	€ 5.000,00
realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali in formato elettronico	€ 7.270,00
abbonamenti a piattaforme multimediali per la promozione turistica e a uno o più quotidiani contenenti le edizioni locali	€ 2.000,00
spese per il rafforzamento e miglioria del sistema di informazione e accoglienza turistica in ottica 4.0	€ 1.500,00
ALTRO: coordinamento IAT TDC	€ 2.000,00
<b>TOTALE</b>	<b>€ 19.970,00</b>

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 19.970,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 19.970,00

**PUNTEGGIO:** 69

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** MEDIA

### 3) Comune di Modena - WELCOME ROOM

PG n. 40057 del 19/11/2024

Estremi riconoscimento ufficio:

Determinazione numero n. 1847 del 23/10/2023

#### **SEDE**

Piazza Mazzini 45/A, 41121 Modena

### **RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO**

La Welcome Room situata sotto piazza Mazzini (ex Albergo Diurno) di libero accesso permette la consultazione di informazioni turistiche sia tramite 3 Monitor che trasmettono video promozionali di Modena e del territorio, che tramite materiale cartaceo promozionale ad uso dei turisti.

È provvista di arredi che consentono la consultazione dei materiali in maniera confortevole; inoltre sono presenti 4 postazioni multi-usb per ricarica smartphone e tablet e connettività wi-fi ad utilizzo gratuito.

È stato inoltre predisposto uno spazio specifico per il deposito bagagli da utilizzare in autonomia senza costi a carico del fruitore, comunque presidiato da 1 operatore, sempre presente negli orari apertura della welcome room, che offre anche informazione turistica e distribuzione materiale informativo, in coordinamento con lo IAT-R (come di seguito illustrato).

Gli spazi sono polifunzionali in quanto si prestano, tramite divisori amovibili, all'utilizzo contemporanea di mostre, eventi, sala formazione, sala meeting, senza precluderne l'utilizzo al turista e al visitatore della città, anzi arricchendo l'esperienza di visita con contenuti culturali ed espositivi. Il turista può inoltre accedere ai servizi di prenotazione del portale [www.visitmodena.it](http://www.visitmodena.it) attraverso schermi touch migliorando anche l'accessibilità e la comodità di fruizione dei servizi digitali offerti.

A qualificare l'accoglienza del luogo la presenza di bagni pubblici completamente riqualificati, anche per disabili e spazio baby room.

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

Nel corso del 2025 verranno organizzate mostre e iniziative culturali finalizzate ad arricchire il percorso di visita della welcome room. L'esperienza acquisita nell'ultimo anno ha infatti dimostrato che la programmazione di allestimenti espositivi e iniziative culturali non solo permettono di aumentare l'attrattività del luogo ma creano interesse esperienziale nei turisti ed escursionisti in visita alla città.

#### **Specificazione dei seguenti elementi progettuali:**

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

Il Comune di Modena è sede di redazione locale (Modena e pianura) all'interno della funzione IATR. La gestione dello IATR, della Redazione Locale è supportata da Modenatur, mentre la gestione della Welcome room è affidata ad Archeosistemi (che gestisce anche le visite dei luoghi del sito Unesco di Modena). Il coordinamento e la responsabilità complessiva sono garantiti dall'unico responsabile degli appalti di gestione (Giovanni Bertugli) che già da anni ha sviluppato una piattaforma di collaborazione funzionale tra le imprese, anche attraverso l'utilizzo del sito visitmodena come supporto tecnologico alla gestione delle prenotazioni e alla promozione. Viene inoltre garantito in forma collaborativa e complementare un piano di redazione social condiviso.

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

La welcome room essendo collegata alla redazione locale di Modena e a visitmodena di fatto già possiede le caratteristiche funzionali a valorizzare reti territoriali/virtuali di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale. Lo spazio, inoltre, è già stato utilizzato, e lo sarà anche per il 2025, per attività formative della rete del IAT provinciali e per iniziative promozionali dell'offerta turistica del territorio modenese.

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

Il principali fattori sono i seguenti:

- **Accessibilità** - Lo spazio è accessibile anche a personale con difficoltà motoria in quanto dotato di ascensore e privo di barriere architettoniche.
- **Sostenibilità** - Sono presenti tre monitor per la divulgazione di spot pubblicitari audio e video e prenotazione on line, arredi atti a consentire la consultazione dei materiali turistici presenti di Modena e del territorio.
- **Innovazione** - È possibile vivere una esperienza immersiva di visita alla città grazie ad un apposito video realizzato fruibile grazie alla strumentazione digitale altamente innovativa (n. 6 proiettori laser da 6300ANSI Lumen con risoluzione Full HD, con proiezione in unica immagine su 3 pareti. la welcome room sarà il punto di partenza o di arrivo di visite e attività di approfondimento del sito Unesco e di altri luoghi culturali della città, nonché di visite turistiche a tema, attraverso l'utilizzo di video, proiezioni di immagini "di particolari o dettagli" dei luoghi visitati, proposta di giochi virtual

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

La DMO ha avuto e avrà un utilizzo degli spazi per l'organizzazione di eventi, meeting, ospitalità giornalisti, conferenze stampa su progetti ed eventi, ecc. grazie al sistema integrato di gestione coordinato dal Comune di Modena.

### PIANO FINANZIARIO

spese di locazione (costo effettivo e non figurativo)	€ _____
riscaldamento e pulizia locali	€ _____
spese di guardiania	€ 30.000,00
spese per il noleggio sussidi audio-visivi, informatici e immersivi	€ _____
utenze elettriche	€ _____
assistenza e manutenzione strumenti informatici	€ _____
stampa di materiale informativo e/o di accoglienza	€ _____
acquisto abbonamenti a piattaforme multimediali per la promozione turistica e a uno o più quotidiani contenenti le edizioni locali	€ _____
spese per il rafforzamento e migioria 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	€ _____
<b>TOTALE</b>	<b>€ 30.000.00</b>

**TOTALE SPESE PREVISTE: € 30.000.00**

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 30.000.00**

**PUNTEGGIO: 93**

**FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA**

#### 4) Comune di Modena - IAT digitale

PG n. 40057 del 19/11/2024

Estremi riconoscimento ufficio:

Determinazione dirigenziale n. 1846 del 23/10/2023

#### **SEDE**

Piazza Mazzini 45/A, 41121 Modena

### **RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO**

**Relazione generale dell'attività e obiettivi del servizio** (esplicitare in dettaglio gli elementi rilevanti ed utili alla valutazione tecnica del progetto, max 2 pagine):

Lo IAT Digitale del Comune di Modena è integrato con la welcome room e con il sistema di redazione locale e con la piattaforma visitmodena, rappresenta pertanto un terminale coordinato con il sistema di promozione, informazione e servizi turistici della città e del territorio.

È dotato di un autonomo collegamento adsl o wi-fi e collegato alla Redazione Locale del Sistema Informativo Turistico. I totem sono strutture resistenti all'urto, antivandalo ed antinvecchiamento, vetro antiriflesso, certificazione di risparmio energetico Pc interno con controllo da remoto accessibile in ottemperanza a quanto previsto dalla normativa vigente, consentita all'interno di una white list.

