

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

IAT MARANELLO

Soggetto proponente : Comune di Maranello

prot. 19698 del 03/07/2020

Area interessata dal progetto: Comune di Maranello, Comune di Fiorano Modenese, Comune di Formigine, Comune di Frassinoro, Comune di Montefiorino, Comune di Palagano, Comune di Prignano s/S.

Descrizione del progetto

Azioni/iniziative che si intendono svolgere nel corso del 2021:

PREMESSA:

Il Sistema Turistico Territoriale Intercomunale è nella prima annualità della nuova convenzione sottoscritta a febbraio 2020. Ne fanno parte i Comuni di Maranello, Fiorano Modenese, Formigine Frassinoro, Montefiorino, Palagano e Prignano s/S.

La compagine dei comuni che si sono costituiti in Sistema Turistico ha dunque ampliato notevolmente il territorio di riferimento comprendendo i comuni della fascia pedemontana e quelli dell'appennino, un ampliamento che fornisce ai comuni stessi la possibilità di elaborare politiche del turismo sinergiche che dovranno rafforzare l'offerta turistica dell'intero territorio.

Il territorio di riferimento si estende per 394 Km² circa, di cui il 70% è zona montuosa, e conta oltre 80.000 abitanti, che risiedono principalmente nei tre comuni di pianura. Da un punto di vista della ricettività, i comuni aderenti al Sistema offrono più di 2.100 posti letto in strutture alberghiere e B&B.

LO IAT TERRA DI MOTORI

Motore centrale di questo nuovo Sistema Turistico è l'Ufficio IAT Terra di Motori presso il Museo Ferrari di Maranello, Museo che lo scorso anno ha contato la cifra record di visitatori di oltre 400.000 presenze. Un numero che, vista la pandemia da Covid-19 non sarà possibile raggiungere nel 2020, ma che sarà sicuramente un obiettivo realistico per il 2021.

L'Ufficio IAT 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: passion, nature, culture, food.

Il Sistema Turistico ha dunque elaborato insieme una prima programmazione di interventi intesi a promuovere la destinazione che si svilupperanno già nel 2020.

Attraverso anche un accurato studio del posizionamento del territorio è stato affidato il servizio di costruzione di un nuovo sito che potrà contare su un *namings* della destinazione e contenuti organizzati per la navigazione in modalità mobile first.

Il nuovo sito del turismo è studiato per narrare tutte le esperienze che è possibile vivere da chi arriva sul territorio. Esperienze che si potranno sviluppare tra motori, storia, cultura, design, arte, ceramica, enogastronomia, eventi, turismo slow, turismo religioso, relax, turismo sportivo. Si tratta di un'offerta ricca, adatta ai gusti di utenti singoli o famiglie, messa a regime dalla rete di comuni per trasformare il territorio in destinazione turistica.

Coinvolgente, in grado di rendere l'esperienza di navigazione divertente, capace di arricchire in termini di conoscenza ma, prima di tutto, utile ai turisti che intendono acquistare un pacchetto di viaggio pronto o avere un itinerario confezionato, anche con la composizione di differenti scelte.

Improntato all'immediatezza e alla facilità d'uso, organizzato in maniera chiara, capace di dare risalto a tutti i soggetti partner del progetto e, nello stesso tempo, proiettare all'esterno l'immagine d'insieme.

Grande attenzione è riservata alla creatività, alla comunicazione, all'usabilità e all'accessibilità, al fine di veicolare e rafforzare l'identità del brand "Maranello" quale chiave per stimolare la curiosità dei visitatori verso tutto quanto offre il territorio.

Il sito supporta gli utenti nella fruizione delle informazioni e favorisce la comunicazione destinata ai diversi target.

Il sito web è l'ambiente comune ad una rete composta dai funzionari dei comuni, dagli IAT e PIT, dai punti di informazione e accoglienza diffusi sul territorio. E' una rete che si vuole rendere sempre più interconnessa. Si è ricercato per questo motivo un'impostazione grafica ed un'efficace identità visiva. A tal fine è stato studiato un logo utilizzato nei materiali a disposizione.

Le interfacce utilizzate per comunicare con l'utenza sono progettate con un approccio che adotti i paradigmi tipici del Web 2.0, preferendo la pulizia di impostazione, l'interattività, il coinvolgimento del fruitore. Tutte le scelte comunicative riflettono le qualità principali del servizio offerto dal portale: innovazione, appeal, informazioni turistiche, passione, coinvolgimento.

Nell'ottica di un'ottimizzazione delle risorse è stata fatta la scelta di unificare, sotto un unico sistema operativo l'attuale sito web maranello.it e l'attuale APP Maranello Beating Heart of Italy per gestire tramite Web App dell'attuale APP che, pur essendo graficamente obsoleta, conserva funzionalità importanti come l'inserimento di percorsi tematici, la geo-localizzazione dei punti turistici, il database di strutture, punti di interesse e non solo.

