

ALLEGATO 1



PROGRAMMA TURISTICO DI PROMOZIONE LOCALE 2022 DELLA PROVINCIA DI MODENA

Graduatorie dei progetti ammessi

1. SERVIZI TURISTICI DI BASE RELATIVI ALL'ACCOGLIENZA, ANIMAZIONE E INTRATTENIMENTO TURISTICO

| Ente proponente | STRUTTURE IAT | punti | Valutazione | posizione | Costi previsti |
|-------------------|----------------|-------|-------------|-----------|-----------------------|
| Comune di Modena | IAT MODENA | 73,89 | Buono | 1 | € 500.348,80 |
| Comune di Sestola | IAT DEL CIMONE | 63,28 | Sufficiente | 2 | € 623.430,66 |
| Totale | | | | | € 1.123.779,46 |

I costi previsti sono riportati al netto delle spese per il personale rimborsate dalla Regione Emilia-Romagna.

2. AZIONI DI PROMOZIONE TURISTICA LOCALE

| Ente proponente | Area di intervento | punti | Valutazione | posizione | Costi previsti |
|--------------------|--------------------|-------|-------------|-----------|---------------------|
| Comune di Carpi | Città di Carpi | 72 | Buono | 1 | € 310.000,00 |
| Comune di Sassuolo | Città di Sassuolo | 63 | Sufficiente | 2 | € 15.000,00 |
| Totale | | | | | € 325,000,00 |

Servizi turistici di base relativi all'accoglienza, animazione e all'intrattenimento turistico

IAT DI MODENA

Soggetto proponente: Comune di Modena

Prot. 36676 del 15/11/2021

Area interessata dal progetto: Città di Modena

Descrizione del progetto

Azioni/iniziative che si intendono svolgere nel corso del 2022

Obiettivi generali

- Migliorare la qualità dell'accoglienza;
- offrire al turista prodotti ed esperienze di qualità, in grado di intercettare bisogni specifici;
- promuovere un turismo sostenibile, cioè in equilibrio con il tessuto socio economico della città e i territori, e inclusivo, cioè accessibile a tutti;
- generare rassicurazione e fiducia nel visitatore anche attraverso l'utilizzo di sistemi digitali innovativi per proporre al turista prodotti ed esperienze nel momento in cui ne fa richiesta, da acquistare anche in autonomia;
- rafforzare il ruolo del Comune di Modena come hub turistico a servizio di tutto il territorio provinciale;
- potenziare le reti degli IAT/UIT e le progettualità condivise;
- rafforzare il posizionamento di Modena e del territorio provinciale all'interno del sistema dell'Accoglienza turistica regionale e le relazioni con la rete degli IAT Regionali;
- gestire la transizione pre – during - post Covid, mantenendo un approccio flessibile nell'adozione di strategie e azioni di intervento.

Obiettivi specifici

- Accrescere l'attrattività territoriale qualificando e innovando i servizi di informazione turistica coinvolgendo la rete degli IAT/IUT territoriali;
- sviluppare nuovi prodotti turistici del territorio in linea con le richieste del mercato, in particolare legati al tema dell'outdoor e green intendendo come tali tutte le opportunità legate a percorsi, sentieri, cammini, al tema del bike e alla vacanza attiva;
- valorizzare e promuovere i percorsi/itinerari ciclopedonali esistenti;
- valorizzare le vie storiche e di pellegrinaggio presenti nel territorio provinciale;
- promuovere l'accessibilità dei luoghi e dei territori anche a coloro che hanno eventuali disabilità motorie;
- valorizzare il patrimonio naturale del territorio provinciale e le aree meno interessate dal turismo di massa.

AZIONI DI CONSOLIDAMENTO dei servizi di informazione e accoglienza turistica

Prosegue la gestione delle attività ordinarie come richieste dalla normativa di settore quali:

Attività dello sportello e del back-office

- 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;
- vendita materiali turistici e gadget;
- prenotazione guide turistiche;
- 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;
- gestione 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 dei gruppi in visita al Duomo di Modena;
- prenotazioni delle visite tematiche in città;
- gestione delle visite guidate a Palazzo Ducale di Modena e al Teatro Comunale Luciano Pavarotti;
- potenziamento di tutte le azioni e interventi di organizzazione, supervisione e coordinamento delle attività di animazione e fruizione dei beni dei territori produttori di prodotti tipici;
- attività di informazione, animazione, accoglienza e promozione presso Sito Unesco;
- consolidamento delle azioni di informazione e promozione digitale, social e web, innovative;
- organizzazione di cicli di visite guidate con tematiche legate alla storia, ai luoghi dell'arte, alle nuove realtà storico-artistiche recuperate, e ai personaggi di Modena e del suo territorio.
- Raccolta e promozione dei principali eventi di interesse turistico di tutto il territorio provinciale.
- Vendita biglietti bus per Modena e tutta la provincia
- Funzione di coordinamento nelle relazioni tra il team Social Emilia Romagna turismo e la rete degli IAT provinciali per la selezione e fornitura di contenuti, immagini e video per il piano editoriale social regionale
- Gestione e implementazione continua dell'archivio fotografico e video con ambito provinciale.
- Allestimento di corner tematici stagionali presso la sede in Piazza Grande con distribuzione di materiale con ambito provinciale e regionale.
- Monitoraggio risultati e customer satisfaction.

AZIONI DI INNOVAZIONE dei servizi di informazione e accoglienza turistica

Valorizzazione in senso turistico degli spazi collocati presso l'EX ALBERGO DIURNO

Nel corso del 2021, dopo un articolato intervento di recupero, gli spazi dell'ex Albergo Diurno, collocati a pochi metri da piazza Grande, sono stati completamente riqualificati e recuperati, per un uso moderno a favore di cittadini e visitatori della città, e aperti al pubblico con gli stessi orari di apertura della Torre Ghirlandina.

Nel corso del 2022 è intenzione del Comune di Modena:

- potenziare i servizi di informazione e accoglienza per i visitatori del centro storico già attivati all'interno dell' ex Albergo Diurno (presenza di un operatore, wifi point, ricarica cellulare, zona relax, spazio giochi bambini, servizi igienici ecc.);
- ampliare il percorso di visita al sito Unesco attraverso approfondimenti specifici da parte di personale specializzato (es. guide turistiche) che potrà avvalersi anche delle dotazioni tecnologiche presenti.

ATTIVITÀ FINALIZZATE AL COLLEGAMENTO E/O CONDIVISIONE DI FUNZIONI E INFORMAZIONI CON ALTRI IAT O UIT DEL TERRITORIO PROVINCIALE:

Anche per il 2022 lo IAT di Modena, nel suo integrale assetto organizzativo, dando seguito e continuità a quanto intrapreso con il "Progetto per la costruzione della Rete degli IAT della provincia", presentato tra le attività del PTPL 2019, e in considerazione dei risultati ottenuti in termini di consolidamento delle relazioni di collaborazione e sinergia, consoliderà 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. Allo stesso tempo anche il canale informativo digitale rispecchierà la volontà di presentare l'intera offerta turistica territoriale. Il Portale visitmodena.it, nella nuova versione completamente riprogettata e innovativa, ospiterà e promuoverà l'intero territorio, dal capoluogo all'appennino.

