
UNIONE TERRE DI CASTELLI

PG n. 2256-2284-2303 del 15/01/2024
Integrazione PG n. 19280 del 22/03/2024
Integrazione PG n. 30742 del 07/05/2024

tipo di gestione (diretta o affidata a terzi)

in concessione in quota parte a Consorzio Castelvetro V.I.T.A.

personale impiegato (nome e cognome e forma contrattuale)

IAT TERRE DI CASTELLI

n. 3 Gandolfo Francesca, Isernia Desiree, Gianfelici Domiziana dipendenti T.D. Consorzio Castelvetro

RETI TERRITORIALI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA

1. Museo ABTM di Spilamberto (Sereni Cristina dipendente T.D.);

2. Pro Loco Vignola Terra di Ciliegie (Fontana Jennifer dipendente T.D.);

COORDINAMENTO ATTIVITA' dipendenti Unione Terre di Castelli:

Rubbiani Daniela e Gilocchi Enzo, Servizio Marketing e Turismo

giornate ed orari di apertura (effettivamente osservati nel 2023)

orario giorni feriali (periodo di massima affluenza*): martedì/venerdì ore 9.00-13.00 e 14.00-18.00 orario giorni

festivi (periodo di massima affluenza*): 10.30 alle 13 e dalle 15.30 alle 17.30

orario giorni feriali (altri periodi): martedì/venerdì ore 9.00-13.00 e 14.00-18.00

orario giorni festivi (altri periodi): chiuso

(*) massima affluenza: da aprile ad ottobre.

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

informazioni turistiche relative agli attrattori presenti sul territorio di riferimento sia in forma diretta che digitale tramite il sito web di riferimento www.terredicastelli.eu;

assistenza ai turisti, negli orari di apertura, anche in lingua inglese e francese;

fornitura gratuita del materiale informativo e promozionale relativo al territorio di competenza - Guida VIVI SCOPRI ASSAPORA italiano/inglese (in allegato) e mappe turistiche (fronte singolo comune, retro carta territorio unione, con focus delle principali attrattive) - oltre a brochure e materiale relativo ai Musei, Rocche, Castelli, luoghi visitabili ed eventi locali;

connettività Wi-Fi in loco, aperta e gratuita;

accoglienza e promozione coordinata da Unione Terre di Castelli titolare del servizio per giornalisti, blogger e/o operatori turistici;

attività di informazione e accoglienza turistica, al di fuori della propria sede usuale, in occasione di eventi;

gestione archivi fotografici e multimediali relativi al proprio territorio di riferimento;

vendita pubblicazioni e gadget, nel rispetto della normativa vigente;

messa a disposizione strumenti di prenotazioni per eventi, visite guidate ecc.

censimento dei contatti (sintesi descrittiva dati di cui in Scheda contatti Mod. All. 4)

2.048

azioni/iniziative che si sono svolte nel corso del 2023

L'attività di Unione Terre di Castelli che in sintesi può essere espressa in "Terre di Castelli – Vivi Scopri Assapora: promozione del territorio, informazione e accoglienza turistica" si pone in diretta continuità con le azioni e le iniziative intraprese già dal 2015/2016.

Nel corso degli anni, a ben vedere, il progetto del brand territoriale Vivi, Scopri, Assapora si è sviluppato, fino ad arrivare a poter sostenere che sia in grado di essere identificativo di una proprio "marchio distintivo", che sia maturo per una identità di "prodotto turistico" completo e complementare; unico ed univoco, e che comprende tre

temi target di Unione Terre di Castelli: l'agroalimentare e la vitivinicoltura; rocche, castelli, borghi; sentieristica e cicloturismo, in linea con gli obiettivi della Destinazione Turistica, con inoltre particolare attenzione alla domanda del mercato estero.