Il sito, attualmente in fase di rilascio, diventerà perciò l'*hub* del Sistema Turistico composto da Maranello, dagli altri comuni aderenti al progetto (Fiorano Modenese, Formigine, Frassinoro, Montefiorino, Palagano, Prignano s/Secchia), nonché eventuali altri partner pubblici o privati del Sistema Turistico che possono convenzionarsi con il Sistema stesso per sviluppare azioni congiunte nell'ambito del turismo e della promozione del territorio.

ATTIVITA' PER IL 2021

Nella programmazione dell'attività del Sistema turistico per il prossimo anno si intende muoversi su tre principali direttrici:

1. Implementazione del sito maranello.it con acquisto di alcuni nuovi servizi e migliorie (solo spesa corrente). Nel progetto proposto per il finanziamento si prevede l'acquisto di ulteriori funzioni del sito nell'ottica di favorire un migliore rapporto con l'utenza e il rafforzamento della rete e delle micro-reti. In particolare nel 2021 si prevede l'acquisto di un modulo "Live Chat" che consentirà di comunicare tramite avatar con il personale IAT e l'utilizzo di Google Places per la elaborazione di 20 luoghi con l'organizzazione dei contenuti.

Si attiverà inoltre una sezione Quiz e contents engage per ingaggiare il visitatore del sito e stimolarne la curiosità verso la destinazione.

L'attività di copy dei testi, su cui verrà attuata una specifica azione di formazione, si svilupperà nel senso di integrare nella destinazione i nuovi territori entrati in convenzione sempre nell'ottica di evidenziare la vocazione all'accoglienza degli ospiti comune a tutti i territori. I testi, le immagini, i video devono far percepire il territorio come un unicum capace però di offrire esperienze diverse collegando le vocazioni specifiche dei territori – motori, relax, arte, storia, ottimo cibo – evocando un territorio vivace, capace di incuriosire il visitatore.

Sarà inoltre necessario procedere alla traduzione professionale in inglese dei contenuti del sito.

2. Spese di formazione, dedicate sia agli addetti dei punti informativi turistici e iat, sia alle attività produttive per ricreare in versione allargata ai nuovi 4 Comuni lo "IAT diffuso" e le micro-reti;

2.1 Organizzazione di corsi di formazione per gli addetti agli IAT e PIT.

Nell'organizzazione dei corsi sarà privilegiata la modalità on-line e argomenti come l'utilizzo delle tecnologie e dei social media. Particolare attenzione verrà dedicata all'attività di promozione attraverso il copy dei testi come dettagliato al punto 1.

Per gli addetti IAT e PIT si organizzeranno momenti di formazione specifica per la funzione istituzionale di promozione turistica del territorio sia in presenza che tramite l'utilizzo delle tecnologie. Si proporranno inoltre attività di formazione sul copy dei testi scrittura social.

La formazione mirerà a rafforzare la collaborazione dello IAT di Maranello con gli altri punti di informazione sul territorio e con la rete di Benvenuto Turista dello IAT diffuso già presente nei comuni della pedemontana e che verrà allargata al territorio della montagna.

2.2 Organizzazione di corsi per gli addetti alle attività del territorio interessate al fenomeno turistico.

Anche per questi utenti sarà privilegiata la modalità on-line di organizzazione di corsi di formazione. Si proporranno attività che ad esempio suggeriscano e stimolino modalità di autopromozione attraverso l'utilizzo delle tecnologie e lo sfruttamento dei social media, ma anche la capacità di organizzare in autonomia "micro-reti" per un'accoglienza diffusa e di mutuo sostegno.

3. Realizzazione di video, clip e foto del territorio del Sistema Turistico L'ampliamento della compagine del Sistema necessita l'acquisizione di materiale specifico, originale, omogeneo per stile e capace di narrare il territorio sia a chi lo deve promuovere che a chi verrà invogliato a

visitarlo.

Il materiale realizzato sarà poi utilizzato per la comunicazione web e social ed anche come materiale didattico da utilizzare per la formazione sia del personale IAT e PIT che delle attività del territorio interessate al fenomeno turistico.

Tutte le attività di formazione saranno sviluppate in continuità con quanto già fatto in precedenza con i progetti "Benvenuto Turista" e in sinergia con il progetto ammesso al finanziamento PTPL presentato lo scorso anno dal Comune di Modena "IAT degli IAT" cui il Sistema Turistico coordinato da Maranello sta collaborando per la sua piena realizzazione.