Proseguirà, ampliandosi l'attività di presentazione in forma coordinata delle esperienze di visita offerte dal territorio. Lo IAT-R di Modena, che attraverso il gestore aderisce alla rete ERW Emilia Romagna Welcome, Rete che raggruppa e coordina tutta l'offerta di attività e tour del territorio e la mette a sistema a livello regionale, mette infatti a disposizione la piattaforma Trekksoft in uso anche a Bologna e in tutta la rete degli operatori Emilia Romagna Welcome.

Le offerte, relative a tutto il territorio provinciale, inserite nel portale di Modena saranno quindi promosse e prenotabili anche su:

- emiliaromagnaturismo.it
- emiliaromagnawelcome.com
- sui siti di partner e affiliati alla rete regionale

Saranno inoltre visibili e prenotabili con grande semplicità online e offline tramite contatto con gli operatori IAT di Modena (*servizio front office e call centertelefonico attivo 364 giorni all'anno con orario continuato 9-18 e 9.30-18 nei festivi.*);

- dagli addetti della rete degli IAT della provincia di Modena con visualizzazione immediata dell'intero catalogo delle esperienze attive in un determinato periodo, filtrabili per località, prezzi, temi. Con la possibilità di visualizzare la reale disponibilità e le tariffe da poter comunicare ai propri utenti (in presenza, via telefono, mail o altri canali, dando eventualmente supporto logistico alla fase di prenotazione);
- dagli addetti degli IAT regionali collegati allo stesso sistema di prenotazione e a Emilia Romagna Welcome
- dagli operatori della ricettività della provincia di Modena che avranno in questo modo una grande disponibilità di informazioni e proposte da veicolare ai propri ospiti per favorire una fruibilità del territorio di alta qualità.

Il sistema di prenotazione potrà inoltre essere messo a disposizione degli altri IAT del territorio in caso di eventi di particolare rilevanza turistica come supporto alla promo-commercializzazione tramite accordi con il Comune di Modena e il gestore IAT-R.

Sempre in ottica di condivisione di funzioni e informazioni con gli altri IAT E UIT del territorio, nel corso del 2022-verranno inoltre avviate o potenziate alcune azioni che vedranno il coinvolgimento di tutta la rete degli IAT provinciali a vari livelli, azioni finalizzate a qualificare dell'informazione e accoglienza turistica provinciale:

ATTIVITÀ OUTDOOR - CAMMINI

La pandemia ha avvicinato molti alla natura e agli sport da praticare all'aria aperta. Nel corso del 2022 verranno sviluppate le seguenti azioni:

Cicloturismo e trekking

In continuità con il progetto avviato nel 2021, verranno potenziati i servizi di informazione e accoglienza per lo svolgimento di attività di cicloturismo e trekking nel territorio modenese.

La sezione informativa del portale dedicata all'attività outdoor e cicloturismo verrà arricchita di ulteriori 5 itinerari cicloturismo e 5 per trekking nella zona dell'Appennino modenese con redazione/aggiornamento di scheda tecnica, descrizione, servizio fotografico. Per ogni itinerario verrà predisposta anche una scheda pdf con descrizione itinerario e roadbook. Tutto il materiale verrà redatto in italiano e inglese. Gli itinerari avranno come target i turisti, quindi, saranno di interesse rispetto ai punti di interesse turistico che toccano. Saranno itinerari da svolgere in uno o più giorni.

Il coordinamento per la redazione e il caricamento dei contenuti sul sito, sarà affidato a Modenatur - gestore dell'Ufficio Informazione e Accoglienza turistica di Modena sulla piattaforma Outdooractive al fine di dare continuità al servizio di informazione turistica anche al turista in movimento nell'attività outdoor. Il progetto prevede anche la realizzazione materiale promozionale cartaceo e pdf in italiano e inglese,

Il progetto si pone in connessione con l'offerta complessiva del territorio, nel settore dell'arte, della cultura, degli eventi, dei prodotti del territorio, dell'artigianato, della cucina e gastronomia.

Oltre ai 10 itinerari che saranno codificati a cura dello IAT-R di Modena, il Comune di Modena metterà la piattaforma outdooractive a disposizione di tutti gli IAT e UIT del territorio che potranno candidare e pubblicare itinerari da loro proposti che rispettino le linee guida che saranno definite per mantenere una armonizzazione di contenuti e qualità. Il caricamento dei dati sarà effettuato dal team dello IAT-R di Modena come condivisione di funzioni per il territorio. Tutti gli itinerari selezionati saranno pubblicati su Visitmodena.it e su outdooractive con l'obiettivo di costruire nel tempo un catalogo di itinerari affidabile e di qualità che potrà essere anche alla base di esperienze di viaggio prenotabili online proposte dai soggetti privati del territorio.

Valorizzazione delle vie storiche e di pellegrinaggio - LA VIA VANDELLI

Dato il crescente e tangibile interesse registrato nel corso del 2021 rispetto all'offerta turistica legata ai Cammini sarà sviluppato un progetto di valorizzazione degli itinerari legati alle vie storiche e vie di pellegrinaggio in provincia di Modena con particolare attenzione alla Via Vandelli.

Questa attività avrà diverse declinazioni:

- formazione degli operatori turistici della rete degli IAT con il supporto di esperti per aumentare il grado di conoscenza delle caratteristiche storiche, delle aspettative e necessità di viandanti e pellegrini, dei tracciati ed itinerari e la loro correlazione con i punti di interesse del territorio;
- realizzazione di schede informative in italiano e inglese dettagliate sui percorsi che saranno rese fruibili sul sito visitmodena.it;
- realizzazione di materiale a supporto della fruibilità del percorso.

Accessibilità dei luoghi - MODENA PER TUTTI

Il territorio ambisce a favorire una crescita turistica sostenibile ed inclusiva, pertanto, l'accessibilità dei luoghi e dei territori dovrebbe essere garantita a tutti, anche a coloro che hanno eventuali disabilità motorie, persone con ridotta mobilità, persone anziane, famiglie con bimbi in passeggino, ecc... L'obiettivo di questa azione è pertanto iniziare un percorso finalizzato a fornire servizi informativi di qualità alle persone con scarsa o ridotta mobilità come supporto sia nell'organizzazione del viaggio che all'effettiva esperienza turistica in loco.

Principali attività:

- realizzazione di una mappatura di almeno 30 luoghi turistici del territorio provinciale (musei, monumenti, parchi e riserve, itinerari) fruibili anche da persone con ridotta mobilità; L'elenco dei luoghi sarà stabilito coinvolgendo gli IAT e UIT del territorio essendo questa azioni di rilevanza provinciale.

- realizzazione di una sezione dedicata su visitmodena.it per lo scaricamento e divulgazione della mappatura;
- realizzazione di materiale promozionale in italiano e inglese da distribuire negli IAT e principali luoghi di visita per promuovere questi contenuti;
- azioni di informazione e sensibilizzazione nei confronti degli organizzatori di eventi per rendere le manifestazioni sempre più fruibili a tutti;
- favorire una rete stabile di scambio di informazioni e verifiche su luoghi di visita ed eventi in termini di fruibilità tra gli IAT del territorio provinciale;
- analisi e interazione con siti web e app specializzate nel turismo per disabili per divulgazione mappatura luoghi di visita.