Sono disponibili a fianco dei totem dispositivi multi-usb, n. 4 per ricarica smartphone e tablet navigazione

Le informazioni turistiche sul patrimonio, le attività e i servizi turistici sono fornite in lingua italiana e inglese.

Il servizio IAT digitale proposto risponde ai nuovi e mutati bisogni del turista, sempre più propenso all'utilizzo del digitale e permette di aumentare gli standard di innovazione tecnologica dei servizi di informazione e accoglienza turistica, migliorando l'esperienza del turista: Permette infatti di fornire informazioni in tempo reale.

#### **Azioni/iniziative che si intendono svolgere nel corso del 2025.**

Sarà reso interoperabile il portale visitmodena con emiliaromagnaturismo.it per la sezione eventi in modo da ottenere in caricamento simultaneo anche sul portale regionale.

Sarà realizzato un servizio di chatbot su visitmodena basato sull'intelligenza artificiale in grado di interagire in 99 lingue. Infine il sito visitmodena sarà arricchito di nuovi contenuti redazionali.

#### **Specificazione dei seguenti elementi progettuali:**

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

Il Comune di Modena è sede di redazione locale (Modena e pianura) all'interno della funzione IATR. La gestione dello IATR, della Redazione Locale è supportata da Modenatur, mentre la gestione dello IAT digitale è in collaborazione tra Archeosistemi (che gestisce la welcome room) e Modenatur. Il coordinamento e la responsabilità complessiva sono garantiti dall'unico responsabile degli appalti di gestione (Giovanni Bertugli) che già da anni ha sviluppato una piattaforma di collaborazione funzionale tra le imprese, anche attraverso l'utilizzo del sito visitmodena come supporto tecnologico alla gestione delle prenotazioni e alla promozione. Viene inoltre garantito in forma collaborativa e complementare un piano di redazione social condiviso.

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

Lo IAT digitale essendo collegato alla redazione locale di Modena e a visitmodena di fatto già possiede le caratteristiche funzionali per valorizzare reti territoriali/virtuali di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale.



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

- **Accessibilità** - Lo spazio è accessibile anche a personale con difficoltà motoria in quanto dotato di ascensore e privo di barriere architettoniche.
- **Sostenibilità** - Sono presenti tre monitor per la divulgazione di spot promozionali audio e video e prenotazione on line.
- **Innovazione** - È possibile vivere una esperienza immersiva di visita alla città grazie ad un apposito video realizzato fruibile grazie alla strumentazione digitale altamente innovativa.

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

La DMO ha avuto e avrà l'utilizzo degli spazi digitali per la promozione dei servizi e delle attività di visita della città e del territorio anche grazie al sistema integrato di gestione coordinato dal Comune di Modena.

**PIANO FINANZIARIO**

canoni di locazione totem multimediali	€ 1.000,00
canoni e/o acquisto software, spese di progettazione, sviluppo e canoni per piattaforme multimediali (anche applicazioni) di promozione e informazione turistica (RED TURTLE 2025)	€ 15.000,00
spese software house	€ _____
spese di installazione e manutenzione degli strumenti informatici e multimediali COREPIX	€ 4.000,00_
spese per alimentazione elettrica e per la connettività internet	€ _____
spese per l'acquisto di contenuti redazionali e/o per personale dedicato alla sua realizzazione MODENATUR CIRCA 9 MILA)	€ 10.000,00
spese per traduzioni	€ _____
spese di grafica	€ _____
altro (specificare)	€ _____
<b>TOTALE</b>	<b>€ 30.000,00</b>

**TOTALE SPESE PREVISTE: € 30.000,00**

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 30.000,00**

**PUNTEGGIO: 79**

**FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA**

## MODENA

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

#### 1) Comune di Sestola - IAT

P.G. n. 39974 del 18/11/2024

Estremi riconoscimento ufficio:

Determinazione numero 609 del 22/04/2024

Determinazione numero 2153 del 29/11/2024

#### SEDE

Corso Umberto I 28, 41029 Sestola

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

In Appennino Modenese, le temperature miti, il vasto patrimonio storico-culturale e le infinite possibilità di immergersi nella natura e di vivere avventure slow all'aria aperta rappresentano senza dubbio efficaci fattori di attrazione durante i mesi estivi. Tuttavia, al fine di arricchire l'esperienza di vacanza e/o villeggiatura dei turisti, specialmente in alta stagione risulta necessario strutturare un'adeguata offerta di intrattenimento, inclusiva, variegata e adatta a soddisfare i bisogni di svago e di relax di target diversi.

In linea con gli anni passati, dunque, si continuerà a garantire la diffusione capillare di attività finalizzate all'animazione, in particolare tra giugno e settembre, valorizzando uniformemente ed organicamente gli eventi e le manifestazioni in programma sul territorio, allo scopo di consolidare l'identità turistico-ricreativa del Frignano. Nel 2025, inoltre, si incrementeranno le occasioni per coinvolgere più attivamente e dinamicamente una fascia di pubblico in costante e continua crescita: le famiglie e i giovanissimi.

A tal proposito, nell'intento di incontrare le esigenze dei bambini e di stimolare la loro curiosità e creatività, verrà inaugurato un inedito calendario coordinato di iniziative all'insegna del divertimento e della condivisione.

La realizzazione di uno strumento promozionale rivolto principalmente ai più piccoli si configura come uno step necessario per sostenere la nascita e il successivo rafforzamento di una campagna di "branding territoriale" incentrata sul concetto di "Appennino family friendly".

Tramite il presente progetto, quindi, si desidera sostanzialmente avviare canali comunicativi più diretti con le famiglie, sfruttando l'offerta di intrattenimento come leva per incentivarle a esplorare, scoprire e conoscere le eccellenze e le peculiarità della montagna modenese.

Azioni/iniziative che si intendono svolgere nel corso del 2025 (esplicitare in dettaglio gli interventi in cui si articola il progetto, inserendo per gli eventi anche le date previste, max. 1 pagina)

#### 1. Ideazione, progettazione e realizzazione di:

"Cimone4Kids 2025 - Una montagna a misura di bambino"

Pensato come un grande contenitore di opportunità di svago dedicate alle famiglie, "Cimone4Kids" diventerà la prima edizione di una rassegna volta a raggruppare le tante e diverse attività ludiche, formative ed esperienziali che saranno organizzate dai Comuni e dagli operatori del territorio durante i mesi estivi e in occasione delle manifestazioni autunnali.

L'idea di "Cimone4Kids" nasce dalla volontà di permettere anche ai più piccoli di conoscere la storia, la cultura e la natura del Frignano, scoprendo nuovi talenti, coltivando passioni e creando legami di amicizia.