Prodotto nel quale gli otto Comuni tendono a riconoscersi, e venire riconosciuti all'esterno. L'intento è quello di evolvere il prodotto turistico in base alla domanda del mercato (interno ed estero), anche grazie al consapevole coinvolgimento degli operatori economici dei diversi settori, con l'obiettivo di costruire proposte (itinerari) capaci di allargare e segmentare l'offerta, allungare i tempi di permanenza, offrire il 'prodotto' Terre di Castelli ad integrazione e valorizzazione di percorsi più ampi. Il valore aggiunto che si è cercato di ottenere, è quello di evolvere il "prodotto turistico" differenziandolo dal contesto territoriale, seppur competitivo puntando sul carattere "emozionale ed intimo" capace, pertanto, di catturare quel target di turisti consapevoli e responsabili, che amano vivere il proprio 'viaggio' in modalità lenta, esperienziale e sostenibile. Per contribuire a ciò, nel corso del tempo, si è investito nella strutturazione ed ampliamento dei Punti di Informazione e Accoglienza turistica, sia in termini di servizi offerti all'utente/turista, sia in termini di comunicazione e promozione. Il monitoraggio dei dati dimostra come il portale web, i canali social, le guide e le mappe turistiche hanno supportato e sostenuto lo sviluppo e la diffusione del brand Terre di Castelli, nell'ottica di un progressivo consolidamento di un'identità territoriale unica.

Nel corso del 2023 si è provveduto a realizzare le seguenti AZIONI:

1. Favorita una maggiore circolazione delle informazioni turistiche sul territorio, attraverso la presenza di una rete territoriale e virtuale tra infopoint, servizi turismo dei comuni aderenti ad unione stessi e coinvolgendo le realtà locali (associazioni/proloco locali, Musei e operatori turistici), nell'intenzione di rafforzare la rete diffusa informativa, sia interna che a servizio del turista e operatore (to e adv), nell'ottica di un progressivo consolidamento di un'identità territoriale unica. Particolare attività inoltre è stata dedicata alla gestione social e web ai fini dell'implementazione di una presenza online efficace, costruendo e gestendo la reputazione del brand, contribuendo ad una maggiore promozione e informazione digitale. Sviluppando inoltre attraverso i canali web e social: strategie di comunicazione, creazione contenuti corredati da testi immagini e video, interazione con il pubblico, analisi delle prestazioni, pianificazione di campagne pubblicitarie e collaborazione con altri operatori del settore (privati e istituzionali) per garantire coerenza ed integrazione delle attività, anche in funzione di contribuire all'informazione, accoglienza e promozione d'area Provinciale e della Destinazione Turistica (Redazione Locale inclusa). Il monitoraggio dei dati dimostra come il portale web, i canali, social, le guide e le mappe turistiche hanno supportato e sostenuto lo sviluppo e la diffusione del brand Terre di Castelli, nell'ottica di un progressivo consolidamento di un'identità territoriale unica. Altresì, non meno importante, hanno sostenuto l'attuazione di una gestione diretta dell'informazione, accoglienza e promozione sul e del territorio, in breve una regia unica nella direzione di una crescita ed evoluzione del sistema economico locale, tale da intercettare le richieste di un mercato turistico che pare aver trovato un particolare ma fertile territorio, nelle Terre di Castelli, nella dimensione emozionale di turismo slow. Puntando inoltre alla comunicazione/informazione digitale tramite il sito web www.terredicastelli.eu, mezzo che garantisce anche la promozione (gratuita) agli operatori turistici privati suddivisi in categorie specifiche utili al turista. Il sito web turistico di Unione è estremamente flessibile, garantisce al turista di reperire informazioni in base ai propri bisogni e personali interessi; offre un gran numero di itinerari tematici; una sezione blog in continuo aggiornamento con articoli specifici e variegati dedicati ad ogni target. L'Unione assicura il coordinamento di ogni attività, e il proprio supporto operativo a tutti i soggetti sopra individuati, tramite il Servizio Turismo e Marketing della Struttura Pianificazione Territoriale dell'Unione Terre di Castelli.
2. Coinvolgimento degli operatori economici locali ai fini dell'offerta di SERVIZI TURISTICI ESPERIENZIALI, nel tempo principalmente enogastronomico e con particolare attenzione alla domanda del mercato estero. Le piccole realtà del territorio hanno un grandissimo potenziale, ma spesso con risorse e conoscenze limitate, è pertanto fondamentale 'aiutarle' e contribuire al loro sviluppo e crescita economica in chiave turistica;