Piano di COMUNICAZIONE DIGITALE

Nel corso del 2022 è intenzione dell'amministrazione comunale dare continuità all'attività svolta nel corso del 2021 continuando ad investire nella comunicazione digitale dell'offerta turistica modenese. Verrà realizzato un Piano di advertising online su Google, Facebook, Youtube e Instagram si caratterizzerà per due obiettivi:

- portare al turista informazioni e suggestioni di visita legati agli eventi che si svolgono nel territorio;
- aumentare, presso i target turistici, la conoscenza dell'offerta del territorio di Modena e provincia e che presenti il mix dei prodotti arte, sapori, motori, natura, musica;
- accrescere anche la consapevolezza negli operatori locali rispetto alle potenzialità del territorio.

L'attività ADV avrà come riferimento principalmente il mercato italiano

LA RETE DELL'ACCOGLIENZA, DI INFORMAZIONE E PROMOZIONE TURISTICA DEL COMUNE DI MODENA

La rete è costituita da:

- a) Servizio di informazione ed accoglienza turistica IAT con sede in Piazza Grande;
- b) Servizio di Informazione turistica e biglietteria bus con sede in Piazza Dante Alighieri;
- c) Servizio di informazione turistica con sede nel quartiere fieristico.
- d) Portale Visitmodena.it

La rete del Comune di Modena si interfaccia costantemente con la Rete degli IAT e UIT provinciali, promossa e coordinata dal Comune stesso, e con la rete naturale di operatori turistici ricettivi che, formati con costanza nel tempo (progetti punti amici del turista, corsi social media,..) sono quotidiani "touch point" tra il turista e la rete informativa e di accoglienza.

GLI ORARI DI APERTURA

a) IAT - Ufficio Informazioni ed accoglienza turistiche - Sede: Modena Piazza Grande 14.

Apertura tutti i giorni dell'anno ad esclusione del 25 Dicembre

Orario così strutturato: dal Lunedì al Sabato 9.00-18.00 , Domenica 9.30-18.00

Questo orario esteso e continuativo è un punto strategico dell'intero sistema informativo e di accoglienza del Comune di Modena a servizio del turista, degli operatori turistici locali e della rete IAT/UIT della provincia di Modena che trova nel servizio IAT-R di Modena un sostegno costante e un servizio attivo anche quando alcuni UIT o IAT non sono a pieno regime in periodi caratterizzati da bassa stagione o nei giorni di chiusura standard.

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

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

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

3) da settembre a dicembre: dal lunedì al sabato dalle 7.30 alle 13.30; domenica dalle 8.30 alle 13.00.

c) Ufficio di Informazioni Turistiche presso la Fiera di Modena - Sede: c/o Fiera di Modena, Viale Virgilio 70/90

In occasione delle fiere di maggiore richiamo turistico, in numero di almeno 7 (sette) all'anno, rispetta l'intero arco di orario di apertura dei giorni e orari delle fiere selezionate. In alcune occasioni particolarmente rilevanti la partecipazione viene realizzata con partecipazione tramite proprio stand all'interno dell'area espositiva come rafforzamento della presenza nell'ufficio turistico in galleria.

LE PRINCIPALI FUNZIONI DELLA RETE

a) Il Servizio IAT di Piazza Grande

Il Servizio di Informazione ed accoglienza viene svolto secondo quanto indicato nella normativa regionale Delibera della Giunta Regionale (Regione Emilia - Romagna) n. 956/05 agli Allegati A "Disposizioni attuative per la gestione di un servizio d'informazione e prenotazione turistica" e C "Standard di qualità dei servizi di accoglienza e d'informazione turistica" in conformità alle disposizioni di carattere generale.

Le attività indicate dalla Delibera vengono svolte in un più ampio quadro di attività e con il fine di promuovere, incrementare e qualificare lo sviluppo turistico nell'ambito territoriale di competenza non solo del Comune ma anche dell'intero territorio modenese, assicurando la piena imparzialità e neutralità di ogni attività di informazione. Vengono svolte inoltre tutte le funzioni attinenti al turismo che siano di interesse anche per le organizzazioni locali pubbliche e private.

b) Il Servizio di Informazione turistica e biglietteria bus con sede in Piazza Dante Alighieri

In questo punto informativo, "porta" del territorio", vengono erogate informazioni turistiche di ambito provinciale e regionale, fornite informazioni, suggeriti itinerari in città e in provincia, supportati da materiale informativo.

Il punto informativo, grazie ad un accordo tra il Comune di Modena e l'attuale gestore delle linee di mobilità sul territorio SETA SpA, garantisce anche una serie di informazioni e servizi per la mobilità pubblica non solo urbana ma anche extraurbana, permettendo così nella concretezza, ai turisti che vogliono esplorare il nostro territorio, di avere informazioni, suggerimenti ed anche la possibilità di acquistare biglietti e titoli di viaggio.

Da questo punto informativo è possibile vendere tessere, cards, pass, biglietti di ogni altra realtà di interesse turistico. L'obiettivo è quello di "accompagnare" il turista agevolandolo in ogni necessità perché si possa muovere sul territorio con facilità e soddisfazione.

c) Il Servizio di informazione turistica con sede nel quartiere fieristico

Il Servizio cura l'apertura e gestione del punto informativo turistico del Comune presso la Fiera di Modena in occasione delle fiere di maggiore richiamo turistico ovvero secondo un calendario concordato. Tra i compiti durante l'apertura di suddetto punto informativo: erogazione di informazioni turistiche, vendite pubblicazioni, biglietti, pass, cards turistiche, prenotazione dei servizi turistici quali guide, tour, visite, verifica disponibilità del ricettivo per i pernottamenti, distribuzione materiale informativo.

d) il Portale VISITMODENA

Il portale è un canale sempre più in linea con le nuove esigenze del turista navigatore e è inserito nel Sistema Informativo Turistico Regionale, così come le modificazioni organizzative e normative regionali nonché le valutazioni strategiche hanno definito, in coerenza con quanto previsto dalla Delibera della Giunta Regionale della Regione Emilia Romagna n.1629 del 07/10/2019.

Il nuovo sito visitmodena.it amplia significativamente la base dati locale allargandola a tutto il territorio modenese, all'interno del Territorio turistico Bologna Modena.

In questa direzione nel corso del 2022 sono previste attività di potenziamento del portale, aggiuntive a quelle ordinarie di manutenzione e aggiornamento, considerata l'ampia valenza territoriale, quali:

- traduzioni;
- servizi di copy e redazione di testi per web;
- gestione e implementazione dei dati;
- gestione pagine dinamiche.

In particolare, lo IAT R di Modena, unico IAT abilitato alla prenotazione di servizi turistici in tutto il territorio modenese, potenzierà la ricerca presso le realtà territoriali di tutta la provincia di Modena, coinvolgendo in questa attività la rete degli IAT/IUT, di “esperienze prenotabili” che permetteranno, attraverso l’inserimento di bottoni “Call to action” e l’utilizzo della Piattaforma Trekksoft”, a tutti i soggetti di tutto il territorio provinciale proporre e mettere a disposizione dei turisti le offerte di visite guidate, corsi, vendite biglietti, pacchetti turistici ecc.