A titolo esemplificativo e non esaustivo, il programma condiviso ricomprenderà le seguenti iniziative:

- spettacoli di burattini, saltimbanchi, circensi, marionette e cantastorie;

- laboratori creativi e teatrali;
- “baby dance” e “baby yoga”;
- orienteering ed escursioni guidate nel bosco;
- passeggiate sensoriali;
- esperienze didattiche (illustrazione degli antichi mestieri, visite ai metati, pratica dei giochi di una volta, preparazione delle ricette tradizionali e delle tipicità montanare, educazione al rispetto della flora e della fauna);
- letture animate;
- proiezioni cinematografiche (film d’animazione);
- incontri e laboratori con artisti e artigiani dell’Appennino per imparare a realizzare i prodotti locali;
- lezioni di danza, canto e propedeutica musicale.

## 2. Stampa di materiale inerente a “Cimone4Kids”

Rilevato, nel corso del 2024, un forte interesse da parte delle famiglie per i supporti informativi cartacei in dotazione agli uffici, si ritiene tanto più opportuno stampare n. 2000 opuscoli in A5 in lingua italiana, che riepilogano schematicamente gli appuntamenti previsti nell’ambito della rassegna: si produrrà, dunque, una sorta di brochure-calendario, caratterizzata da uno stile grafico distintivo, che verrà distribuita tra gli otto Comuni.

Una sezione dell’opuscolo, inoltre, illustrerà i servizi turistici a disposizione delle famiglie: saranno menzionati gli indirizzi, gli orari di apertura e i contatti di riferimento delle piscine, delle aree giochi e dei parchi avventura presenti sul territorio.

Ovviamente si provvederà a caricare il materiale anche sul sito ufficiale della Redazione Locale.

## 3. Comunicazione sui social media della Redazione Locale

Come anticipato nella relazione, grazie al progetto si intende sviluppare una nuova campagna social di “branding & marketing” territoriale basata sul concetto di “Appennino family friendly”.

Tutti i contenuti richiederanno la grafica dell’opuscolo informativo per consolidare l’immagine coordinata di “Cimone4Kids”.

Una stilizzazione del Monte Cimone, vero e proprio simbolo dell’Appennino Modenese dal grande potere evocativo, sarà l’elemento chiave che connoterà ogni azione promozionale relativa alla rassegna.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

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

Il progetto “Cimone4Kids”, una potenziale fonte di valore aggiunto per lo sviluppo turistico del Frignano, vuole prima di tutto soddisfare i bisogni di socialità e di svago dei giovanissimi, accrescendo notevolmente l’attrattività dell’offerta ricreativa della montagna modenese. La necessità di creare un unico calendario coordinato di iniziative finalizzate al coinvolgimento dei più piccoli è emersa con forza nel corso del 2024: un numero rilevante di famiglie, infatti, ha manifestato l’interesse di esplorare il territorio (spostandosi tra i vari Comuni) alla ricerca di esperienze di intrattenimento che possano contribuire a rendere le vacanze sempre più dinamiche, formative e divertenti.

Tramite la realizzazione di “Cimone4Kids” e il consolidamento del brand “Appennino family friendly”, dunque, si intende perseguire un obiettivo chiaro: potenziare gli investimenti a livello quantitativo e qualitativo sull’offerta di intrattenimento locale rivolta alle famiglie e ai bambini, per attirare specialmente la Generazione X e i Millennials, ovvero due target group in costante crescita, ma non ancora pienamente “fidelizzati”.

L’inserimento all’interno della rassegna di attività previste nei mesi autunnali rappresenta altresì un tentativo per attrarre nuovi flussi di pubblico al di fuori dell’alta stagione estiva.

### **2) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione**

- **accessibilità:** L'ideazione e la realizzazione di "Cimone4Kids" deve necessariamente tenere in considerazione l'inclusività e l'accessibilità come imprescindibili "principi guida". Inoltre, il progetto si prefigge di valorizzare l'interazione e l'aggregazione sociale e di promuovere la "cultura del rispetto reciproco".

Tra le innumerevoli proposte di intrattenimento contemplate dalla rassegna, saranno poste in evidenza le iniziative che si svolgeranno in spazi agevolmente raggiungibili e le esperienze totalmente fruibili da bambini con disabilità motorie.

In aggiunta, tutti i laboratori didattici garantiranno il completo abbattimento delle barriere cognitive attraverso attività manuali e giochi sensoriali.

- **sostenibilità:** Un filone di iniziative inserite in "Cimone4Kids" (contrassegnato da un marchio identificativo) sarà dedicato all'educazione ambientale. Attraverso la pianificazione di laboratori di riciclo creativo, di esperienze all'aria aperta e di attività legate alla conoscenza delle risorse del territorio (ciclo di vita delle piante, ciclo dell'acqua...) si cercherà di trasmettere ai bambini la consapevolezza della fragilità degli ecosistemi, incoraggiandoli a coltivare una forte empatia con l'ambiente naturale.

- **innovazione:** Creare un calendario unitario e coordinato (per gli otto comuni aderenti al progetto) di iniziative destinate a un unico target group ben definito implica che si innovino le modalità di progettazione adottate negli ultimi anni: i Comuni e gli attori privati collaboreranno proficuamente per strutturare un programma condiviso di iniziative nell'ottica di fortificare la coesione della rete territoriale mediante l'offerta di intrattenimento turistico.

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

Come si evince dal sintetico elenco delle iniziative in programma (punto n.1 della sezione "Azioni"), "Cimone4Kids" si concentrerà primariamente proprio sulla valorizzazione degli elementi identitari dell'Appennino Modenese: le esperienze didattiche, le attività all'aria aperta e i laboratori creativi saranno diretti a stimolare l'interesse e la curiosità dei più piccoli nei confronti del patrimonio storico-culturale, delle tradizioni locali (gastronomia e artigianato) e delle bellezze naturali del territorio.

Rendere la conoscenza del Frignano "a misura di bambino" costituisce il presupposto basilare intorno a cui verterà l'intera rassegna, finalizzata a soddisfare efficacemente le aspettative e le esigenze delle famiglie, nell'ottica di indurre conseguentemente il prolungamento dei periodi di permanenza e l'incremento degli investimenti in montagna.

Garantire un'offerta turistico-ricreativa varia, attiva ed emozionante, che ben si concili con le attrazioni naturali e culturali, significa aumentare esponenzialmente le possibilità che un turista decida di ritornare in Appennino.

### **4) Caratteristiche di integrazione e diversificazione di prodotti e servizi inerenti a settori economici diversi** **Il progetto "Cimone4Kids" interessa complessivamente diversi ambiti che, combinati tra loro, concorrono a forgiare l'identità turistico-culturale dell'Appennino Modenese.**

Attraverso il coinvolgimento di professionalità locali e di educatori esperti, la rassegna consentirà alle famiglie e ai giovanissimi di vivere esperienze memorabili a stretto contatto con il territorio: non mancheranno coinvolgenti laboratori didattici dedicati all'artigianato locale (lavorazione della pietra e del legno) e ai prodotti tipici (in particolare, Parmigiano Reggiano, crescentine, frutti di bosco e castagne) e attività ludiche da praticare all'aria aperta o presso i numerosi impianti sportivi presenti in montagna.