A tal proposito è stata coinvolta una professionista del settore, Tamarri Giulia, che attraverso visite in loco e consulenze specifiche è divenuta una sorta di "ri-animatrice territoriale". Le attività svolte sono state distinte in base alla tipologia delle aziende stesse:

- a. aziende che già offrivano una esperienza al visitatore: in questo caso l'obiettivo che si è voluto raggiungere era rendere l'offerta più professionale tramite specifiche consulenze sulla specifica offerta e modalità di promozione più efficaci;
- b. Aziende che non avevano un'offerta esperienziale 'pronta', ma che avevano il potenziale per offrirla. In questo caso le azioni compiute avevano l'obiettivo di individuare le aziende e, tramite visite in loco, illustrare loro la possibilità di integrare il loro business principale, creando una

- sinergia circolare. La difficoltà principale è stata il superamento del gap formativo ed il capire che il turista è un'opportunità anche per una piccola realtà economica. Le azioni svolte sono quindi concentrate in loco alla sede operativa dell'azienda, attraverso specifiche consulenze, allo scopo di individuare le potenzialità e successivamente la loro messa in esercizio;
- c. Aziende che non avevano un'offerta esperienziale pronta e non avevano le risorse per crearla. In questi casi l'obiettivo era creare rete: le piccole realtà possono non avere le forze economiche e lavorative per offrire servizi al turismo ma unendo personale e risorse è possibile trovare soluzioni alternative. Le azioni svolte si sono concentrate nell'individuare aziende che potessero creare sinergie e creare fra loro un contatto. A questo scopo è stata apportata una integrazione ad hoc al portale web di riferimento, appunto dedicata alle esperienze, che a mano a mano implementeremo certamente nel futuro.
3. Sempre nell'ottica degli obiettivi target sopra citati, in particolare in questa parte – sentieristica e cicloturismo – si è dato corso a due particolari progetti promozionali:
- a. Il Cammino dell'Unione nato nel 2022 si è maggiormente consolidato nel corso del 2023 e con la collaborazione dell'Ente Parchi Centrale si prevedono in questi primi mesi del 2024 accordi/convenzione dedicati al fine della predisposizione di apposita segnaletica e manutenzione, la presa in carico da parte di Unione TdC della relativa gestione. Un Cammino in crescita, con un itinerario ad anello che tocca in 5 tappe/gg i luoghi suggestivi dei comuni unione in 100 km di lunghezza. I numeri dal 2022 al 2023 hanno presentato un +20% di viandanti (circa 600 persone) che hanno usufruito per n. 5 giorni delle strutture ricettive e ristorative dai comuni di pianura/collina ai comuni montani. Al fine del proseguimento della valorizzazione e promozione, con tangibili ricadute sul tessuto economico e sociale dell'area, è stato acquistato uno spazio espositivo alla fiera del settore FAI LA COSA GIUSTA di Milano, che si terrà a marzo del 2024, nella sezione Turismo Consapevole, Grandi Cammini, Outdoor. Si precisa che per usufruire di una maggiore scelta dello spazio espositivo ed usufruire della scontistica prevista del 20%, si è proceduto all'acquisto con il budget disponibile del Bilancio 2023. Lo stand è disposto ad angolo, con due aperture frontali: la promozione del Cammino sarà effettuata dagli ideatori; la promozione di attività esperienziali, itinerari cicloturistici in E-bike e altri itinerari a piedi fino al Parco dei Sassi, sarà effettuata a cura del personale IAT e guide ambientali. In nessun caso è previsto il pagamento di spese di personale impiegato. Le spese sono relative all'acquisto dello spazio e allestimenti grafici/informativi, che andremo a concretizzare nei prossimi mesi.
- b. Nel 2022 si è concretizzato il progetto della Carta cicloturistica e cammini, con l'ideazione di nuovi itinerari nell'area di pianura e collina, collegandoli a quelli già presenti dei comuni montani del Parco Sassi di Roccamalatina (Marano, Guiglia e Zocca). Ai fini quindi della valorizzazione e promozione si è proceduto all'acquisto di spazio pubblicitario nella Guida del Touring Club Italiano 'Italia in Bicicletta' (scheda allegata), edita da Progetto s.r.l. e che uscirà a marzo 2024.
- Anche in questo caso le risorse economiche sono del bilancio 2023, in quanto era necessario aderire entro la stessa annualità. Allegata bozza grafica.