Tale attività viene sviluppata per la condivisione di informazioni con altri IAT/UIT del territorio provinciale

FORMAZIONE PROFESSIONALE AGGIORNAMENTO DEGLI ADDETTI

Sono previsti interventi quali formazione delle guide locali, visite formative/educational per gli operatori Iat della Provincia e dell’Emilia-Romagna, almeno 16 ore formative annue per operatori IAT tramite educational, tour mirati e sessioni teoriche su conoscenza del territorio modenese e regionale.

Benvenuto Turista

Per il 2022 si ripropone il percorso formativo “Benvenuto Turista” con modalità digitali, dedicato alla formazione degli operatori impegnati nell'accoglienza turistica del turismo e del commercio/ristorazione del Capoluogo e Provincia.

Il percorso prevede una 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. Verranno proposti per n°2 target, turismo e commercio, quindi per due gruppi distinti, un percorso di base e un percorso avanzato.

Obiettivi: trasferire ai partecipanti conoscenze, idee e strumenti per gestire in maniera autonoma ed efficace la comunicazione online della propria attività, avvalendosi del supporto degli strumenti disponibili sulle piattaforme social e della collaborazione di influencer.

Tale attività viene sviluppata pertanto per la condivisione di informazioni con altri IAT/UIT del territorio provinciale

TOTALE SPESE PREVISTE € 500.348,80

Valutazione: Buono — Attribuzione di merito: p.ti 73,89

| Criterio 1 | Criterio 2 | Criterio 3 | Criterio 4 | Criterio 6 | Criterio 5 | TOTALE PUNTI |
|-------------------------|-------------------|------------|-------------|--------------|------------|--------------|
| Dimensione territoriale | Offerta turistica | Reti | Innovazione | Raccordo IAT | Formazione | |
| 7,46 | 16,44 | 15 | 15 | 15 | 5 | 73,89 |

IAT DEL CIMONE

Soggetto proponente :Comune di Sestola

Prot. n. 36492 del 15/11/2021

Area interessata dal progetto:

Comuni di Fanano, Sestola, Riolunato, Montecreto, Pievepelago, Lama Mocogno, Serramazzone, Fiumalbo.

Descrizione del progetto

Azioni/iniziative che si intendono svolgere nel corso del 2022:

Obiettivi generali

Gli obiettivi generali del progetto consistono nell'individuare linee strategiche di intervento che possano aiutare il territorio dell'Appennino Modenese a confermare una propria identità turistica basata sui temi della valorizzazione responsabile del patrimonio territoriale, ambientale e culturale. L'obiettivo principale è superarne la frammentazione attuale, orientare gli operatori turistici, pubblici e privati, ad investire e operare nel turismo alla luce dei cambiamenti e delle innovazioni negli scenari nazionali, a mettere in sinergia le programmazioni locali con quelle regionali in campo turistico, a identificare e ad attuare azioni e progetti di valenza sovracomunale che vadano nella direzione della nuova destinazione turistica Bologna-Modena.

Obiettivi specifici

Analizzando i modelli di domanda e di offerta turistica a livello regionale, l'obiettivo è quello di raggiungere un "sistema organizzato" le cui linee strategiche perseguono obiettivi quali: innovare, specializzare e integrare l'offerta turistica regionale, accrescere la competitività del sistema turistico, sviluppare un marketing efficace e innovativo e infine realizzare una governance efficiente e partecipata nel processo di elaborazione di un piano di rilancio turistico.

Si ritiene, pertanto, che in tale momento storico – vista anche l'istituzione della nuova Destinazione Turistica ex art. 12-*bis* della L.R. 4/2016 – sia fondamentale, per ripartire, compiere un'analisi critica e al contempo propositiva verso un modello di turismo lontano dai particolarismi e orientato verso la costruzione di un network e la condivisione e il coordinamento delle progettualità. Un modello che sappia guardare in modo trasversale al territorio nella sua interezza, poiché proprio un approccio condiviso e coordinato con altri attori protagonisti è in grado di consentire un futuro più sostenibile e resiliente per l'intero settore.

Il progetto è caratterizzato non soltanto da azioni e interventi espressamente rivolti al miglioramento dei servizi turistici – legati, soprattutto, alle richieste di un turismo esperienziale – ma anche dalla volontà di costruire una nuova visione di organizzazione turistica da sviluppare all'interno dello IAT del Cimone.

I punti nevralgici su cui costruire questa nuova visione comune si possono riassumere per macro-aree di interesse turistico. Più in particolare, si fa riferimento a:

1. un turismo sostenibile sia dal punto di vista sociale che ambientale;
2. lo sviluppo di azioni turistiche caratterizzate da autenticità, sostenibilità e responsabilità;
3. la costruzione di un paradigma di sviluppo non soltanto verticale, concentrato sull'ampliamento della offerta di prodotti disponibili in ogni territorio, ma anche e soprattutto uno sviluppo orizzontale, capace di espandere l'area territoriale di riferimento grazie a un approccio fondato su tematiche trasversali di interesse comune.

4) LA RETE DI ACCOGLIENZA E DI INFORMAZIONE TURISTICA DELLO IAT DEL CIMONE

La rete di accoglienza e di informazione turistica dello IAT del Cimone di Sestola (il quale si identifica come comune capofila) comprende i punti informativi dei comuni di Fanano, Montecreto, Riolunato, Pievepelago, Fiumalbo, Lama Mocogno e Serramazzone.

I punti informativi provvedono a dare informazioni precise e puntuali riguardo l'accoglienza, l'animazione e l'intrattenimento turistico del territorio. Gli operatori degli uffici collaborano costantemente tra di loro per ricevere ed ottenere informazioni riguardo ai servizi turistici presenti sul territorio nonché alla gestione degli eventi di intrattenimento.

I comuni fanno parte quindi di una rete integrata di servizi di informazione turistica volta ad assicurare ai turisti informazioni a carattere locale e regionale.

5) FORMAZIONE DEL PERSONALE E AGGIORNAMENTO DEGLI ADDETTI

La crescita professionale e i percorsi di aggiornamento risultano di fondamentale importanza. È determinante ampliare i programmi formativi di tutto il personale addetto – sia con competenze di coordinamento e problem solving che con competenze di front office – in merito alle strategie e alle best practices da adottare.

Il programma di formazione degli operatori prevede la diversificazione su tre linee di indirizzo: una di carattere manageriale, rivolta allo sviluppo di high skills di coordinamento e alla creazione di una “cultura di rete”; una di carattere prettamente informatico e pratico, rivolta a sviluppare professionalità e competenze di coloro che operano a stretto contatto con il pubblico; e una di carattere storico-culturale.

Pertanto, sono previsti incontri formativi con sul territorio con gli altri uffici IAT e con il coinvolgimento di esperti del settore (con la collaborazione, in particolare, di ModenaTur).

In continuità con quanto intrapreso nel 2021, verranno effettuate ore di formazione professionale tramite l'organizzazione di un corso con il duplice scopo di migliorare le competenze di chi è costantemente a contatto col pubblico nonché di rafforzare le competenze di Digital Marketing.