Occorre specificare, inoltre, che "Cimone4Kids" non si limiterà a promuovere solamente le iniziative organizzate direttamente dai Comuni, ma permetterà anche ai tanti soggetti privati attivi sul territorio (Guide Ambientali Escursionistiche, associazioni di promozione sociale, organizzazioni di volontariato, animatori, esercizi commerciali, gestori di strutture sportive, maneggi, caseifici, aziende agricole...) di pubblicizzare le proprie attività nel caso in cui risultino coerenti con i contenuti e le finalità del progetto.

In questo modo, nell'intento di rafforzare la rete territoriale, si desidera consolidare i legami con i vari attori operanti in Appennino, che senza dubbio rappresentano una risorsa preziosa per assicurare adeguati servizi di animazione e accoglienza turistica.

Breve report dell'edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità (solo per progetti ricorrenti già presentati nelle scorse edizioni del PTPL):

Criteri e modalità di riscontro dei risultati:

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
“Cimone4Kids 2025 - Una montagna a misura di bambino”	- Numero di accessi alla scheda caricata sul sito della Redazione Locale; - Registrazione del numero di partecipanti alle varie iniziative.
Stampa di materiale informativo	Quantità di copie distribuite
Comunicazione sui canali social del marchio “Appennino family friendly”	Numero di visualizzazioni e interazioni

#### PIANO FINANZIARIO

<b>Spese per eventi o manifestazioni, di carattere enogastronomico, culturale, storico, religioso, naturale, sociale, ludico, sportivo e ricreativo, iniziative complementari all'offerta turistica del Territorio Turistico di Bologna-Modena</b>	
Ideazione e organizzazione eventi o manifestazioni	€ 2.000,00
Realizzazione eventi o manifestazioni	€ 21.400,00
Ideazione, realizzazione e promozione di itinerari tematici e esperienze	€ 4.500,00
Comunicazione media e social media	€ 1.000,00
Stampa di materiale informativo (n. 2000 opuscoli promozionali in A5 in lingua italiana)	€ 1.100,00
Altro (specificare)	€ /
<b>TOTALE</b>	<b>€ 30.000,00</b>

**TOTALE SPESE PREVISTE: € 30.000,00**

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 30.000,00**

**PUNTEGGIO: 80**

**FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA**

## 2) Comune di Maranello per STTI - IAT R

P.G. n. 40011 del 18/11/2024  
Integrazioni P.G. n. 40296 del 20/11/2024  
Estremi riconoscimento ufficio:  
Determinazione numero 1850 del 23/10/2023

### **SEDE**

Corso Umberto I 28, 41029 Sestola

### **RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO**

Tutti i Comuni che fanno parte del Sistema Turistico Territoriale Intercomunale organizzano nel corso dell'anno numerosi eventi con una forte valenza di animazione e intrattenimento turistico, secondo una programmazione che prevede sia una serie di appuntamenti consolidati, sia alcune novità.

Nel corso del 2024 sono stati diffusi e pubblicizzati attraverso il sito Maranelloplus n. 279 eventi connotati da attrattività turistica e che, grazie alla varietà di opportunità che offre il territorio del STTI, presentano un'offerta che già si declina sulle linee di prodotto identificate per il Territorio di Modena dal PPCT 2025: City break, Cultura, Outdoor, Sport, Natura e benessere, Food & wine, Motori e Mice.

Nel 2025 milioni di pellegrini da tutto il mondo raggiungeranno Roma in occasione del Giubileo. Moltissimi di questi, non solo dall'Italia e dall'Europa, sceglieranno di mettersi in viaggio a piedi, lungo le antiche vie di pellegrinaggio medievali e percorsi più recenti nati negli ultimi anni. Il territorio del Sistema Turistico Territoriale Intercomunale (STTI) è attraversato da numerose vie e cammini tra i quali, in termini di importanza e storicità, la Via Romea Germanica Imperiale, la Via Vandelli, il Cammino di S. Giulia e la Via Bibulca. Nella prospettiva dell'apertura dell'Anno Santo e dell'arrivo di numerosi pellegrini che vorranno percorrere a piedi anche i cammini, si pongono i seguenti obiettivi da raggiungere:

- valorizzare storicità e tradizioni dei luoghi del STTI che intrecciano i cammini e le vie;
- sostenere il patrimonio naturalistico e culturale, anche offrendo itinerari suggestivi e nuove modalità di visita e scoperta con nuove tecnologie;
- formulare offerte diversificate per la percorrenza dei cammini, che considerino anche le persone con disabilità motorie, sensoriali e cognitive;
- promuovere con maggiore efficacia il STTI e i prodotti turistici relativi ai cammini attraverso i diversi canali digitali (FB, Instagram, Youtube, TikTok).

Azioni/iniziative che si intendono svolgere nel corso del 2025 (esplicitare in dettaglio gli interventi in cui si articola il progetto, inserendo per gli eventi anche le date previste, max. 1 pagina)

Nel corso del 2025 si intendono svolgere le seguenti azioni:

- un'azione di monitoraggio per la manutenzione ordinaria della segnaletica esistente e dei percorsi in collaborazione con le associazioni dei cammini e con il CAI, finalizzata a migliorarne la fruibilità e la conoscenza; azione di monitoraggio e manutenzione ordinaria della segnaletica
- un'azione per rendere più accessibili e "smart" i cammini all'interno del STTI attraverso la digitalizzazione. Si intende realizzare un innovativo progetto di digitalizzazione integrata, basato sulla piattaforma Artplace, puntando

a: 1) implementare l'accessibilità culturale e intellettuale dei contenuti 2) ampliare il bacino dei pubblici 3) migliorare la user experience dei visitatori. Artplace si basa su un approccio data driven mediante l'utilizzo della tecnologia iBeacon, per la mappatura del territorio e dei punti di interesse fruibile comodamente dallo smartphone, per la diffusione dei contenuti relativi ai percorsi, ai beni culturali e paesaggistici del territorio preso in esame. Per fare questo si prevede l'installazione di 40 dispositivi beacon in punti strategici lungo i percorsi dei 4 cammini principali del STTI (Via Vandelli, Via Germanica Imperiale, Cammino di S. Giulia e Via Bibulca) del STTI, secondo una metodologia innovativa e ragionata in base ai principi della Smart City. I visitatori saranno così guidati nel percorrere i cammini e apprezzare le emergenze storiche e naturalistiche, attraverso informazioni multimediali direttamente sullo smartphone.

- un'azione di comunicazione e rafforzamento social media strategy. Le pagine social oltre ad essere strumento di comunicazione e di informazione devono sempre più diventare strumenti di promozione del territorio. L'attività di web content si esplicherà principalmente nella redazione e ottimizzazione di contenuti e news. Le attività di web content saranno dirette al sito maranelloplus, portale di promozione turistica dei 7 Comuni aderenti al STTI.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

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

Il progetto avrà sicuramente una forte attrattività turistica, poiché i cammini, già dopo la pandemia, hanno avuto un crescente successo, che, abbinato alla circostanza dell'Anno Santo nel 2025, sicuramente si incrementa nell'anno entrante, motivo per cui è necessario preparare un'offerta sui cammini principali del STTI, che possa renderli interessanti e facilmente fruibili. La tecnologia Beacon, consentirà di ottenere numerosi vantaggi a livello di attrattività turistica, implementando l'interazione e l'engagement tra utenti e il contesto turistico e culturale e consentendo di arricchire e migliorare la fruizione dell'esperienza da parte dei turisti, anche senza la rete internet.