TOTALE SPESE PREVISTE € 131.676,46

Iniziative di promozione turistica locale

Soggetto proponente: Museo dell'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena in collaborazione con Consorceria dell'Aceto Balsamico

prot. n. 19697 del 03/07/2020

Titolo del progetto: Il Balsamico della Tradizione Secolare.

Descrizione del progetto

L'Aceto Balsamico è un prodotto noto in tutto il mondo, anche non sempre associato a quello della tradizione. Il progetto è dunque rivolto a tutto il mondo. Scendendo nel dettaglio, si riscontra molto interesse in Europa, Nord America (Canada e Stati Uniti) e Asia (Giappone, Corea del Sud, Cina). Si agirà su quei mercati rafforzando e ampliando i contatti con agenzie turistiche, partecipando alle attività di Modena Heritage Tour, associazione fondata da CNA Turismo, potenziando il sito (ora in lavorazione e tradotto in quattro lingue) e la presenza sui social Facebook, Instagram e Telegram e in app dedicate al turismo.

Si promuove l'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena DOP in generale e la cultura in cui si è sviluppata questa eccellenza della gastronomia. A giugno, il Palio di San Giovanni premierà il migliore aceto di produzione familiare, fatto secondo tradizione (27 giugno 2021), i partecipanti che lo vorranno, potranno raccontarsi. In autunno, attorno alla cottura del mosto d'uva a cura dei Maestri della Consorceria, si organizzeranno (1) una mostra mercato e (2) dei percorsi di street food al Balsamico Tradizionale – a cura di bar, ristoranti, forni e associazioni locali - per far conoscere e promuovere l'uso del Balsamico Tradizionale in cucina. Si promuovono in generale Modena e in particolare Spilamberto, cornice del progetto.

Si desidera raggiungere appassionati di cucina, gourmet, turisti di passaggio o semplici curiosi che desiderano approfondire le fasi che caratterizzano la produzione del Balsamico fatto secondo la tradizione, incontrare gli esperti Maestri della Consorceria e gustare il prodotto in deliziose combinazioni col cibo. Il progetto punta a favorire aziende agroalimentari e artigiane sia locali che extra regionali, associazioni, scuole, bar, ristoranti, forni, altri musei ed ecomusei.

Le iniziative hanno luogo a Spilamberto, anche sede del Museo dell'Aceto Balsamico Tradizionale, con positive ricadute su tutta la provincia e zone limitrofe. Il progetto coinvolge oltre al Museo dell'Aceto Balsamico Tradizionale, la Consorceria dell'Aceto Balsamico Tradizionale e il Comune di Spilamberto. Negli anni, alcune delle manifestazioni in progetto hanno ricevuto il patrocinio da Regione Emilia Romagna, Provincia di Modena Camera di Commercio di Modena.

Le iniziative avranno luogo domenica 27 giugno e il primo fine settimana di ottobre (sabato 2 e domenica 3 ottobre 2021, con un'anteprima nella serata di venerdì 1° ottobre e una coda nella serata di lunedì 5 ottobre). L'organizzazione di questi eventi si affianca alla ordinaria gestione del Museo, quindi l'organizzazione comincia già a inizio 2021 e terminerà a fine anno.

Tradizione – consentono di valorizzare e veicolare efficacemente l'offerta turistica individuando nel Museo del Balsamico Tradizionale, nella Consorceria e nel Comune di Spilamberto i luoghi dove l'eccellenza si conosce appieno. Allo stesso tempo, ci sono ricadute positive sugli altri produttori, su tutto il comparto turistico agroalimentare per estendersi infine anche ad altri ambiti, come motori, arte e natura. Il progetto propone laboratori per adulti e bambini, si ospitano scuole, mostre d'arte, mostre di trattori e macchine agricole antiche, di moto, auto d'epoca e di lusso; si promuovono cooking show, degustazioni, installazioni e spettacoli.

Si attueranno strategie efficaci di comunicazione per ampliare il raggio per raggiungere il target interessato e si integrerà la filiera turistica con altri comparti come cultura, motori, altri prodotti dell'enogastronomia locale. Si rafforzeranno le collaborazioni con agenzie turistiche e con attività commerciali locali. Si potenzierà la comunicazione su sito (stiamo attuando la traduzione del sito in almeno quattro lingue) e social (su cui scriviamo in tre lingue).

La valutazione dei risultati viene fatta redigendo un report complessivo, a fine progetto, con illustrazione del percorso effettuato e dei risultati ottenuti.

Importo del progetto: € 59.800,00

Valutazione: **Buono — p.ti 75**

- 1) integrazione del progetto con azioni di promozione turistica di livello regionale e/o sovraregionale: p.ti 3;
- 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 20;
- 4) l'introduzione di modalità innovative di promozione e comunicazione: p.ti 15;
- 5) Correlazione tra promozione e commercializzazione: p.ti 15;
- 6) Progettazione: p.ti 7.