Inoltre verranno organizzati incontri di formazione direttamente sul campo tramite l'organizzazione di giornate formative alla scoperta delle peculiarità storiche e culturali dei comuni limitrofi (come *educational tour* per gli operatori degli uffici turistici). L'aggiornamento riguardante la conoscenza del territorio, da parte degli operatori che lavorano sul campo, è quantomai indispensabile per riferire informazioni quanto più precise e puntuali ai turisti. L'obiettivo è quello di migliorare sempre di più una conoscenza capillare dell'Appennino e di tutte le sue particolarità in modo da agevolare il turista nell'esplorazione di un territorio da scoprire con facilità e soddisfazione.

6) FUNZIONAMENTO DI RETI TERRITORIALI/VIRTUALI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA

Obiettivi:

- a. Migliorare l'immagine coordinata, unitaria e rappresentativa del territorio di riferimento (anche attraverso il SITur);
- b. Sviluppare una Social Media Strategy al fine di poter raggiungere il più ampio target di riferimento attraverso spazi virtuali di promozione delle iniziative e delle eccellenze del territorio;
- c. Armonizzare i materiali di informazione e promozione in uso presso lo IAT e i rispettivi uffici di informazione turistica;
- d. Sviluppare una brand identity.

a. Sistema di Informazione Turistico Regionale (SiTur)

Prosegue il percorso intrapreso negli anni, di collaborazione tra uffici di informazione e accoglienza tramite il SiTur (Sistema di Informazione Turistico Regionale) che ha portato al consolidamento nel 2021 del sito turistico di riferimento. Il SiTur che si basa sull'apporto di

più soggetti, garantisce un livello di omogeneità minimo tra i diversi territori e, contemporaneamente, dà risalto alle specificità delle diverse realtà locali e alle possibili tematiche di interesse del turista, in maniera tale da rendere attraente e fruibile il territorio nella sua completezza. Il sistema informativo regionale si configura pertanto come il risultato della sinergia e della collaborazione di diversi sistemi informativi decentrati, che garantiscono nel tempo la qualità e l'affidabilità delle informazioni fornite, secondo standard qualitativi regionali previsti per l'informazione turistica.

b. Campagna di comunicazione digitale e rafforzamento della Social Media Strategy

Parallelamente al sito prosegue la campagna di incremento dei followers del profilo Instagram e Facebook cercando di comprendere un target più vasto a livello di informazione turistica oltre che all'implementazione di Social Advertising;

Verrà predisposto un piano di comunicazione on/off line per quanto riguarda: comunicazione web, social media marketing e customer satisfaction.

Rafforzare la Social Media Strategy risulta fondamentale per la promozione del territorio dell'Appennino Modenese e sarà concentrata su 5 obiettivi fondamentali:

- Rafforzare la notorietà del territorio per renderlo sempre più riconoscibile aumentando visibilità e pubblico;
- Migliorare il legame e coinvolgimento sviluppando le interazioni, cioè fare in modo che gli utenti abbiano interesse e la curiosità di tornare sul profilo social offrendo contenuti di qualità e d'interesse;
- Mantenere una buona reputazione gestendo le interazioni con gli utenti mettendo in evidenza commenti positivi ed offuscando quelli negativi.
- Migliorare i risultati di promozione nel lungo periodo;
- Monitorare quello che gli utenti desiderano e fidelizzare il turista.

c. Mappa turistica e territorio smart

La realizzazione di una mappa turistica a carattere sovracomunale è di fondamentale importanza per dare l'immagine di un territorio unico e coeso e contribuirà ad un processo di valorizzazione turistica. Per questo motivo si prevede la realizzazione di una mappa bilingue (italiano/inglese) sia in formato cartaceo sia in formato digitale che possa essere distribuita in tutti gli uffici turistici. L'informazione turistica, oggi espressa in numerosi modi (mappe digitali, immagini, racconti, filmati, ecc.), non può dunque prescindere da quella geografica. Questa "nuova cartografia" partecipa alla promozione di destinazioni turistiche e rappresenta un patrimonio informativo per la pianificazione del turismo e delle strategie di marketing territoriale.

Se da un lato è vero che la comunicazione e la promozione territoriale non possono più fare a meno del Web poiché è lì che si trova la maggior parte dei turisti potenziali ed è sempre all'interno del mercato online che numerose persone effettuano le proprie scelte di destinazione è altrettanto vero che i contenuti e la natura delle informazioni che riguardano le diverse località, le attività da svolgere in loco, le tradizioni, la cultura locale, l'enogastronomia, ecc., sono trasmesse e promosse attraverso una molteplicità di forme e formati sempre più interoperabili che non rinunciano, tuttavia, alle rappresentazioni cartografiche e a tutto ciò che possa immediatamente richiamare a un legame diretto con il territorio o con la localizzazione di risorse a cui è spesso associato un elevato livello di qualità, eccellenza e unicità, per il solo fatto di appartenere a una determinata area geografica. L'adozione quindi di adeguate politiche di organizzazione, promozione e comunicazione che scelgano sia una promozione online sia una promozione cartografica più tradizionale può

rivelarsi, in aree geograficamente svantaggiate e lontane dai principali hub di comunicazione, determinante per la definizione di una rinnovata competitività.

Alla realizzazione della mappa seguiranno poi importanti azioni di promozione via web e social della stessa, nonché una distribuzione capillare nei vari uffici turistici.

d. Brand Identity

Avere una Brand Identity è sicuramente un'azione strategica per promuovere un'immagine coordinata di una rete territoriale. Per Brand Identity si intende quell'insieme di elementi relativi alla comunicazione visiva, necessari per veicolare un messaggio, un'idea, un prodotto ed un servizio attraverso un'immagine. Spiccare in mezzo ai concorrenti e indirizzare il messaggio al nostro target attraverso una comunicazione mirata, rimane uno dei fattori più importanti da sfruttare per intraprendere una promozione turistica di successo, oltre, ovviamente, alla qualità del prodotto e/o del servizio che offriamo. Dare quindi un'immagine coordinata per promuovere il brand "Appennino Modenese" passa anche attraverso la dotazione di divise lavorative e/o badge di riconoscimento dal layout coordinato. Un territorio in cui tutti gli operatori degli uffici turistici adottano una stessa divisa, soprattutto nei periodi di maggior afflusso turistico, è sicuramente più efficace a livello visivo e di impatto comunicativo per il prodotto e/o servizio che vogliamo promuovere.