**2) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione I beacon costituiscono senza dubbio una tecnologia che consente di aumentare il livello di accessibilità, sulla base delle seguenti principali caratteristiche:**

·Fornitura di informazioni in tempo reale e geolocalizzate. I beacon possono essere utilizzati per fornire indicazioni in tempo reale alle persone con disabilità visiva o uditiva. Ad esempio, un beacon essere utilizzato per infrastrutturare un itinerario di visita e fornire informazioni sulla modalità di fruizione dello stesso a una persona ipovedente o ipovedente.

Personalizzazione dell'esperienza: i beacon consentono di customizzare l'esperienza di visita delle persone con disabilità. Ad esempio, un beacon può essere utilizzato per fornire informazioni in un formato accessibile a una persona con disabilità visiva.

·Indicazioni sul percorso: i beacon possono essere utilizzati per fornire informazioni sui percorsi di visita, per indicare a una persona con disabilità motoria che un percorso è accessibile.

Informazioni sui punti di interesse: i beacon possono essere utilizzati per favorire la fruizione di informazioni accessibili sui punti d'interesse (POI) individuati lungo i percorsi di visita outdoor e indoor.

In conclusione, la tecnologia beacon possiede un potenziale significativo per migliorare l'accessibilità dei luoghi di attrazione turistica per persone con fragilità.

- **Risparmio energetico:** nel contesto di un sistema di localizzazione, i beacon fungono da trasmettitori di segnali. Grazie all'uso di una versione a basso consumo del Bluetooth (BLE), possono funzionare per anni con una singola batteria.
- **Precisione:** i beacon operano alla frequenza di 2,4 GHz, la stessa utilizzata comunemente nelle reti Wi-Fi. Grazie alla loro notevole flessibilità, i problemi legati alle interferenze possono essere compensati in modo semplice.
- **Sicurezza e privacy:** siccome i beacon emettono segnali in uscita, non presentano rischi di sicurezza intrinseci nella trasmissione stessa. Uno dei punti di forza dei beacon è legato alla privacy, poiché consentono agli utenti di controllare e gestire le proprie impostazioni attivando o disattivando il Bluetooth e i servizi di posizione.
- **Economicità:** i costi principali associati ad un'infrastruttura beacon includono l'hardware (che comprende anche i costi di installazione), il servizio dati e i ricevitori. Il numero dei dispositivi necessari dipende dalle dimensioni dell'area da digitalizzare e dalla copertura richiesta

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

La promozione dei cammini e la loro migliore fruibilità é in grado di innescare un processo virtuoso di conoscenza dei luoghi e della loro storia, amplificatore e attrattore di presenze. E' opportuno un monitoraggio continuo delle dinamiche evolutive del territorio e un confronto con gli stakeholder e i fruitori per eventualmente risintonizzare il rapporto tra aspettative, sistema di offerta e grado di soddisfazione. Più che di place branding si potrebbe parlare di place doing come processo integrato e coerente di azioni territoriali e di comunicazione.

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

Il Focus sui cammini che attraverso il presente progetto si intende proporre per il Giubileo, sarà l'occasione per conoscere meglio il territorio del STTI e per poter ideare, realizzare e promuovere nuovi itinerari interpretare le diverse richieste ed aspirazioni dei turisti e proporre varie possibilità destinate a target group, come identificati nelle linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale 2025-2027.

Breve report dell'edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità (solo per progetti ricorrenti già presentati nelle scorse edizioni del PTPL):

Non é un progetto ricorrente

Criteri e modalità di riscontro dei risultati:

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
monitoraggio per la manutenzione ordinaria della segnaletica e dei percorsi dei 4 cammini	conclusione del procedimento entro 4 mesi
accessibilità dei cammini all'interno del STTI attraverso la digitalizzazione.	mappatura e piano di installazione entro settembre 2025
comunicazione e rafforzamento social media strategy	n. post e n. comunicati



**SPESE**

Spese per eventi o manifestazioni, di carattere enogastronomico, culturale, storico, religioso, naturale, sociale, ludico, sportivo e ricreativo, iniziative complementari all'offerta turistica del Territorio Turistico di Bologna-Modena	
Ideazione e organizzazione eventi o manifestazioni	€ _____
Realizzazione eventi o manifestazioni	€ _____
Ideazione, realizzazione e promozione di itinerari tematici e esperienze - beacon (€ 5.465,60) - ideazione cartina turistica cammini STTI (€ 5.124)	€ 10.589,60
Comunicazione media e social media	€ 18.300,00
Stampa di materiale informativo (specificare tipologia, quantitativi, lingua: cartina turistica dei 4 cammini principali del STTI e indicazione dei luoghi di culto lungo i percorsi o nei pressi. 10.000 pezzi. ITA/ENG)	€ _____
Altro (specificare)	€ _____
<b>TOTALE</b>	<b>€ 28.889,60</b>

**TOTALE SPESE PREVISTE: € 28.889,60**

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 28.889,60**

**PUNTEGGIO: 62**

**FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA**

### 3) Unione Terre di Castelli - IAT

P.G. n. 40030 del 18/11/2024

Estremi riconoscimento ufficio:

Determinazione numero 539 del 09/04/2024

#### **SEDE**

Piazza Roma 5, 41014 Castelvetro di Modena

#### **RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO**

##### 1. Esperienze Food & Wine

Negli ultimi due/tre anni, l'Unione Terre di Castelli ha consolidato il progetto relativo all'offerta esperienziale nel settore food & wine, creando una sezione dedicata sul sito ufficiale, utile sia per turisti che per operatori del settore. Questo database rappresenta un punto di riferimento che va oltre la semplice visita di luoghi, la partecipazione a eventi o il seguire itinerari prestabiliti: [www.terredicastelli.eu/esperienze](http://www.terredicastelli.eu/esperienze).

Attraverso un impegno interno e specialistico nel comparto agroalimentare, eccellenza distintiva del territorio, le esperienze offerte da aziende agricole e realtà private arricchiscono il viaggio del visitatore, promuovendo una comprensione culturale profonda e creando connessioni autentiche. Queste iniziative si distinguono per unicità e contribuiscono alla destagionalizzazione dei flussi turistici, con particolare attenzione ai mesi primaverili e autunnali. Tuttavia, il percorso non è ancora concluso. Esistono altre realtà potenzialmente di qualità che necessitano di supporto per sviluppare un'offerta turistica fruibile e accattivante. Una collaborazione pubblico-privata mirata al loro potenziamento è fondamentale.

Per implementare con successo un approccio al turismo esperienziale, si intende progettare itinerari tematici che includano una gamma di attività coinvolgenti e significative.