eventuali attività di produzione di materiale turistico e di promozione

Si è proceduto alla ristampa della Guida turistica di Unione Terre di Castelli 'VIVI SCOPRI ASSAPORA' in lingua italiana e inglese, ormai esaurita. Costituisce una concreta panoramica di quanto il turista può trovare nelle Terre di Castelli (allegata).

percorsi formativi attivati per il personale

Il personale IAT del front office (Gandolfo e Isernia) ha partecipato nel mese di novembre 2023 ad un corso di formazione di Accompagnatore Turistico, in linea con i nuovi standard previsti (in allegato attestato relativo); il personale di back office (Gianfelici), esegue costante formazione in materia di comunicazione (social media manager e web marketing).

Personale	€ 28.000,00
Formazione	€ 3.431,40
Funzionamento di reti territoriali/virtuali di informazione e accoglienza	€ 6.000,00

Collegamento e/o condivisione di funzioni e informazioni con altri IAT del territorio provinciale	€ 1.000,00
Locazione	€ 0,00
Riscaldamento e Pulizia	€ 730,58
Spese postali e di cancelleria	€ 14,35
Utenze (Tel, Luce, Acqua)	€ 335,07
Assistenza e manutenzione strumenti informatici	€ 3.660,00
Realizzazione e stampa di materiale informativo	€ 5.198,96
Abbonamenti a quotidiani contenenti le edizioni locali (solo per IAT e IAT R)	€ 0,00
Sperimentazioni di servizi innovativi al servizio del turista	€ 12.798,50
Altro (Invio e spedizione guida; Acquisto stand Fa' la cosa giusta 2024; Acquisto Italia in bicicletta 2024)	€ 6.861,81
Totale	€ 68.030,67

Il totale delle spese rendicontate ammissibili a contributo ammonta a € 61.219,68 a fronte di una spesa ammessa di € 60.000,00 Non ammesse spese rendicontate pari a € 6.810,99, sostenute nell'anno di riferimento ma relative ad azioni da svolgere nel 2024. Si conferma l'importo concesso pari a € 12.000,00 a fronte della realizzazione delle azioni previste dal progetto e dei risultati attesi, considerato che la spesa rendicontata ammessa risulta $\geq 80\%$ della spesa progettuale ammessa.

COMUNE DI CARPI (IAT)
Per conto dell'Unione Terre d'Argine

PG n. 2373 del 15/01/2024
Integrazione PG n. 32244 del 14/05/2024

tipo di gestione (diretta o affidata a terzi)

Lo IAT è gestito dal Comune di Carpi in convenzione con i Comuni di Campogalliano, Novi di Modena e Soliera, approvata con deliberazione di Consiglio Comunale 296 del 20.12.2001, rinnovata nel 2004, quindi quinquennalmente.

Operativamente l'ufficio è in concessione a RTI costituita da Coopculture, AR/S Archeosistemi e Mediagroup, con scadenza concessione al 30 giugno 2025

personale impiegato (nome e cognome e forma contrattuale)

- Operatore n. 1: MILENA BIZZARRI
- Operatore n. 2: FRANCESCA GUAITOLI
- Operatore n. 3: PAOLA LUCCHET
- Operatore n. 4: MARIA LUISA LUPPI

Le operatrici svolgono le attività di front office e sono costituite in uno staff di 4 persone che si alternano su turni con 2 persone contemporaneamente.

Le operatrici dello IAT sono dipendenti di ditta esterna alla quale è stato assegnato il servizio tramite gara l'appalto. Tale contratto è in corso dal 1° luglio 2021 fino al 30 giugno 2025

giornate ed orari di apertura (effettivamente osservati nel 2023)

Da martedì a domenica e festivi ore 10-18

Chiuso il lunedì, Natale e Capodanno

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

informazione e accoglienza turistica; distribuzione materiali informativi; gestione richiesta di informazioni tramite web e social; gestione richiesta di informazioni biglietteria per teatro, eventi, musei e altri siti; tenuta del calendario delle attività presso l'acetaia comunale; gestione richiesta di informazioni iscrizioni/prenotazioni a visite guidate/eventi