L'immagine coordinata avrà come obiettivi:

- Esprimere la personalità del territorio
- Migliorare la reputazione
- Rafforzare la *brand identity*
- Imprimersi nella mente delle persone; rendersi "memorabili"
- Dare un senso di uniformità e coerenza comunicativa
- Distinguersi dalle altre destinazioni turistiche

7) AZIONI DI INTRODUZIONE E/O CONSOLIDAMENTO DI INNOVAZIONE NEI SERVIZI

Consolidamento dei servizi turistici

Prosegue l'attività della gestione ordinaria dello sportello rivolto al pubblico e del back office:

- Gestione progetto sistema informativo regionale per il turismo tramite il sito www.inappennino-modenese.it ;
- Gestione progetti intercomunali (Sistema Informativo Regionale, calendario eventi);
- Informazione ed accoglienza turistica in linea con gli standard di qualità previsti dalla normativa regionale;
- Il bacino di utenza del servizio parte da livello locale sino ad arrivare a livello regionale;
- Raccolta schede e reclami per disservizi e inoltro all'Ente competente;
- Iscrizioni, prenotazioni, verifica disponibilità (eventi, spettacoli, visite guidate) su richiesta dell'utente;
- Servizio di prenotazione guide turistiche;
- Servizio di verifica disponibilità del pernottamento delle strutture ricettive del territorio comunale di competenza in forma di last minute come previsto dalla normativa regionale;
- Promozione eventi locali;
- Spedizione a mezzo posta di materiale informativo sul territorio;
- Produzione di materiale specifico inerente a servizi presenti sul territorio o specifici eventi a carattere culturale, sociale, sportivo.
- Ideazione, gestione e/o partecipazione nell'organizzazione di manifestazioni ed eventi;
- Tenuta ed elaborazione scheda contatti per statistiche generali;
- Strumenti facoltativi di indagine sulla soddisfazione dell'utente, di tipo continuativo o una-tantum;

- Distribuzione tesserini dei funghi;
- Distribuzione tesserini pesca;
- Attività costante di collaborazione con le associazioni sportive, culturali e ricreative operanti sul territorio;
- Gestione e prenotazione delle strutture sportive (palasport, palestra, campi sportiva) e ricreative, prenotazione di ritiri sportivi anche a livello regionale e nazionale;
- Lettura quotidiani;
- Servizio wi-fi gratuito per i turisti
- Servizio fax/fotocopie
- Postazione internet gratuita c/o l'ufficio.

IAT Itinerante

Ripresa del progetto di “IAT Itinerante”, iniziato nel 2019, e interrotto temporaneamente nel 2020 e 2021 a causa della situazione pandemica, che prevede l'utilizzo di personale appositamente formato munito di idonea attrezzatura (desktop portatile e apribile con un'adeguata ideazione grafica, pc, connessione a internet, vele pubblicitarie, ecc.) che presidia i luoghi in cui si svolgono manifestazioni e/o iniziative di vario genere dove sia presente un elevato numero di turisti (es. Passo del Lupo per gare sciistiche e/o iniziative sulla neve, Festa del Parmigiano Reggiano a Lama Mocogno, Festa del Mirtillo a Fanano ecc...).

L'obiettivo rimane quello che l'informazione e l'accoglienza si spostino nei luoghi laddove si concentra maggior intensità turistica, o per vocazione naturale o in occasione di determinati eventi, e che coinvolga i turisti presenti in loco, i quali oltre a partecipare all'evento in programma ricevono anche un'adeguata accoglienza e conoscenza del territorio in cui si trovano e vengano messi a conoscenza relativamente ai successivi appuntamenti per la fidelizzazione del turista nel futuro.

“IAT diffuso”

Ripresa e potenziamento del progetto iniziato qualche anno fa denominato “IAT Diffuso”. Tale azione prevede il coinvolgimento degli operatori delle attività a valenza turistica (alberghi, ristoranti, commercianti, B&B e Agriturismi, noleggi, agenzie immobiliari) tramite l'organizzazione di incontri di formazione che possano qualificare ulteriormente la domanda turistica. Avere sul territorio, la presenza di operatori debitamente formati e capaci di accogliere un turista qualifica non solamente l'informazione data ma l'intero sistema turistico. La valorizzazione delle professionalità turistiche e il coinvolgimento diretto della cittadinanza in attività formative sviluppa infatti la qualità dell'accoglienza turistica.

- ***Azioni di innovazione dei servizi turistici***
- ***CREAZIONE DI ITINERARI VIRTUALI E AZIONI DI CONOSCENZA DEL TERRITORIO:***
La maggior parte dei turisti inizia a progettare i propri viaggi grazie alle informazioni trovate online. Per questo motivo la creazione di itinerari virtuali a valenza sovracomunale, che permetta una conoscenza delle peculiarità del territorio e che consenta al turista già da casa di ottenere informazioni e di farsi un'idea dell'esperienza che andrà a vivere è di fondamentale importanza. Qualunque attività e professione turistica, pubblica o privata, che organizza abitualmente visite guidate, ha dovuto fronteggiare il momento di emergenza sanitaria e di impossibilità di viaggiare ideando nuove offerte di itinerari virtuali. Si proporrà quindi un nuovo format di turismo immersivo e di esplorazione a distanza di luoghi, siti archeologici e culturali, parchi, basati su descrizioni di itinerari corredati da foto reali, e “mobile friendly”. L'iniziativa garantirà ai *viaggiatori 2.0* di poter esplorare entusiasmanti percorsi turistici e culturali restando comodamente a casa, per poi decidere di vivere questa esperienza sempre più unica, interattiva e partecipativa recandosi sul territorio. Il marketing della coerenza parte dal digitale, infatti il

turista, oggi più che mai, si aspetta coerenza tra aspettative e servizio, tra quello che viene raccontato online e cosa trova realmente sul territorio.

Lo sviluppo innovativo della promozione turistica passa quindi anche attraverso un ripensamento del territorio nella sua interezza con lo sviluppo di itinerari tematici capaci di conferire al visitatore delle informazioni improntate su una visione d'insieme del territorio di riferimento.

Le aree di interesse individuate in prima battuta riguardano:

- il turismo culturale (musei, biblioteche, centri culturali, ...);
- il turismo verde (in particolare, trekking e cicloturismo);
- il turismo bianco;
- il turismo scolastico.

In particolare, con riferimento al turismo culturale si intende raccogliere informazioni riguardanti tutte le eccellenze museali distribuite nel territorio con fine di informare il turista circa uno o più percorsi tematici capaci di collegare le realtà di interesse presenti nei Comuni dello IAT del Cimone. Tale operazione può costituire un primo passo verso la costruzione di una *card museale* valida in tutte le strutture.

Con riferimento al turismo verde e al turismo bianco, si tratta di valutare ed eventualmente ripensare gli itinerari – sia a piedi che con e-bike, sci e ciaspole – già presenti all'interno del sito internet www.inappenninomodenese.it. Lo scopo è quello di migliorare la presentazione degli itinerari già sviluppati col fine di conferire informazioni più dettagliate dei percorsi e delle opportunità che la montagna offre al visitatore.

Infine, con riferimento al turismo scolastico, si intende intraprendere un percorso informativo rivolto alle scuole del territorio e, più in generale, dell'intera Provincia. Lo scopo è quello di sviluppare, attraverso la promozione del territorio, un rapporto con gli Istituti Comprensivi per permettere alle scuole di effettuare gite scolastiche e visite in giornata dei punti di interesse più significativi sia dal punto di vista culturale che dal punto di vista paesaggistico e sportivo.

- **HUMAN FACTOR:** l'introduzione di figure professionali con specifiche competenze, quali ad esempio guide ambientali ed escursionistiche o esperti culturali, può essere inteso come un upgrade dell'informazione turistica. A livello pratico la presenza di queste figure qualificate all'interno degli uffici turistici o durante particolari iniziative, oltre a qualificare l'informazione, allo stesso tempo fidelizza il turista e lo pone in una relazione di empatia con la guida o il professionista. La ripresa della socialità e delle relazioni interpersonali, che abbiamo parzialmente perso a causa delle restrizioni sociali imposte dalla pandemia, è di fondamentale importanza per una ritrovata comunicazione interpersonale.
- **ANIMAZIONE ON-SITE:** Si prevede la realizzazione di attività culturali e/o artistiche ambientate nei locali stessi degli info-point o negli spazi immediatamente attigui per permettere al turista di essere partecipe di un territorio.
- **CUSTOMER SATISFACTION:** Si prevede inoltre la rilevazione informatizzata dei dati e sull'indice di gradimento dei servizi attraverso la compilazione di questionari e schede di rilevazione create ad hoc.

8) AZIONI DI COLLEGAMENTO E/O CONDIVISIONE DI INFORMAZIONI CON ALTRI IAT/UIT PROVINCIALI

Relativamente alle azioni di collegamento e/o condivisione di informazioni con altri uffici turistici della rete provinciale si prevede di realizzare azioni in collaborazione con gli IAT e UIT della Provincia di Modena più attigui al nostro territorio (a titolo esemplificativo: IAT di Vignola, UIT di Pavullo e IAT di Maranello).

La questione di prossimità territoriale è di fondamentale importanza per la condivisione di azioni di comunicazione e interscambio di informazioni, in quanto la logica della vicinanza agevola

l'obiettivo di sviluppo di una rete di diffusione dell'informazione turistica che va oltre il territorio comunale. Le azioni che si prevedono in questo senso per l'anno 2022 saranno le seguenti:

- Scambio di materiale informativo turistico attraverso l'apporto fisico di materiale cartaceo presso i più vicini uffici IAT e UIT della provincia di Modena (UIT Pavullo nel Frignano, IAT Vignola, IAT Maranello, ecc); In questa azione rientra la distribuzione della mappa di cui al punto 3.comma c. per presentare un territorio unico e coeso ovvero il territorio dell'Appennino Modenese.
- Apposizione di un link o un box di collegamento sul nostro sito di riferimento www.inappenninomodense.it per quanto riguarda le attività svolte dagli altri punti informativi e attivazione di una newsletter tra IAT e UIT per la conoscenza degli eventi di maggior rilievo sul territorio;
- Educational Tour rivolti agli operatori degli uffici turistici della Provincia che permettono uno scambio di conoscenze che si ripercuote sulla qualità dell'offerta delle informazioni turistiche. Se un territorio è semplicemente una Regione o zona geografica, una destinazione turistica è invece un ambito territoriale nel quale ha sede un complesso di attrattive che possono soddisfare i bisogni e gli interessi di un determinato segmento di domanda turistica. Conoscere e saper raccontare le attrattive turistiche di un determinato territorio, che vada anche oltre, il proprio confine comunale, è una carta che può rivelarsi utile per la promozione del territorio.

9) SPESE PER EVENTI DI PROMOZIONE TURISTICA

Punto nevralgico dell'accoglienza in Appennino è la realizzazione di un ricco palinsesto di eventi e animazioni atte a soddisfare le esigenze dei numerosi turisti che, in buona parte, scelgono anche per questo il nostro territorio quale meta delle loro vacanze;

TOTALE SPESE PREVISTE € 623.430,66

Valutazione: Sufficiente — Attribuzione di merito: p.ti 63,28

| Criteria 1 | Criteria 2 | Criteria 3 | Criteria 4 | Criteria 6 | Criteria 5 | TOTALE PUNTI |
|-------------------------|-------------------|------------|-------------|--------------|------------|--------------|
| Dimensione territoriale | Offerta turistica | Reti | Innovazione | Raccordo IAT | Formazione | |
| 20,00 | 18,28 | 5 | 10 | 5 | 5 | 63,28 |

Iniziativa di promozione turistica locale

Titolo: Programma promozione destinazione Carpi

Soggetto proponente: Comune di Carpi

Prot. n. 36483 del 15/11/2021

Area interessata dal progetto: Città di Carpi

Descrizione del progetto:

Il “Programma Promozione Destinazione Carpi” è dedicato alla promozione della destinazione Carpi e del territorio dell’Unione Terre d’Argine, finalizzato alla realizzazione di una campagna di definizione del city branding e di promozione turistica in contesti con alto potenziale di crescita nell’incoming.

Si prevedono le seguenti azioni:

1. Potenziare e sviluppare gli attrattori principali del territorio;
2. Campagna di comunicazione e attività promozionali da sviluppare sull’asse dell’Autostrada del Brennero A22, nelle principali destinazioni presenti lungo l’asse (Trento, Rovereto, Verona, Mantova, Lago di Garda, Modena);
3. Campagna specifica di comunicazione e attività promozionali negli Aeroporti di Bologna e Verona per individuare mercati esteri specifici (Germania, Olanda, Francia, Belgio, Spagna, Londra, etc...);
4. attività di sensibilizzazione e coinvolgimento dei cittadini nella promozione: “il miglior promoter di Carpi sei tu”. È necessario che, in forme diverse, i cittadini operino concretamente nella conoscenza del proprio patrimonio (=identità) e nel renderlo visitabile. Operativamente, si tratta di creare lo IAT diffuso.

Si intendono promuovere, nel territorio di Carpi e dei Comuni dell’Unione Terre d’Argine, le destinazioni con le loro specificità monumentali e i prodotti che sono elementi di attrazione. Nello specifico:

1. Storia, cultura ed eventi culturali (Centro storico, Palazzo dei Pio coi Musei, Percorso della memoria con il Campo di Fossoli, monumenti religiosi del territorio, Castello Campori a Soliera, Museo della Bilancia, ecc.; Festivalfilosofia, Festa del racconto, eventi espositivi, ecc.)
2. Sapori e tradizioni enogastronomiche
3. Marchi della moda.

Il target a cui si rivolge il progetto è costituito da:

1. Pubblico locale: sono i cittadini, ma anche imprenditori, commercianti, associazioni, fruitori dei servizi culturali e degli eventi;
2. Turisti e soggetti esterni al territorio, inclusi i fruitori dei servizi turistici e culturali e degli eventi, ma anche tour operator, potenziali investitori.

I principali mercati-obiettivo sono:

- Regione Emilia Romagna e area geografica in un raggio di 100 km da Carpi tra basso Veneto e Lombardia soprattutto;
- principali destinazioni presenti lungo l’asse (Trento, Rovereto, Verona, Mantova, Lago di Garda, Modena);
- Aeroporti di Bologna e Verona per individuare mercati esteri specifici (Germania, Austria, Olanda, Francia, Belgio, etc...)

L’ambito territoriale è quello di Carpi e del territorio dell’Unione Terre d’Argine, dove operano già in rete insieme agli enti pubblici (Comuni) altri soggetti anche privati quali Diocesi di Carpi, Fondazione ex Campo Fossoli, Palazzo Foresti Spa, Modenatur, Palatipico.

Le azioni di progetto prevedono:

1. Strumenti di comunicazione e promozione: web, mailing, newsletter, social media;
2. Materiali: ADV, brochure, manifesti, video.

Il fine è quello di valorizzare, organizzare e promuovere il territorio sia internamente che esternamente attraverso la valorizzazione del sistema agroindustriale e agroalimentare, che può essere ottenuta tramite la costruzione di una rete virtuosa che, a partire dalla produzione, arriva fino alla consumazione e alla vendita del prodotto finito, offrendo al turista, ove possibile, esperienze dirette nei siti di produzione. Parallelamente agli obiettivi di valorizzazione delle eccellenze, è dunque necessario anche preservare e valorizzare gli asset principali del territorio: la cultura, la storia e la bellezza in modo da garantire orizzonti di sviluppo nel lungo periodo, capaci di migliorare la qualità della vita della popolazione locale.

Modalità e strumenti di monitoraggio dei risultati attesi:

- Contatti sugli strumenti e i media digitali;
- Analisi quali-quantitativa sulle presenze turistiche a Carpi e nel territorio dell'Unione Terre d'Argine;
- Uscite sulla stampa tradizionale e online;
- Analisi della percezione di Carpi come destinazione turistica;
- Analisi quali-quantitativa delle presenze agli eventi culturali di Carpi e del territorio dell'Unione Terre d'Argine.

Importo del progetto: € 310.000,00

Valutazione: Buono — Attribuzione di merito: p.ti 72

- 1) integrazione del progetto con azioni di promozione turistica di livello regionale e/o sovraregionale: **p.ti 7**;
- 2) il perseguimento di obiettivi di promozione e qualificazione dell'offerta turistica in un assetto organico di sistema territoriale e di sinergia con altri comparti (in particolare commercio e produzioni tipiche): **p.ti 15**;
- 3) la valorizzazione di specificità e di eccellenze di interesse turistico: **p.ti 18**;
- 4) l'introduzione di modalità innovative di promozione e comunicazione: **p.ti 15**;
- 5) Correlazione tra promozione e commercializzazione: **p.ti 10**;
- 6) Progettazione: **p.ti 7**.

Titolo: I Sassolini: due eccellenze, una città

Soggetto proponente: Comune di Sassuolo

Prot. n. 36625 del 15/11/2021

Area interessata dal progetto: Città di Sassuolo

Descrizione del progetto:

L'evento "I Sassolini" vuole fungere da attrattore per il centro storico di Sassuolo e sarà realizzato alla fine di novembre 2022 in collaborazione con diversi soggetti che operano per la valorizzazione territoriale. Il programma dell'evento sarà suddiviso in due giornate e le proposte saranno variegate: corner del gusto per acquistare i prodotti protagonisti dell'evento e altri prodotti tipici del territorio, show cooking ad opera di chef del territorio, visite guidate presso i produttori di Sassolino, cene a tema. Si intende promuovere due eccellenze alimentari tutte da riscoprire: il Sassolino (liquore) e la Sassolina (insaccato) che devono entrambi il proprio nome al loro territorio di origine, la città di Sassuolo. Storia, tradizione, bontà e qualità sono le componenti di questi due prodotti che Sassuolo propone insieme, sia per la complementarità di dolce e salato, che per unicità e toponomastica.

Tramite questo evento innovativo per l'offerta turistica di Sassuolo si intende rilanciare l'immagine della città grazie alle eccellenze che il nostro territorio ha da offrire, per incentivare lo sviluppo di nuovi prodotti turistici che si integrano perfettamente nell'offerta del turismo enogastronomico della Destinazione turistica Bologna-Modena. Valorizzando la specificità dell'enogastronomia locale tramite un progetto che prevede la collaborazione di una rete di partner pubblici e privati nel campo della promo-commercializzazione turistica, il progetto "I Sassolini" si propone di rafforzare l'offerta turistica della città di Sassuolo all'interno del quadro della Food Valley, in aggiunta a quello della Motor Valley e della Ceramica.

L'evento si svolgerà nel centro storico di Sassuolo e sarà organizzato in collaborazione con diversi soggetti che operano per la valorizzazione territoriale: Confcommercio Sassuolo, Comitato dei commercianti del centro storico di Sassuolo, produttori e negozi storici, operatori della comunicazione e dell'organizzazione di eventi.

L'evento sarà supportato da un piano di comunicazione che si muoverà in particolare in ambito social:

- Studio e definizione del messaggio a breve e lungo termine attraverso i social;
- Declinazione della veste grafica personalizzata all'identità del Brand sui social;
- Creazione Pagine Social Ufficiali sulle piattaforme: Instagram, Facebook, LinkedIn & Google Business;
- Settaggio e gestione di FB Business Manager;
- Pianificazione e stesura piano editoriale social per lo sviluppo di contenuti a rubriche;
- Community Management Gestione delle community gruppi social.

Gli attori principali della conoscenza della Sassolina e del Sassolino saranno gli chef sassolesi, veri ambasciatori dei due prodotti, che nelle settimane successive alla manifestazione sapranno interpretarli al meglio. Infatti, nei vari ristoranti e trattorie di Sassuolo, saranno presentati menù a tema basati sui due prodotti, per coloro che vorranno approfittare di questa ghiotta iniziativa per conoscere la cucina del territorio e le interpretazioni degli chef sassolesi sia nella cucina tradizionale che innovativa. La stessa esperienza sarà realizzata anche a livello regionale in collaborazione con Slow Food.

L'iniziativa non sarà certo priva di veri e propri spunti culturali: il pubblico avrà infatti la possibilità di seguire le visite guidate organizzate per l'occasione in collaborazione con l'Assessorato alle Attività Culturali e condotte dallo storico dell'arte Luca Silingardi.

Con questo progetto turistico si intende puntare su prodotti enogastronomici poiché questi sono elementi di attrazione turistica per il territorio sempre più efficaci: è raro trovare dei prodotti che devono il loro nome al territorio d'origine ma, quando ciò si verifica, il risultato positivo è a portata

di mano. Si pensi, ad esempio, al Parmigiano Reggiano, al prosciutto di Parma o al lardo di Colonnata. Questa iniziativa fa leva su un'unione di cucina, storia e tradizioni, proponendo Sassuolo come patria di queste due eccellenze e rivolgendosi ad un pubblico, ormai sempre più vasto, attento e interessato alle tradizioni enogastronomiche locali.

Il monitoraggio dei risultati del progetto sarà effettuato tramite un'analisi dei dati di partecipazione alle varie iniziative dell'evento e un questionario di gradimento da sottoporre ai partecipanti ed ai venditori.

Importo del progetto: € 15.000,00

Valutazione: Sufficiente — Attribuzione di merito: p.ti 63

1) integrazione del progetto con azioni di promozione turistica di livello regionale e/o sovraregionale:

p.ti 6;

2) il perseguimento di obiettivi di promozione e qualificazione dell'offerta turistica in un assetto organico di sistema territoriale e di sinergia con altri comparti (in particolare commercio e produzioni tipiche): **p.ti 15;**

3) la valorizzazione di specificità e di eccellenze di interesse turistico: **p.ti 15;**

4) l'introduzione di modalità innovative di promozione e comunicazione: **p.ti 15;**

5) Correlazione tra promozione e commercializzazione: **p.ti 7;**

6) Progettazione: **p.ti 5.**