Obiettivi principali: ampliare e segmentare l'offerta turistica, anche al di fuori dei grandi eventi; prolungare la permanenza dei visitatori e destagionalizzare l'offerta turistica per una maggiore attrattività del territorio.

##### 2. Outdoor Active & Slow: il Cammino dell'Unione

Il territorio delle Terre di Castelli è attraversato da importanti cammini e vie di pellegrinaggio, tra cui la Via Vandelli, la Via Romea Nonantolana, la Via Romea Germanica Imperiale e il Cammino dell'Unione. L'Unione Terre di Castelli sostiene attivamente il percorso progettuale dell'Associazione della Via Vandelli, contribuendo al processo di istituzionalizzazione della provincia di Modena. Nel 2024, ha già partecipato al progetto di segnaletica per i comuni di Castelnuovo e Castelvetro. Inoltre, l'Unione collabora allo sviluppo della Via Romea Nonantolana, con il coinvolgimento dei comuni attraversati; questa via collega il tratto occidentale con quello orientale, attraversando tutti i comuni dell'Unione Terre di Castelli.

Il Cammino dell'Unione rappresenta una straordinaria opportunità per il territorio. Ideato da soggetti privati, questo itinerario è sostenuto da diversi anni dall'Unione in collaborazione con il Comune di Vignola, con il contributo di risorse umane ed economiche. Il cammino collega la pianura ai comuni del primo appennino, estendendosi fino alla provincia di Bologna. Per favorire l'istituzionalizzazione del percorso, è in corso il progetto di segnaletica ufficiale, in collaborazione con l'Ente Parchi Emilia Centrale, nonché la validazione ufficiale dell'itinerario.

Gli obiettivi principali del progetto sono: favorire la permanenza degli escursionisti per un periodo di 5 giorni; generare ricadute economiche e sociali per gli operatori locali, tra cui strutture ricettive, ristoranti ed esercizi pubblici; promuovere nuove attività ricettive in località montane, attualmente meno servite, incrementandone l'offerta turistica.

##### 3. Il passaporto delle sagre ed eventi nelle Terre di Castelli

Il progetto prevede la creazione di un "passaporto" fisico, che verrà distribuito ai partecipanti delle sagre ed eventi selezionati nelle Terre di Castelli. I visitatori avranno l'opportunità di collezionare timbri partecipando a una varietà

di eventi e attività. Raggiungendo determinati obiettivi, come la partecipazione a un numero specifico di eventi, i partecipanti potranno accedere a premi, sconti o esperienze esclusive, incentivando così la loro partecipazione attiva. Obiettivi del Progetto: valorizzare le tradizioni locali, promuovendo le sagre, gli eventi enogastronomici e le manifestazioni culturali che riflettono l'identità del territorio, preservando e diffondendo le sue eccellenze; incrementare il turismo locale, stimolando la scoperta dei diversi comuni e delle offerte uniche di ciascuna località, contribuendo a diversificare l'offerta turistica; creare un sistema di fidelizzazione, incentivando la partecipazione attiva dei visitatori a più eventi; costruire un database mirato alla promozione attraverso la Redazione Locale e facilitare la promo-commercializzazione tramite la DMO.

Il progetto, pertanto, si propone non solo come uno strumento di attrazione turistica, ma anche come una strategia di marketing territoriale, volta a rafforzare l'identità delle Terre di Castelli e a sostenere lo sviluppo economico e sociale del territorio.

Azioni/iniziative che si intendono svolgere nel corso del 2025 (esplicitare in dettaglio gli interventi in cui si articola il progetto, inserendo per gli eventi anche le date previste, max. 1 pagina)

1. Per raggiungere il progetto di implementazione e miglioramento dell'offerta esperienziale food & wine nelle Terre di Castelli, è necessario intraprendere le seguenti azioni operative:

- integrare le realtà locali che offrono o possono offrire esperienze;
- fornire formazione e supporto alle aziende per migliorare l'accoglienza turistica e sviluppare attività coinvolgenti, anche in chiave accessibile ed inclusiva;
- creare un itinerario integrato che colleghi esperienze tematiche, stagionali e culturali (Rocche Borghi Castelli), coinvolgendo operatori e servizi locali;
- promuovere l'offerta attraverso il sito web, campagne digitali, media, collaborazioni con enti turistici (Redazione Locale), promo-commercializzazione (DMO);
- raccolta feedback dagli operatori;

2. Per sviluppare il Cammino dell'Unione, le azioni principali da intraprendere sono:

- installazione della segnaletica ufficiale con il contributo di Ente Parchi Emilia Centrale e garantire la validazione ufficiale e formale dell'itinerario;
- promozione dell'itinerario con campagne di marketing social e portali del settore;
- proseguire con la partecipazione alla fiera FA' LA COSA GIUSTA, mirata a questo target che si tiene a Milano a fine marzo di ogni anno;
- istituzionalizzazione del Cammino da parte di Unione Terre di Castelli e affidamento gestione, presumibilmente nel 2026.

3. Azioni per sviluppare Il Passaporto delle Sagre ed Eventi nelle Terre di Castelli:

- progettazione del Passaporto: Creare un passaporto fisico con pagine dedicate agli eventi partecipanti e timbri per ogni visita, con premi e incentivi al raggiungimento di obiettivi stabili;
- coinvolgimento di Stakeholder: collaborare con associazioni locali, Comuni, Pro Loco e enti del territorio per la promozione e il supporto al progetto;
- distribuzione del passaporto presso gli IAT DIFFUSI, IAT TERRE DI CASTELLI ed altri eventuali per la consegna gratuita al visitatore;
- promozione: attivare campagne social e media, e offrire premi per i partecipanti, incentivando visite multiple;
- monitoraggio: valutare l'affluenza e aggiornare l'iniziativa per mantenerla attrattiva.
- favorire la creazione di pacchetti turistici integrati all'offerta esperienziale e culturale (borghi rocche castelli) del territorio.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

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

I progetti si ritiene possiedano una significativa valenza turistica, in quanto sono in grado di potenziare l'attrattività del territorio delle Terre di Castelli attraverso una strategia mirata che integra tradizioni locali, esperienze enogastronomiche e manifestazioni culturali uniche. Promuovendo curiosità e l'interesse di un ampio pubblico, incentivando la scoperta delle specificità territoriali e l'approfondimento delle tradizioni locali.

Le offerte esperienziali, la proposta del Cammino dell'Unione e il passaporto sagre ed eventi, non solo promuovono la partecipazione attiva di diversi target di utenti, ma contribuisce ad allungare i tempi di permanenza e a destagionalizzare i flussi turistici. Ciò si traduce in un incremento del numero di presenze sostenibile distribuito lungo l'intero anno.

Il progetto favorisce la visibilità di piccole realtà e attività ricettive, con ricadute economiche: operatori enogastronomici, strutture ricettive e altri fornitori di servizi, generando un impatto positivo sul tessuto economico e sociale del territorio.

2) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione

Esperienze Food & Wine: Accessibili tramite un sito web interattivo, sostenibili per la promozione del turismo destagionalizzato e per il supporto alle piccole realtà locali. Innovativi grazie a un database online e itinerari tematici personalizzabili.

Cammino dell'Unione: Accessibile a tutti grazie alla segnaletica ufficiale, sostenibile per la promozione del turismo lento e per la valorizzazione dell'area protetta del Parco dei Sassi di Roccamalatina e aree montane in generale. Innovativo nell'integrazione del cammino con le risorse naturali e culturali del territorio.

Passaporto delle Sagre ed Eventi: Accessibile tramite un sistema semplice di timbri, sostenibile per la destagionalizzazione dei flussi turistici e il supporto alle tradizioni e cultura identificativa locali. Innovativo grazie alla fidelizzazione dei visitatori.

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

I progetti descritti in sintesi, rinforzano l'identità culturale ed economica delle Terre di Castelli, favorendo il rafforzamento della sua attrattività turistica e contribuendo a qualificare e rivitalizzare il territorio, attraverso una valorizzazione sostenibile e autentica delle sue risorse locali. Nel particolare:

- valorizzano l'eccellenza agroalimentare locale, espressione autentica delle tradizioni culinarie del territorio e promuovono esperienze uniche, contribuendo alla loro crescita e sostenibilità.
- rinforzano l'identità culturale legata al cibo e al vino, creando un legame profondo con i visitatori e stimolando il turismo durante tutto l'anno.
- valorizzano il patrimonio naturale unito a quello storico-cultura delle Terre di Castelli;
- promuovono la scoperta delle bellezze naturali e dei borghi, stimolando la rivitalizzazione di località montane meno servite e favorendo la creazione di nuove strutture ricettive;
- attraverso la promozione di sagre ed eventi tradizionali, il progetto celebra le usanze locali, che sono parte integrante dell'identità del territorio e della comunità, incentivandone la partecipazione;
- favoriscono un turismo che esplora in profondità le tradizioni, contribuendo alla sostenibilità sociale ed economica.

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

I tre progetti descritti presentano un forte livello di integrazione e diversificazione dei settori economici, creando un'offerta turistica completa e variegata che stimola e coinvolge diverse realtà locali.

Questi progetti favoriscono l'integrazione tra diversi settori, come enogastronomia, turismo, cultura e ricettività, delle rispettive realtà locali, e promuovono una diversificazione delle esperienze offerte, aumentando l'attrattività del territorio e supportando lo sviluppo di più attività locali.

Esperienze Food & Wine: integra il settore agroalimentare con quello turistico e culturale, offrendo esperienze enogastronomiche diversificate che promuovono le eccellenze locali. Queste esperienze stimolano il turismo destagionalizzato, favorendo la permanenza dei visitatori durante tutto l'anno.

Cammino dell'Unione: combina il turismo naturale, storico, culturale e agroalimentare, offrendo un percorso che attraversa più settori, come la ricettività, la ristorazione e le attività commerciali locali. Diversifica l'offerta con esperienze per escursionisti, pellegrini e turisti in cerca di un contatto autentico con la natura.

Passaporto delle Sagre ed Eventi: integra la cultura, l'enogastronomia e il turismo, promuovendo eventi e manifestazioni che coinvolgono diversi attori locali. Diversifica l'offerta turistica, creando un sistema di fidelizzazione che incentiva la partecipazione a più eventi e arricchisce l'esperienza del visitatore.

Breve report dell'edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità (solo per progetti ricorrenti già presentati nelle scorse edizioni del PTPL):

Per quanto riguarda il Cammino dell'Unione, il progetto rappresenta un'importante novità evolutiva che vedrà la sua realizzazione nel 2025, negli anni precedenti le problematiche sono state essenzialmente solo economiche.

L'ampliamento dell'offerta esperienziale in ambito enogastronomico costituisce un'evoluzione del progetto iniziale: pur continuando a esplorare nuove esperienze da offrire, l'innovazione principale risiede nella progettazione di itinerari che integrano le esperienze già esistenti, valorizzandole ulteriormente.

Il "Passaporto delle Sagre ed Eventi delle Terre di Castelli" rappresenta invece un'assoluta novità, mai proposta prima, che mira a rafforzare l'attrattività del territorio attraverso un sistema di fidelizzazione per i visitatori.

Criteria e modalità di riscontro dei risultati:

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Itinerari esperienziali e nuove esperienze offerte	- numero itinerari esperienziali proposti e promossi; - numero nuove esperienze offerte; - monitoraggio e verifica presso le attività private
Allestimento segnaletica Cammino Unione	Entro il 31.12.2025 come da convenzione con Ente Parchi Emilia Centrale è previsto il termine ultimo per la definizione del progetto. Salvo criticità, l'istituzionalizzazione dell'itinerario sarà possibile nel corso dell'anno 2026, con affidamento a soggetto/associazione gestore.

Passaporto Sagre ed Eventi delle Terre di Castelli	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Numero totale di passaporti distribuiti;</li> <li>- Numero di eventi visitati per passaporto;</li> <li>- Numero di timbri raccolti rispettivi per manifestazioni visitate;</li> <li>- Registrazione digitale per ciascun visitatore che riceve il passaporto e che effettua il timbro per raccolta dati e relativa statistica;</li> </ul>
--	--

## PIANO FINANZIARIO

Spese per eventi o manifestazioni, di carattere enogastronomico, culturale, storico religioso, naturale, sociale, ludico, sportivo e ricreativo, iniziative complementari all'offerta turistica del Territorio Turistico di Bologna-Modena	
Ideazione e organizzazione eventi o manifestazioni	€ _____
Realizzazione eventi o manifestazioni	€ _____
Ideazione, realizzazione e promozione di itinerari tematici e esperienze	€ 9.700,00
Comunicazione media e social media	€ 1.000,00
Stampa di materiale informativo (specificare tipologia, quantitativi, lingua: _____)	€ 7.200,00
Altro: promozione visite guidate Sagre ed eventi e esperienze	€ 2.000,00
<b>TOTALE</b>	<b>€ 19.900,00</b>

**TOTALE SPESE PREVISTE: € 19.900,00**

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 19.900,00**

**PUNTEGGIO: 58**

**FASCIA DI VALUTAZIONE: BASSA**

#### 4) Comune di Modena - IAT R

P.G. n. 40057 del 19/11/2024

Estremi riconoscimento ufficio:

Determinazione numero 1314 del 02/08/2024

#### **SEDE**

Piazza Grande 14, 41121 Modena

#### **RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO**

Il progetto prevede la progettazione e la realizzazione di un programma annuale di visite guidate tematiche, speciali e di approfondimento dei luoghi del Sito Unesco di Modena (Torre Ghirlandina, Sale Storiche, Acetaia Comunale). Le esperienze di visita verranno proposte secondo metodologie innovative e fortemente coinvolgenti. Il programma verrà promosso sul portale visitmodena e attraverso una campagna social dedicata. Si prevede inoltre la stampa del programma da distribuire in vari luoghi di interesse dei turisti a partire dall'ufficio di Informazione Turistica.

Azioni/iniziative che si intendono svolgere nel corso del 2025 (esplicitare in dettaglio gli interventi in cui si articola il progetto, inserendo per gli eventi anche le date previste, max. 1 pagina)

Nel corso del 2025 alcune delle esperienze di visita presso questi luoghi altamente frequentati dai turisti verranno proposte in una veste nuova e più inerente ai nuovi bisogni.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

Verrà realizzato un programma annuale di : visite guidate in lingua inglese e/o francese alla Torre, visite guidate "COMBO" alla Torre e alle sale del Palazzo Comunale, visite guidate all'Acetaia Comunale; visite guidate tematiche e di approfondimento, visite speciali, Aperitivi in Torre, visite guidate "all'alba" con colazione, performance teatralizzate con attori/cantanti, attività per bambini interattive (Escape Room multimediale/caccia al tesoro/misteri della torre/caccia al personaggio), organizzazione di cicli di visite guidate con tematiche legate alla storia, ai luoghi dell'arte, alle nuove realtà storico-artistiche recuperate, e ai personaggi di Modena e del suo territorio.

Il programma di animazione e intrattenimento sarà veicolato attraverso azioni di informazione e promozione digitale, social e web, innovative.

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

Il programma di animazione e intrattenimento proposto ha la finalità di potenziare l'attrattività turistica dei luoghi interessati (Torre Ghirlandina, Sale Storiche, Acetaia Comunale). Grazie alla partecipazione attiva del personale coinvolto, caratterizzato da una specifica e puntuale preparazione in ambito storico e artistico, di attori professionisti, con i quali verranno ideati percorsi teatralizzati ad hoc e di professionisti del settore della comunicazione e della valorizzazione dei luoghi della cultura, il progetto ha le caratteristiche di scientificità, originalità e coerenza nei contenuti, capace di incentivare l'offerta e attrarre significativi flussi di pubblico.

#### **2) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione**

- Accessibilità: le visite guidate saranno accessibili a tutti tranne quelle realizzate in Torre che non permette l'accesso a chi ha disabilità (es. disabilità psicomotorie).
- Sostenibilità: verrà privilegiata la promozione e bigliettazione/prenotazione digitale al fine di adottare prassi di sostenibilità ambientale.

- Innovazione al fine di incrementare le visite per stranieri verranno potenziate le visite in lingua. Nei veri luoghi di interesse, verranno inoltre sperimentate visite notturne al fine di sfruttare e valorizzare il nuovo impianto di illuminazione. Oltre alle attività di animazione sopra descritte, per potere dare una risposta concreta alla domanda di pubblico rilevata in questi anni di gestione, verranno ideati e realizzati di N. 4 leggi da porre al piano della Sala dei Torresani e da posizionare ai 4 lati sotto le finestre, indicanti la skyline della città e i punti di maggior interesse turistico-culturale.

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

Il programma di animazione e intrattenimento proposto ha la finalità di valorizzare e promuovere alcuni elementi identitari del territorio. Di seguito, a titolo esemplificativo, alcuni temi che saranno trattati: la storia de La Secchia rapita e la figura di Tassoni; la torre Ghirlandina e la sua architettura, con particolare approfondimento sui capitelli scolpiti del piano dei Torresani; il libero Comune; la Ghirlandina e la sua funzione di Torre Civica; San Geminiano; le famiglie e i personaggi nobiliari della Modena ottocentesca; visite di approfondimento del paesaggio che si può ammirare dalla Sala dei Torresani della Torre Ghirlandina; con le Visite guidate “all’alba” con colazione, alla fine della visita viene offerto caffè e torta tipica modenese: il Bensone è il dolce più classico di Modena, il vero e proprio simbolo della città;; visita guidate alle sale storiche concentrate su il Tassoni e Ludovico Castelvetro, I Miracoli di San Geminiano; Lodovico Lana; percorso artistico nelle sale storiche dal rinascimento all’Ottocento; Nicolò Dell’abate nella sala del fuoco; le visite guidate dell’Acetaia comunale a cura della Consorzeria con illustrazione delle origini e delle caratteristiche dell’Aceto Balsamico Tradizionale di Modena.

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

Per la sua stessa natura la filiera del turismo è trasversale e coinvolge diversi settori economici, commercio, agricoltura, artigianato, ricettività, ristorazione, trasporti, professioni turistiche regolamentate e molto altro. L’obiettivo primario, qualificando l’offerta finalizzata ad incrementare i flussi di pubblico, anche grazie alla collaborazione con l’attività svolta dalla DMO, rimane di generare soggiorni più lunghi, con una maggiore ricaduta dell’economia turistica e sul suo indotto che rimane una delle priorità essendo il turismo definito dai pernottamenti.

Breve report dell’edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità (solo per progetti ricorrenti già presentati nelle scorse edizioni del PTPL)

Alcune delle attività già realizzate in passato verranno riproposte in una nuova veste a seguito di un “restyling progettuale”. Si pensa, infatti, che le rassegne diventate un appuntamento fisso, possano consolidare ed aumentare ancor di più la visibilità e “popolarità” ai luoghi di interesse turistico sopra menzionati. Per il 2025 si prevede di potenziare la comunicazione e promozione del programma delle iniziative, soprattutto per i luoghi meno conosciuti, le principali novità riguarderanno lo svolgimento di visite guidate e/o teatralizzate in orario diurno e serale, legate anche all’estensione dell’orario di apertura della Torre Ghirlandina.

Criteri e modalità di riscontro dei risultati:

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Progettazione e realizzazione del programma annuale attività di animazione e intrattenimento	Analisi con cadenza trimestrale dello stato di realizzazione del programma



Progettazione e realizzazione di una strategia di comunicazione	Monitoraggio degli strumenti di comunicazione attivati (n. dépliant distribuiti, n. post pubblicati sui social, ecc....)
Monitoraggio dei risultati	Monitoraggio trimestrale quantitativo e qualitativo (n. dei partecipanti e raccolta delle criticità e/o apprezzamenti)

**PIANO FINANZIARIO**

<b>Spese per eventi o manifestazioni, di carattere enogastronomico, culturale, storico religioso, naturale, sociale, ludico, sportivo e ricreativo, iniziative complementari all'offerta turistica del Territorio Turistico di Bologna-Modena</b>	
Ideazione e organizzazione eventi o manifestazioni	€ _____
Realizzazione eventi o manifestazioni	€ _____
Ideazione, realizzazione e promozione di itinerari tematici ed esperienze	€ 23.000,00
Comunicazione media e social media	€ 2.000,00
Stampa di materiale informativo (specificare tipologia: 1000 depliant in lingua italiana per le visite, mentre i quantitativi in lingua inglese sono in corso di definizione sulla base dei dati 2024)	€ 5.000,00
Altro (specificare)	€ _____
<b>TOTALE</b>	<b>€ 30.000,00</b>

**TOTALE SPESE PREVISTE: € 30.000,00**

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 30.000,00**

**PUNTEGGIO: 92**

**FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA**