

ALLEGATO 1)

PTPL 2023 - AMBITO 1

“SERVIZI DI ACCOGLIENZA E INFORMAZIONE TURISTICA”

SCHEDE PROGETTI RIMODULATI

PG. nr. 39200 del 27/06/2023

Beneficiario: COMUNE DI SASSO MARCONI

RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

Il personale di Appennino Slow partecipa a tutte le attività promosse da eXtraBO e dalla Città Metropolitana, tutte le iniziative di promozione turistica del Comune sono realizzate in un'ottica di promozione metropolitana ed è costante la partecipazione ai tavoli attivati dalla Destinazione Turistica. Partendo da tale presupposto l'attività dell'UIT di Sasso Marconi si articola come segue.

TURISMO

- Collaborazione con gli Assessori competenti nell'ambito delle attività di marketing territoriale per definire
- Progetti, programmi e strategie finalizzate alla promozione turistica del territorio.
- Costante studio, aggiornamento e sviluppo delle informazioni sul prodotto turistico “Via degli Dei” (sito www.viadeglidei.it – pagina Facebook “La Via degli Dei” – applicazione Via degli Dei); ideazione di itinerari ad hoc per gruppi e/o singoli lungo la Via degli Dei, aggiornamento mailing list Via degli Dei, coinvolgimento di tutti gli stakeholders (ricettività, ristorazione e produttori) lungo il percorso.
- Cura del profilo Ig di infoSasso “visitsassomarconi”, creato nel marzo 2022, e del profilo Facebook.
- Coordinamento delle realtà turistiche e associative del territorio per la creazione e pubblicizzazione del calendario annuale delle visite guidate con percorsi naturalistici e itinerari storico – artistici legati al territorio della media e alta valle del Reno e del Setta; partecipazione al bando Trekking Urbano e organizzazione di una proposta nell'ambito della Tartufesta, Tartutrekking nell'ambito della rassegna delle passeggiate Gustotrekking; elaborazione di proposte di itinerari nell'ambito della promozione dei prodotti turistici di punta del territorio: Viadegli Dei, Via della Lana e della Seta e Linea Gotica, con creazione di pacchetti turistici appropriati per singoli o gruppi con particolare riguardo a praticanti dell'escursionismo, cicloturisti, appassionati di enogastronomia e camperisti, promuovendo contestualmente l'area sosta camper presente nel territorio.
- Collaborazione nelle attività di trekking dedicate a persone ipovedenti e non vedenti, gestite e organizzate da Appennino Slow.
- Prenotazione per partecipazione a visite guidate ed eventi.

PROMOZIONE – COMUNICAZIONE – COMMERCIALIZZAZIONE- COLLABORAZIONE CON GLIUFFICI DEL COMUNE DI SASSO MARCONI

- Aperture straordinarie, supporto organizzativo e nelle attività promozionali dello UIT in occasione delle manifestazioni locali come Piazza sotto le Stelle, Fira di Sdaz, Tartufesta, Notte Blu, Christmas Roads, “Sasso in Balotta” ex Mercato del Riuso, Marconi Days e III Weekend del mese a Colle Ameno, al fine di promuovere l'enogastronomia e il territorio.

- Cura della newsletter “Sasso settimana...” con uscita nel giovedì a diffusione locale e metropolitana per utenti e operatori, dove sono raccolte le notizie su spettacoli, eventi, cinema, musica e sport; redazione del calendario dieventi da inserire sul sito e sulla rivista trimestrale Nelle Valli Bolognesi; stesura del calendario di eventi da pubblicare sull’opuscolo bimestrale edito dalla Città Metropolitana “Sagre, feste e mercatini in provincia”. Con l’Ufficio Stampa l’UIT viene gestita una mailing list condivisa che ha raggiunto i 4.800 contatti (numero invariato rispetto al 2021 in quanto nel corso del 2022 sono stati adottati nuovi strumenti di comunicazione -come Instagram e WhatsApp – maggiormente preferiti dagli utenti).
- Servizio WhatsApp (3348334945), nel 2022 è stato eseguito l’upgrade a WhatsApp for Business.
- Diffusione di pubblicazioni e libri dedicati al territorio di Sasso Marconi e all’area appenninica e di promozione turistica locale, metropolitana e regionale.
- Promozione, informazione e gestione delle prenotazioni per le Rassegne di Teatro organizzate dal Comune.
- Pubblicizzazione degli spettacoli e degli eventi organizzati e/o patrocinati dal Comune e della Programmazione Cinematografica del Teatro – Cinema “G. Marconi”.
- Organizzazione di degustazioni in loco durante le manifestazioni per promuovere il prodotto tipico e l’Ufficio Turistico. Vendita di prodotti enogastronomici (in particolare forniti da produttori locali) e ricerca per la commercializzazione di nuovi prodotti; creazione a richiesta di ceste personalizzate con prodotti tipici e ceste natalizie per le aziende locali.
- Formazione di stagisti provenienti da Scuole Superiori, Università ed Enti di Formazione.
- Partecipazione ad eventi organizzati a livello metropolitano, a titolo esemplificativo ma non esaustivo San LoccaDay, Festa Via della Lana e della Seta, Presentazione delle Tartufeste.

COLLABORAZIONE CON LE REALTÀ DEL TERRITORIO

Oltre alle manifestazioni, viene coordinata la realizzazione di visite guidate e passeggiate alla scoperta del territorio e del prodotto tipico, esempi di visite: Museo Marconi e Villa Griffone - trekking a tappe sulla Via degli Dei e sulla Via della Lana e della Seta – Borgo di Colle Ameno e Aula della Memoria – Acquedotto Romano – Oasi Naturalistica di San Gherardo – Rassegna di itinerari Gustotrekking, con il Tartutrekking in occasione della Tartufesta – Borgo Fontana e Palazzo Sanuti – La Rupe – Contrafforte del Pliocenico.

Le realtà associative con le quali si collabora maggiormente per la realizzazione delle attività sopra menzionate e con le quali è previsto di lavorare nel 2023 sono le seguenti: ASCOM – PRO LOCO di Sasso Marconi – PRO LOCO Borgo Fontana – ASD CSI Sasso Marconi – Gruppo Studi Progetto 10 Righe – Green Devils Team ASD – Ass. Le Nuvole – Ass. Le Voci della Luna – Ass. per il Gemellaggio G. Marconi – Ass. Circolo Filatelico – A.N.P.I. Sasso Marconi – CAI Medio Reno – Giardino Botanico Nova Arbora – Fondazione Marconi.

OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

Al fine di migliorare e qualificare il servizio offerto, per il 2023 l’UIT di Sasso Marconi ha individuato una serie di interventi che prevedono, oltre al consolidamento di progetti e attività intraprese nel 2022, anche la realizzazione di nuove iniziative coerenti con le Linee di indirizzo pluriennale della Destinazione Turistica.

Tali iniziative sono state individuate analizzando quelle che sono le richieste più frequenti da parte di cittadini, turisti e operatori economici del territorio.

1. Rafforzamento di una rete organica di sistema territoriale per sviluppare attività innovative di carattere promozionale, volte a rilanciare e rafforzare l’immagine del territorio attraverso le specificità e le eccellenze;
2. Rispondere alle mutate e diversificate esigenze dei turisti e dei visitatori anche nell’ottica della maggiore propensione alla digitalizzazione;
3. 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;
4. 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.) 2023.

AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL 2023 ANCHE A CARATTERE INNOVATIVO

Per rispondere in modo proattivo al processo di rinnovamento e ristrutturazione della rete di informazione e accoglienza turistica su cui sta lavorando la Regione Emilia-Romagna con le Destinazioni turistiche (compresa lanostra di riferimento, Territorio Turistico Bologna-Modena), si ritiene che i passaggi fondamentali da parte degli Uffici Turistici siano quelli di presentare progetti sovracomunali. Di seguito le idee delle attività che si ritiene opportuno mettere in campo per la creazione e il funzionamento di reti territoriali di informazione e accoglienza turistica che vadano oltre i confini amministrativi.

1) Creazione di una rete per offrire informazioni su tutto il territorio Appenninico

Il personale degli uffici di Sasso Marconi, Alto Reno Terme e Monghidoro è già formato su un territorio più ampio ma verrà portato avanti questo processo intensificando azioni di incontro con gli altri Comuni aderenti al progetto e la collaborazione con altri UIT/IAT. Desk e bacheche riservate ai territori circostanti negli uffici, un piano editoriale di comunicazione specifico ed allargato ma sistemico sia sui siti turistici sia sui principali social network utilizzati, drive di informazioni condivisi, scambio costante di materiale informativo sovracomunale saranno la base su cui costruire una rete che vedrà tre livelli di collaborazione:

- a) con i Comuni che non abbiano un infopoint sul territorio: Comune di Pianoro, Comune di Vergato, Comune di Monzuno, Comune di Castiglione dei Pepoli;
- b) tra uffici UIT e IAT con personale di Appennino Slow (unico gestore) quali UIT Sasso Marconi, IAT Alto Reno Terme, UIT Molino del Pallone e IAT Monghidoro e UIT e IAT con diverso gestore quali IAT di San Benedetto Val di Sambro e IAT di Marzabotto;
- c) con eXtraBO e Bologna Welcome quali infopoint sulla città di Bologna;

Si aggiunga che nell'ambito delle convenzioni in essere lo UIT InfoSasso coordina e realizza la promozione della Via degli Dei in stretta collaborazione con la Città Metropolitana e i Comuni di Casalecchio di Reno, Monzuno e San Benedetto VdS (parte bolognese del cammino), e collabora attivamente per la promozione della Via della Lana e della Seta con la Città Metropolitana e i Comuni di Casalecchio di Reno, Marzabotto, Grizzana Morandi, Camugnano e Castiglione dei Pepoli (parte bolognese del percorso).

2) Organizzazione di riunioni tra operatori per scambio di informazioni riguardanti i luoghi, i servizi, le necessità di turisti e visitatori una volta al mese (anche online). Fondamentale la presenza anche dello staff della cordata Appennino di eXtraBO per comprendere ed analizzare le richieste del mercato di riferimento di Bologna e di conseguenza individuare strategie condivise anche per aumentare le presenze turistiche sul territorio metropolitano, la permanenza media e la destagionalizzazione dei flussi. Gli incontri saranno unicamente operativi e verranno inviati report mensili alla DMO per condividere le informazioni;

3) Condivisione (anche con la DMO) di un unico drive di informazioni turistiche 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 (comprensiva dei territori extraregionali qualora coinvolti in cammini di particolare rilievo);

4) Collaborazione con l'attuale gestore (Appennino Slow) e con Bologna Welcome per un progetto condiviso per attivare la funzione di reservation attraverso la creazione di profili "merchant" di trekksoft per la vendita online sui portali di riferimento di eventi e pacchetti;

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) Piano di formazione condiviso (pagina dedicata).
- 7) Creazione di un Canale Telegram UIT infoSasso in quanto Telegram è uno strumento veloce e allo stesso tempo sicuro: i messaggi e gli allegati sono crittografati. L'attivazione di un canale "turistico" attraverso questa applicazione ha lo scopo di informare velocemente gli utenti con l'obiettivo di stimolarne l'engagement;
- 8) Aggiornamento del materiale turistico prodotto nel 2022. Sono state infatti prodotte tre nuove brochure interattive legate al territorio Visit Sasso Marconi (contenenti i principali luoghi di interesse storico, artistico e naturalistico), Quattro Passi intorno a Sasso (raccolta di percorsi e passeggiate di difficoltà medio facile) e Pedalando in Appennino (contenente itinerari per escursioni in mountain bike da svolgere a Sasso Marconi, Porretta Terme, Monghidoro e Bologna). Si tratta di dépliant in formato interattivo dotati di QR Code, che racchiudono le informazioni principali in una o massimo due pagine al fine di rispondere da un lato all'esigenza di molti di trovare del materiale cartaceo presso lo UIT e dall'altro di soddisfare esigenze di carattere ambientale. Con lo strumento del QR Code l'utente può collegarsi alla pagina di approfondimento in modo rapido e intuitivo. Nel corso del 2023 si prevede la rielaborazione in lingua inglese degli opuscoli e la distribuzione gratuita presso tutti i principali uffici turistici e infopoint del territorio;
- 9) Al fine di rinforzare i valori e l'identità del territorio si intende implementare la promozione del prodotto tipico e delle aziende agricole locali con lo scopo di riattivare anche i mercati internazionali. Si prevede infatti di incrementare le azioni di sostegno alle aziende locali attraverso attività di storytelling relative ai produttori, video interviste, blogging e promozione social. Inoltre, la commercializzazione dei prodotti sarà implementata con la vendita online nella sezione e-commerce del sito infoSasso che a partire da Aprile 2023 sarà disponibile in versione inglese con l'attivazione di spedizione estera tracciata tramite corriere;
- 10) Per il 2023 verranno riproposti incontri informativi/formativi rivolti agli operatori economici in quanto l'offerta turistica non può prescindere dall'attività dei vari stakeholders e questo strumento consente di creare occasioni di confronto reciproco e di strutturare maggiori legami con i vari attori del territorio.

DESCRIZIONE DEL PROGRAMMA DI FORMAZIONE

Per l'anno 2023 il personale degli uffici gestiti da Appennino Slow seguirà una programmazione intensa e scandita di formazione in quanto si ritiene che sia il modo principale per qualificare i servizi di informazione e accoglienza al turista.

La partecipazione ad alcuni corsi sarà aperta gratuitamente anche agli altri Comuni in modo da offrire un servizio di formazione condiviso ed un momento di conoscenza che possa essere un confronto e una crescita per tutti. Formazione aperta a tutti gli operatori di IAT/UIT del territorio:

- Lezioni di territorio (4 uscite)
- L'Appennino visto da una GAE (3 incontri di cui 1 in aula e 2 in ambiente)
- Il turismo gastronomico
- L'Appennino come proposta per il mercato straniero
- Dalla promozione alla commercializzazione

Formazione per i dipendenti di Appennino Slow degli uffici di Sasso Marconi, Alto Reno Terme, Monghidoro, eXtraBO:

- Rotazione del personale all'interno dei 4 uffici un giorno a settimana
- Inglese (più corsi a seconda del livello di partenza)
- Seconda lingua

- Marketing territoriale
- Facebook per la comunicazione turistica - Instagram per la comunicazione turistica
- Tik Tok, la nuova frontiera della comunicazione turistica
- Formazione accademica (con verifica finale), in particolare abbiamo individuato i corsi tematici 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. Con la sua multiplatforma federica.eu è leader in Europa per la didattica multimediale open access, e nella top ten mondiale per produzione di MOOCs, i Massive Open Online Courses che stanno rivoluzionando la didattica universitaria. I suoi corsi in materia di turismo permetteranno al personale di apprendere competenze utili per un mercato in continua evoluzione acquisendo nuove competenze e professionali dove e quando vorranno in un percorso anche di crescita personale.
- Turismo Lento: Borghi, Parchi, Cammini d'Italia (<https://lms.federica.eu/enrol/index.php?id=320>)
- Turismo Sostenibile: Comunità, Alleanze, Finanziatori (<https://lms.federica.eu/enrol/index.php?id=140>)
- Management e marketing delle imprese turistiche (<https://lms.federica.eu/enrol/index.php?id=242>)

Le modifiche al piano finanziario sono inerenti alle seguenti voci del piano finanziario:

- **locazione**, rimodulazione da € 0,00 a € 2.400,00
- **assistenza e manutenzione strumenti informatici**, rimodulazione da € 557,00 a € 269,80;
- **realizzazione e stampa di materiale informativo**, rimodulazione da € 6.000 a € 3.000,00.

SPESA AMMESSA

- AMMESSA € 82.468,24
- RIMODULATA € **79.181,04**
(96% ca. della spesa ammessa)

CONTRIBUTO

- AMMESSO € 16.493,65
 - CONFERMATO € **16.493,65**
-

PTPL 2023 - AMBITO 2

“INIZIATIVE DI PROMOZIONE TURISTICA DI PROMOZIONE LOCALE”

SCHEDE PROGETTI RIMODULATI

PG. nr. 44734 del 20/07/2023

Beneficiario: YODA APS

Titolo: IT.A.CÀ migranti e viaggiatori: festival del turismo responsabile

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO:

1. Associazione Co-Creiamo
2. Archilabò
3. Gruppo Cinnica,
4. Museo Tolomeo - Istituto dei ciechi F. Cavazza
5. Circolo della Pace
6. Slow Emotion
7. Fondazione Silvia Parente
8. Centro cultura Almo
9. AITR - Associazione Italiana Turismo Responsabile
10. Pro Loco Castel d'Aiano,
11. Pro Loco Rocca di Roffeno,
12. Pro Loco Villa d'Aiano,
13. Zocca E-Bike,
14. Museo del Castagno e del Borlengo,
15. Caseificio Pieve di Roffeno,
16. Azienda Agricola l'Ape e La Spiga,
17. Bonifica Renana,
18. Apiselvatica,
19. La Vecchia Scuola,
20. Museo storico di Montese,
21. Agriturismo Ca' di N,
22. Mezzini bike,
23. Proloco Vergato,
24. Proloco Tolè,
25. Associazione Fontechiara,
26. Associazione Team Leggero,
27. Genti e Sorgenti
28. Associazione Oltre - camere d'Aria
29. Gruppo musicale -Wunder Tandem
30. Associazione Una Montagna di Suono
31. Acatù - Rifugi solidali
32. Cooperativa MadreSelva

33. Gruppo musicale Fragole e tempesta
34. Gruppo Studi Savena, Setta, Sambro
35. Comune di Monzuno
36. Magnifico Teatrino errante
37. Aps Sasso Carta Forbici
38. Bisaboga
39. Musicista Vito Valeriani
40. Bimbò - Bologna da vivere
41. WeWord
42. Nexus Emilia Romagna
43. Collettivo Metrozero
44. Associazione Samà
45. Cooperativa di Comunità Foiatonda
46. Camping La Martina e Bar Osteria nel Bosco
47. Associazione E bene venga maggio...
48. Museo della Civiltà Contadina e Piccolo museo del migrante
49. Associazione Salvaiciclisti Bologna
50. Comune di Bentivoglio
51. Comune di San Giorgio di Piano
52. Villa Smeraldi - Museo della Civiltà Contadina
53. Gruppo della stadura
54. Scuola di musica - Associazione culturale Il Temporale
55. Coro Agrimanto
56. Coro Le core
57. Musicista Giulia Matteucci
58. Dumbo
59. Porto 15
60. Senepe Vivaio Urbano
61. Trecento Scalini - Teatro dei mignoli APS
62. Casa di Quartiere 2 agosto 1980
63. Casa di Quartiere Katia Bertasi
64. Provincia di Modena
65. Altri ancora da confermare

Descrizione sintetica: A differenza dei precedenti progetti di Promozione turistica territoriale locale, si vuole iniziare dalle strategie riguardanti la comunicazione, partendo dalla premessa che non si può più considerare il progetto IT.A.CÀ esclusivamente come un festival che ha un inizio e una fine in un determinato lasso temporale, ma è da considerarsi:

- una piattaforma di attori territoriali che compartecipano alla promozione del territorio metropolitano;
- un *brand bolognese* che veicola i valori e le peculiarità turistiche proprie del Turismo responsabile al livello nazionale;
- un metodo di progettazione turistica partecipata adottato da 25 territori italiani per innescare processi di sviluppo turistico sostenibile.

Ambito metropolitano

Per costruire il brand Bologna, **IT.A.CÀ propone di sistematizzare una selezione delle offerte turistiche sperimentate in 14 anni di festival** attraverso un percorso di coprogettazione compartecipato in primis dagli attori principali del panorama turistico metropolitano – Territorio Turistico Bologna Modena, Bologna

Welcome, ExtraBo, Modenatour - coadiuvati dagli attori territoriali con cui negli anni si sono progettate e sperimentate le iniziative del festival, in particolare gli itinerari esperienziali in bici e a piedi che hanno previsto un forte coinvolgimento della comunità locale, peculiarità delle iniziative di IT.A.CÀ ed elemento importante di *autenticità*.

Rafforzare il comparto bike

Un aspetto rilevante per il *branding-sostenibilità* è il cicloturismo, ancora poco sviluppato rispetto al settore dei cammini. In questo contesto al livello comunicativo si vuole intervenire attraverso una comunicazione specifica sui vantaggi di visitare il territorio in bici e attraverso l'organizzazione di una rassegna specifica, in grado di valorizzare le principali ciclovie che percorrono il territorio.

Valorizzazione dei cammini minori e ri-raccontare i cammini più noti

Creazione di sistema di cammini fuori dalle vie principali, nei territori che non sono attraversati dai percorsi più noti; fornire modalità "diverse" di percorrenza dei Cammini più conosciuti, coinvolgendo maggiormente gli attori locali come aziende agricole, artisti, botteghe artigiane per proporre un'esperienza, non solo performativo-escursionistica, ma un autentico contatto con la comunità locale.

Ambito urbano

In ambito urbano ci si propone di sviluppare strategie legate agli **special interest**, agendo sia al livello di strutturazione del prodotto, sia al livello di comunicazione, sulla godibilità della "giornata insieme", sulla "Bologna inedita". In particolare si vuole valorizzare la storia contemporanea che dal centro conduce alle periferie:

- Architettura popolare contemporanea come avanguardia urbanistica bolognese in grado di veicolare un'idea politica e di comunità: Bologna come modo di essere politico-comunitario;
- Valorizzazione di luoghi e comunità legati alla Resistenza che si connettano alla linea gotica;
- Valorizzazione della musica popolare e underground bolognese e, al contempo, valorizzare la musica classica, spostando il baricentro performativo dal centro alle periferie.

Accessibilità

Grazie alla rete del turismo accessibile di IT.A.CÀ, nelle edizioni 2021-2022 c'è stata un'implementazione dell'accessibilità su tutte le iniziative. È necessario continuare il lavoro di coprogettazione di metodologie e pratiche, continuando il lavoro di *design for all* portato avanti in questi anni che ha visto persone con disabilità, in particolare con disabilità visiva, ma non solo, entrare e coprogettare in rete le iniziative che compongono il festival.

Azioni:

Settembre-dicembre 2023

1. Pubblicazioni: guida online IT.A.CÀ Bologna per pc e per il mobile con una selezione degli itinerari creati e sperimentati in 14 anni di festival. La guida sarà tradotta anche in inglese e sarà corredata da indicazioni sull'accessibilità dei percorsi e dei luoghi.

2. Lancio del contest Premio Turismo responsabile Territorio Turistico Bologna-Modena. Come indicato nel progetto presentato, questa azione richiede un supporto da parte delle amministrazioni e delle Dmo locali. In seguito all'incontro con Città metropolitana, Provincia di Modena e Bologna Welcome, avvenuto il 1° marzo 2023 si è concordato che tale azione avrebbe bisogno di più fondi per garantire ai partecipanti un riconoscimento economico e attraverso benefit.

Le attuali risorse economiche e le risorse umane di Yoda APS, non permettono l'immediata realizzazione di tale azione; perché anche la ricerca di sponsor, che potrebbero supportare l'attività, comporta uno sforzo

organizzativo, comunicativo che al momento l'associazione non può sostenere. Si resta in attesa di un riscontro da parte delle amministrazioni nel caso fossero interessate a sviluppare il contest.

Nel frattempo sono state allocate le risorse destinate al contest ad altre attività sempre in linea con gli obiettivi di *Bologna metropolitana: sostenibile, responsabile, attrattiva*, prevedendo un incremento del numero degli itinerari a piedi, ed arricchendo l'offerta proposta nell'Azione 3.2.

3. Festival IT.A.CÀ Bologna.

3.1 Bologna by Bike

a. Coprogettazione e realizzazione di almeno 6 itinerari in bici:

- **due nell'area montana e/o pre montana** alla scoperta di borghi, rocche, natura, tradizioni;
- **due nei quartieri periferici di Bologna** alla scoperta delle periferie urbane;
- **due nell'area di pianura** alla scoperta del patrimonio storico, culturale e naturalistico.

Note azione 3.1.a

In seguito al suddetto incontro con la Città metropolitana, la provincia di Modena e Bologna Welcome, al posto di due itinerari in bici nell'area montana è stato co-progettato insieme a una rete di partner un itinerario in bici di due giorni che collega un'area montana/collinare tra Bologna e Modena. L'itinerario parte dal territorio di Castel d'Aiano per arrivare a Zocca nel Modenese.

Anche per quanto riguarda la Pianura bolognese, invece di realizzare due itinerari, Yoda APS sta progettando un itinerario di due giorni che valorizzi il tratto della Ciclovía del sole da Bologna a Modena e che al contempo valorizzi i comuni della Pianura Bolognese fuori dalla Ciclovía, attraverso la creazione di un itinerario ad Anello.

b. 2 Workshop in presenza e online su come organizzare un viaggio in bici, come riparare la bici in viaggio, quali sono le vie e i luoghi da visitare in bici e perché. I workshop saranno ripresi e costituiranno uno più video promozionali *IT.A.CÀBO by bike* con sottotitoli in inglese e in LIS.

Saranno organizzate **performance e eventi artistici** in luoghi significativi lungo i percorsi.

3.2 Bologna a Piedi

Come detto sopra, si sono incrementati gli itinerari a piedi per un totale di 10 itinerari invece che 4.

Nello specifico si realizzeranno 10 itinerari di cui 6 nell'area cittadina, 3 nell'area montana, 1 nella collina Ozzanese.

Gli itinerari nell'area cittadina, si terranno sia in centro che nella periferia cittadina e hanno l'obiettivo di valorizzare la storia della musica contemporanea e la storia politica che ha reso la città un polo di innovazione politica e musicale, le sue peculiarità architettoniche, le aziende virtuose della filiera fair, gli spazi di aggregazione.

Gli itinerari montani uniranno le peculiarità storiche, artistiche, naturalistiche e produttive con un forte coinvolgimento della comunità locale.

L'itinerario nella collina Zola Predosa, sarà fortemente orientato al benessere psicofisico e alla fruizione delle bellezze paesaggistiche e architettoniche: il percorso, infatti, si snoderà in un'area verde tra la pianura e la collina e attraverso le sue ville storiche.

Saranno organizzate **performance e eventi artistici** in luoghi significativi lungo i percorsi.

4. Comunicazione

Per la diffusione delle iniziative saranno usati canali diversi a seconda del pubblico al quale rivolgersi:

1. **Campagne social mirate: Facebook e Twitter** per la fascia di età a partire dai 30 anni; **Youtube e Instagram** per raggiungere gli under 30; Comunicazione "diretta" attraverso newsletter, direct mailing, **Telegram e WhatsApp**;
2. **Interviste e articoli** da rilanciare sui social che raccontino le esperienze di chi vive il territorio;
3. **Ufficio stampa** e media partnership sia al livello locale che al livello nazionale;
4. **Visual image targettizzata e coordinata**;
5. **Video promozionali**.

5. Accessibilità di tutti gli eventi e dei prodotti mediatici

Due sopralluoghi per itinerario per un totale di circa 20 appuntamenti per verificare l'accessibilità dei percorsi e dei luoghi per le persone con disabilità motoria e per predisporre le **esperienze multisensoriali per le persone con disabilità visiva**. Per le persone sorde sarà predisposto l'**interpretariato LIS** per ogni iniziativa, video, sempre in LIS e con sottotitolazione, per promuovere gli eventi. **Mappe tattili e plastici con materiali di recupero** per le persone con disabilità visiva.

Prodotto turistico che si intende promuovere:

- **City Break**

Palazzi e siti storici pubblici e privati.

- **Cultura**

Borghi con rocche e castelli.

- **Outdoor Active&Slow**

Cicloturismo a livello sovra-metropolitano;

Ciclovía del Sole.

- **Cicloturismo nei sub-ambiti metropolitani**

Appennino: Bike experience;

Pianura: Ciclovía del Navile e offerta afferente a filoni di prodotti diversi che insiste sui percorsi lungo le Antiche Paludi Bolognesi e il fiume Reno.

- **Cammini**

Via degli Dei;

Via della Lana e della Seta;

Mater Dei;

Linea Gotica;

- **Natura e benessere**

Messa a sistema e promozione delle risorse e dei servizi per la fruizione naturalistica con riferimento ai parchi e riserve, oasi nell'accezione wellness.

- **Food&Wine**

Visite alle aziende e alle aree di produzione delle eccellenze del Territorio Turistico Bologna-Modena e show-cooking.

- **Special interest - Musica**

Valorizzazione del patrimonio musicale presente a Bologna e a livello metropolitano.

Mercati di intervento:

Il presente progetto è stato pensato per favorire un **turismo domestico e di prossimità** attraverso una strategia che sia al contempo efficace (a lungo termine) per promuovere il territorio metropolitano anche per un bacino di utenza straniera. Grazie al supporto promozionale di Bologna Welcome, ExtraBo e Modenatour, e grazie ad un costante lavoro di traduzione in inglese delle iniziative si vuole puntare anche a un **turismo straniero**, attento alle tematiche della sostenibilità e propenso alle vacanze lente e a contatto con la comunità locale.

Segmenti di domanda:

Il nostro segmento è costituito da un **gruppo di persone omogeneo per interessi, aspettative e comportamenti**: turisti che ricercano un contatto autentico con la popolazione locale, amano i cammini, gli itinerari in bici e una fruizione “sportiva” del territorio. Allo stesso tempo, è rivolto a **turisti e residenti che vogliono approfondire un certo aspetto della cultura locale**, del patrimonio naturalistico ed enogastronomico senza fatica, proponendo la fruizione sostenibile del territorio (cammini, percorsi in bici, ecc.), come la più appagante e funzionale a un’esperienza autentica. I segmenti prevalenti saranno quelli del **turismo individuale, familiare o di piccoli gruppi organizzati** in modo da essere conformi ai principi di responsabilità e sostenibilità che vengono promossi e dare ai fruitori un senso di sicurezza e rispetto delle norme vigenti in termini di sicurezza sanitaria. Con l’approfondimento di aspetti culturali inediti e underground, si vuole raggiungere anche un **bacino turistico di giovani dai 18 ai 30 anni**.

Trasversalmente ai segmenti individuati sopra, con la coprogettazione di esperienze turistiche accessibili, si vuole raggiungere il bacino turistico costituito dalle **persone con disabilità**, in particolare quella visiva, motoria e uditiva, implementando le partnership con media di settore sia locali che nazionali.

Ambito territoriale interessato e rete di partner (pubblici e privati)

Appennino Bolognese

Unione dell’Appennino Bolognese, Campi aperti, Cooperativa Madreselva.

Marzabotto

In via di definizione

Monzuno

Comune di Monzuno, Fragola e tempesta, Rifugio Acatù, Az. Le mucche di Guglielmo, Gruppo studi Savena Setta Sambro, Proloco Monzuno, Associazione Montagna di idee, Gruppo studi Savena, Setta, Sambro, Altre in via di definizione

Monghidoro

Comune di Monghidoro, Museo della Civiltà contadina e Piccolo Museo dell’Emigrante - Centro di documentazione, Ass. E bene venga maggio, Al pelegrén.

Loiano

In questo comune non è stata attivata la rete precedentemente indicata, ma è in corso una partnership con Associazione Viva Il Verde; alcune partnership sono ancora in via di definizione.

San Benedetto Val di Sambro

È stato aggiunto un itinerario a piedi in montagna a cura dei nostri partner di Al Pelegrén.

Genti e Sorgenti: Castel d'Aiano, Vergato

Comune di Castel D'aiano, Comune di Vergato, Proloco Cereio, Associazione Team Leggero, Slow Emotion, Agriturismo Antica Pieve, Agriturismo Ca' di N, Mezzini Bike, La Piana dei Castagni, Casa Rugiada. Da integrare con il modenese per valorizzare le ciclovie grazie alla collaborazione con IT.A.CÀ Spilamberto e Valle del Panaro.

Pianura

Unione dei Comuni Reno Galliera, Comune di Bentivoglio, Comune di San Giorgio di Piano, Comune di Pieve di Cento, Centro Sociale il Mulino, Cooperativa Anima, Villa Smeraldi Museo della Civiltà Contadina, Centro Visite Oasi La Rizza ex Risaia di Bentivoglio, Le Mondine di Bentivoglio. Da integrare con il modenese per valorizzare la ciclovie del Sole in particolare grazie alla collaborazione di IT.A.CÀ Valli Mirandolesi.

Bologna Città

Quartiere Porto Saragozza

Senape Vivaio Urbano, Libreria Igor, Il Cassero LGBTQ+, La Bottega di Silvia, giRaffa – il cuore delle famiglie Green, Casa di quartiere 2 agosto 1980 – Orti Urbani di Via Saragozza 142, Frui Lab, Burattinificio Mangiafuoco, AR.CO WOOD, R.U.S.KO APS, Centro della Pace, Il Passo della Barca, Slow Emotion, Piazza Grande - Laboratorio di Comunità Scalo, Porto 15, Dumbo, Gruppo Cinnica.

Quartiere San Donato-San Vitale

Collettivo MetroZero, Associazione Samà, Associazione Oltre - Camere d'Aria, Associazione Salvaiciclisti Bologna, Centro Interculturale Zonarelli, Pasto Nomade, Archilabò.

Realtà Trasversali/Altre Realtà

Accessibilità. Fondazione per lo sport Silvia Parente, CDH - Centro documentazione Handicap, Istituto dei Ciechi F. Cavazza - Museo Tolomeo, Fondazione Gualandi, Ens Regione Emilia Romagna, Antonella Iasso - Interprete LIS.

Altre realtà. AITR - Associazione Italiana Turismo Responsabile, Kilowatt - Serre dei Giardini Margherita, Collettivo Hospites, Coop. Foiatonda, Coop. Madreselva, ExAequo Bottega del Mondo, Magnifico Teatrino Errante, Nexus Emilia-Romagna, altri in via di definizione.

Eventuale integrazione con azioni di promozione turistica di livello regionale e/o sovra regionale

IT.A.CÀ si configura come il primo e unico Festival del turismo responsabile in Italia e in Europa, coinvolgendo una rete formata di oltre 700 realtà locali, regionali, nazionali e internazionali. Nel 2018 IT.A.CÀ è stato premiato dalla World Tourism Organization delle Nazioni Unite (UNWTO) tra i progetti turistici più innovativi, nella categoria "Innovation in Non-Governmental Organizations. IT.A.CÀ è nato a Bologna nel 2009 e il format che caratterizza il Festival è stato adottato da 25 città e territori della penisola. Pertanto, **il progetto si inserisce in un contesto più ampio di promozione del turismo responsabile a livello nazionale**, grazie a un ufficio stampa nazionale che si serve di main media partnership in testate di calibro nazionale e alla costante collaborazione di AITR - Associazione Italiana Turismo Responsabile.

Molte delle attività sopra esposte contribuiscono alla **promozione di itinerari a piedi e ciclovie regionali e sovra regionali**: Via degli Dei, Ciclovie del Sole e altri Piccola Cassia e altri percorsi.

Inoltre quest'anno ci si propone di **unire la rassegna del territorio metropolitano di Bologna con le Rassegne presenti nel modenese**: IT.A.CÀ SPILAMBERTO – VALLE PANARO e IT.A.CÀ VALLI MIRANDOLESI

Tempi di realizzazione

Gennaio - Dicembre 2023

Correlazione tra promozione e commercializzazione

Ogni attività sperimentata attraverso il festival è pensata, co-progettata e realizzata affinché possa avere una vita propria al livello commerciale e perché contribuisca ad arricchire il panorama turistico del territorio metropolitano e il Modenese con cui, a partire da quest'anno, si collaborerà a stretto contatto per contribuire alla costruzione di un panorama promo-turistico unitario, a partire dai **Territori di Spilamberto - Valle del Panaro e Il territorio di Mirandola e le sue Valli**, aree che hanno aderito a IT.A.CÀ e i cui Comuni sono fortemente coinvolti nell'organizzazione della rassegna (IT.A.CÀ SPILAMBERTO – VALLE PANARO - IT.A.CÀ VALLI MIRANDOLESI).

Per questo motivo è prioritario iniziare a **definire una selezione degli itinerari** più interessanti e più efficaci dal punto di vista turistico, in collaborazione con le DMO locali.

La linea Bike e cammini proposta nel progetto di quest'anno mira a dare uno stimolo importante a tutto il comparto bike mettendo insieme aziende e associazioni locali che si occupano di tour e noleggio bici. Inoltre si mira a **implementare la presenza delle realtà profit** all'interno della rete in tutte le linee di prodotto proposte: aziende agricole sostenibili, negozi e botteghe legati alla catena fair, strutture ricettive e ristorazione, attività artigianali, manifatturiere e di design locale.

Criteria e modalità di riscontro dei risultati:

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
<p>1. Guida IT.A.CÀ Bologna con redazione della sua versione online e per il mobile</p>	<p>Numero delle realtà locali coinvolte nell'ideazione e nella redazione, numero delle iniziative presenti nella guida; diffusione della guida monitorato attraverso il numero di presenze sulle pagine dedicate e le cartoline distribuite presso le fiere di settore come Fa' la cosa.</p> <p>Numero di presenze lungo gli itinerari percorsi dalla guida, dando agli esercenti e gli uffici turistici il compito di raccogliere le informazioni. Raccolta di commenti e impressioni attraverso questionari di gradimento inviati attraverso la compilazione di questionari online inviati nel momento in cui gli utenti scaricano la guida.</p> <p>Monitoraggio delle visualizzazioni sui social network, sul sito, sui blog e sui canali dei media partner. Numero visualizzazioni e like sito/social network, numero visualizzazioni e numero di condivisioni sui social network; rassegna stampa; numero media partnership, numero di giornalisti e blogger coinvolti, citazioni dell'evento sui principali motori di ricerca; citazioni del progetto nelle newsletter e nei siti dei principali enti locali, nazionali ed europei, degli enti turistici e dei tour operator.</p>

<p>2. Festival IT.A.CÀ Bologna Comprende il monitoraggio dell'azione 3.1 e 3.2, rispettivamente "Bologna By bike" e "Bologna a piedi"</p>	<p>Numero delle realtà locali coinvolte nell'ideazione e nell'organizzazione, numero delle iniziative, numero dei partecipanti. Ideazione e diffusione di questionari volti a raccogliere dati sul gradimento delle iniziative, a raccogliere dati sull'efficacia della comunicazione e sui canali attraverso cui si è venuti a conoscenza delle iniziative. Numero notti trascorse a Bologna, verificato tramite il numero di presenze presso le strutture ricettive con cui ogni anno viene attivata una convenzione.</p>
<p>3. Comunicazione</p>	<p>Monitoraggio visualizzazioni social network, sul sito, sui blog e sui canali dei media partner. Numero di contatti/follower sito/social network, numero visualizzazioni e numero di condivisioni sui social network del materiale mediatico prodotto; numero spot/redazionali/video virali; rassegna stampa; monitoraggio del tempo di permanenza sul sito web; numero media partnership, numero di giornalisti e blogger coinvolti, citazioni dell'evento sui principali motori di ricerca; citazioni del progetto nelle newsletter e nei siti dei principali enti locali, nazionali ed europei, degli enti turistici e dei tour operator.</p>
<p>4. Accessibilità</p>	<p>Numero delle realtà locali coinvolte nell'ideazione e nell'organizzazione e nella realizzazione delle iniziative accessibili; numero delle iniziative, numero dei partecipanti con disabilità e/o anziani o con esigenze particolari. Ideazione e diffusione di questionari volti a raccogliere dati sul gradimento delle iniziative, a raccogliere dati sull'efficacia della comunicazione e sui canali attraverso cui si è venuti a conoscenza delle iniziative; numero di post e pubblicazione da parte di media rivolti alle persone con disabilità e/o anziani o con esigenze particolari.</p>

SPESA AMMESSA

- AMMESSA € 27.000,00
- RIMODULATA € **27.000,00**

CONTRIBUTO

- AMMESSO € 13.500,00
- CONFERMATO € **13.500,00**

Beneficiario: Imola Faenza Tourism Company s.c.ar.l.

Titolo: Parco della Vena del Gesso Romagnola e Ciclovia del Santerno: una promozione integrata per il territorio circondariale

Descrizione sintetica: L'alluvione e il conseguente dissesto idrogeologico che ha colpito il territorio del Nuovo Circondario Imolese hanno causato danni significativi, con frane importanti nella vallata e la Ciclovia del Santerno fortemente danneggiata. È chiaro che questo scenario non può che avere un impatto negativo sul turismo territoriale che va affrontato, da un lato effettuando interventi rapidi per ripristinare le infrastrutture danneggiate, dall'altro adottando efficaci azioni di comunicazione che informino i turisti sulle opportunità che ancora vi sono di raggiungere e vivere un ambiente sicuro e accogliente. I Comuni del Circondario e l'Ente di gestione Parchi stanno alacremente lavorando perché questo sia possibile: è di nuovo agibile il tratto "family" della Ciclovia del Santerno, da Imola fino al confine con Casalfiumanese; grazie alla collaborazione di molti volontari e tanti appassionati la "Bike Area" di Castel del Rio è completamente accessibile e sono riprese le attività rivolte al pubblico anche sul tratto "professional" della Ciclovia; è stata confermata per il 22 luglio "La Pedalata delle Stelle", l'atteso evento cicloturistico sotto le stelle che quest'anno si svolgerà su un percorso speciale tracciato per l'occasione sul territorio del circondario Imolese e parte dei tratti di Ciclovia del Santerno fino a Fontanelice; L'Ente di Gestione per i Parchi e la Biodiversità – Romagna ha lavorato con impegno affinché in tutta la propria area potessero riprendere con sempre maggiore regolarità le varie attività come le escursioni ai percorsi a cura delle guide GAE che riprenderanno dal 2 luglio e coinvolgeranno anche diverse aziende agricole e agriturismi che hanno finalmente potuto riaprire le porte ai visitatori. Inoltre, il Centro Visite della Casa del Fiume e il Museo della Vena del Gesso Romagnola hanno riaperto regolarmente.

Con queste premesse rimane in gran parte valido il progetto precedentemente presentato che conferma l'articolazione in due tranche: una parte dedicata all'attivazione di una comunicazione, ora ancora più incisiva, basata sul network Parco della Vena del Gesso Romagnola e territorio circondariale (con riferimenti ad eventi e strutture che, seppur in forma ridotta, incidono sulla Ciclovia del Santerno), che faccia conoscere ad un pubblico ampio quest'area e ne confermi l'attuale accessibilità all'offerta turistica; un'altra parte, che parallelamente, sarà incentrata sullo sviluppo, l'implementazione e la promozione di iniziative, eventi, itinerari e pacchetti dedicati, nell'ottica di generare un forte richiamo per il turista ad approcciarsi a questo territorio, poiché in grado di garantire comunque accessibilità e ospitalità.

Azioni:

A seguire si riportano le azioni individuate e inserite nel progetto precedentemente presentato a cui si ritiene di dare corso:

1. sviluppo di nuove proposte con un alto grado di innovazione e creatività ed il pieno coinvolgimento di tutte le località della Vallata del Santerno e dei Comuni limitrofi (ad esempio ecoterapia/silvoterapia per riscoprire il contatto diretto con la natura e ricavare energia positiva dagli alberi, ad esempio frassini, querce e betulle - ben presenti nel Parco della Vena dei Gessi – o working holiday, settimane verdi per scoprire il territorio collaborando al suo mantenimento – manutenzione dei sentieri, plogging, etc. - o ancora family holiday building, vacanza immersiva con coach che mette in gioco le dinamiche familiari a contatto con particolari situazioni – in questo caso in un parco naturale)
2. implementazione di ulteriori percorsi esperienziali sul territorio, sempre con il massimo coinvolgimento delle aziende di eccellenza operanti nel Circondario. Si tratta, in questo caso, sia di dare maggiore visibilità ai percorsi esperienziali già esistenti, sia per il cluster bike che per quello hike,

ma anche di predisporre di nuovi. Quest'azione, preceduta da una puntuale verifica dell'accessibilità territoriale soprattutto per quanto riguarda la vallata del Santerno, sarà principalmente dedicata all'implementazione di percorsi che consentano di raggiungere strutture agrituristiche ed aziende di prodotti tipici così da incentivare anche una ripresa economica per quelli colpiti dalla calamità naturale.

3. realizzazione e stampa materiali promozionali integrati anche in lingua (depliant, brochure, mappe, video, foto, gadget, etc.).
4. realizzazione di cartellonistica integrata (ad esempio predisposizione di segnaletica lungo la Ciclovía che utilizzando la grafica della Ciclovía stessa indichi le distanze ai luoghi d'interesse nei dintorni e/o alle strutture ricettive, etc.). Quest'azione sarà realizzata parzialmente a seguito di verifica ed indicazioni ricevute dai Comuni con la predisposizione di segnaletica realizzata per essere opportunamente posizionata in location accessibili nel territorio del Parco e in prossimità della ciclovía. Sarà ridotto il numero di cartelli realizzati.
5. azioni di comunicazione (attivazione ufficio stampa, pubblicità su stampa locale e nazionale, campagne di social marketing e web marketing, etc.) e di promozione (distribuzione materiali in occasione di fiere ed eventi, nonché presso gli info point territoriali). Quest'azione sarà ulteriormente implementata per una più efficace, mirata e puntuale comunicazione quale segnale di "ripresa" del territorio.
6. organizzazione press tour per giornalisti e/o blogger

Prodotto turistico che si intende promuovere:

Rimane invariato quanto indicato nel progetto precedentemente presentato

Mercati di intervento:

Rimane invariato quanto indicato nel progetto precedentemente presentato

Segmenti di domanda:

Rimane invariato quanto indicato nel progetto precedentemente presentato

Ambito territoriale interessato e rete di partner (pubblici e privati)

Rimane invariato quanto indicato nel progetto precedentemente presentato

Eventuale integrazione con azioni di promozione turistica di livello regionale e/o sovra regionale

Rimane invariato quanto indicato nel progetto precedentemente presentato

Tempi di realizzazione

Rimane invariato quanto indicato nel progetto precedentemente presentato

Correlazione tra promozione e commercializzazione

Rimane invariato quanto indicato nel progetto precedentemente presentato

Criteri e modalità di riscontro dei risultati:

Rimane invariato quanto indicato nel progetto precedentemente presentato



SPESA AMMESSA

- AMMESSA € 21.000,00
- RIMODULATA € **21.000,00**

CONTRIBUTO

- AMMESSO € 7.385,00
- RIMODULATO € **7.385,00**

PG. nr. 38091 del 22/06/2023

Beneficiario: Comune di Lizzano in Belvedere

Titolo: Arte diffusa in Appennino: laboratori, escursioni, proiezioni e musica

Altri soggetti coinvolti nel progetto

1. Comune di Alto Reno Terme
2. L'Associazione Porretta Cinema (privato)
3. La Cooperativa Madreselva (privato)
4. L'Associazione Cinema la Pergola (privato)
5. La Cineteca di Bologna (privato)
6. Farmacia "Val Carlina" (privato)

Descrizione sintetica: Il progetto denominato "Arte diffusa in Appennino: laboratori, escursioni, proiezioni e musica", è un prodotto che unisce una rete di realtà del territorio che hanno deciso di unirsi e intrecciare esperienze e competenze per riappropriarsi di luoghi di infinita bellezza attraverso le arti performative, il cinema e la musica e il racconto del territorio: spettacoli cinematografici, teatro, musica, danza in dialogo con la natura, tour panoramici con guide esperte, attraverso la collaborazione con il Comune di Alto Reno Terme e gli Uffici Iat territoriali, associazioni e operatori economici locali, sempre al servizio dei turisti di tutta l'area, al fine di formare una rete composta a soggetti pubblici e privati, il tutti accomunati da una lunga e comprovata esperienza nel campo dell'educazione, turismo, cinema e cultura.

La centralità di ognuno nel progetto sarà vissuta come uno scambio di conoscenze, esperienze e di collaborazione realizzativa.

I partner **Cinema teatro la Pergola - Cineteca di Bologna, Cooperativa Madreselva, Micce, Teatro Testoni, collaboreranno anche con il Teatro Testoni di Bologna** e la comunità scolastica ed educatrici per la crescita e il benessere dei piccoli/giovani della montagna, presentando un prodotto consolidato e di successo "LOOK AP", che ha ottenuto i contributi di Bologna Estate.

L'Associazione Porretta Cinema, ispirata dalla passione per il cinema, con la volontà di allargare l'offerta culturale del territorio e proseguire l'esperienza ormai decennale del Festival del Cinema di Porretta Terme iniziato nel 2002: verranno realizzate due proiezioni di cinema all'aperto per adulti, una presso il Rifugio di Monte Cavallo a Granaglione, tra cielo e natura, e uno presso il Rufus Thomas Park, anfiteatro cittadino.

Con gli **operatori economici** si intendono sostenere azioni di affiancamento, coordinamento, organizzazione e promozione, del noto progetto "CORNO RED BUS", che prevede per il 2023 nuove emozionanti esperienze.

IL PROGETTO

Il progetto prevede la realizzazione di un calendario di iniziative che coinvolgano anche i più piccoli e le famiglie, volto a permettere la scoperta dell'Appennino Tosco-Emiliano. Le iniziative sono fruibili gratuitamente in modo da incentivare il pernottamento e la fruizione di servizi ricettivi, di ristorazione e commercio locale.

Il programma vuole mettere in risalto le peculiarità territoriali naturali (attraverso i Parchi Naturali, la fauna, la flora, la geologia, i paesaggi, ecc.) le eccellenze storico artistiche, (attraverso i borghi, castelli, santuari, luoghi storici, ecc.) l'enogastronomia (attraverso la visita di aziende agricole, produttori diretti, caseifici, birrifici, ecc.). Un potenziale turistico poco valorizzato, ma con una attrattiva straordinaria soprattutto nell'era post-covid in cui ci troviamo.

I servizi a disposizione del turista:

- ❖ **Look Ap** è una rete, un progetto di arte diffusa in Appennino che intreccia realtà culturali e linguaggi diversi, un nuovo modo di vivere la montagna. Look Ap è un programma di incontri, laboratori, attività ed eventi pensati principalmente per bambini e bambine dove possono giocare con materiali di recupero, ascoltare storie e musiche di paesi lontani; possono perdersi nel bosco e lungo i sentieri, immergendosi totalmente nella natura e scoprendone le sue bellezze. Una proposta che mescola linguaggi e punti di vista diversi, che attraversa latitudini e longitudini di un pianeta piccolo, piccolo: laboratori, proiezioni, spettacoli e incontri per riflettere e immaginare altri modi di abitarlo. Un programma pensato per bambine e bambini per scoprire e giocare con le figure fantastiche che popolano leggende e tradizioni e le creature che abitano boschi e sentieri. Il festival si svolge all'interno del comune di Lizzano in Belvedere gli eventi interessano le piazze dei borghi, i sentieri, i rifugi e i boschi. In particolare il Rifugio Segavecchia gestito dalla Cooperativa Madreselva offre lo spazio, l'appoggio e un punto ristoro per laboratori, passeggiate tematiche e concerti. Mentre il Cinema teatro la Pergola (Cineteca di Bologna), propone proiezioni per bambini e bambine in linea con le tematiche del festival. Infine, da quest'anno la biblioteca di Lizzano in Belvedere Il Martignano gestita dal Gruppo Studi Il Capotauro ospiterà letture, laboratori e presentazioni di libri con illustratrici e scrittori. **Gli artisti:** il festival coinvolge illustratori della zona, gli operatori della Cineteca di Bologna, le guide escursionistiche ed educatori ambientali della Cooperativa Madreselva, gli attori del Teatro Testoni, gli artisti e performers dell'Associazione Micce, musicisti locali e associazioni del territorio.
- ❖ Al fine di accrescere sempre di più la qualità del calendario eventi estivo del Comune di Alto Reno Terme e in collaborazione con il Comune di Lizzano in Belvedere e con Porretta Cinema, il progetto su Porretta Terme prevede la proiezione di film in alcune serate estive nel suggestivo scenario del Rufus Thomas Park in pieno centro a Porretta Terme e presso il Rifugio di Monte Cavallo a Granaglione. Verrà dato spazio a film adatti ad ogni tipologia di pubblico con ingresso gratuito e introduzione da parte degli esperti facenti parte dell'Associazione Porretta Cinema. **L'Associazione Porretta Cinema** nasce nel 2011, ispirata dalla passione per il cinema, con la volontà di allargare l'offerta culturale del territorio e proseguire l'esperienza ormai decennale del Festival del Cinema di Porretta Terme iniziato nel 2002 e nato dalla volontà dell'allora amministrazione comunale di Porretta Terme. L'avvio dell'Associazione nasce con l'obiettivo di far crescere la manifestazione **Festival del Cinema di Porretta Terme** arricchendo il programma con iniziative sempre più qualificanti e raggiungere un pubblico sempre più vasto e variegato, per offrire agli appassionati del cinema uno spazio in più in cui potersi trovare a contatto diretto con i grandi interpreti. Il **Porretta Cinema** è un'associazione senza scopo di lucro di Promozione Sociale e vive grazie all'apporto di molti volontari che vivono sul territorio dell'Appennino bolognese o ad esso sono legati.

- ❖ Dal mese di luglio, il tipico pulmino rosso della City Red Bus, arriva al Corno alle Scale con Corno Red Bus, grazie all'iniziativa realizzata in collaborazione degli operatori economici del territorio rappresentati dal partner "Farmacia Val Carlina" che i rispettivi Comuni intendono sostenere con azioni di affiancamento, coordinamento, organizzazione e promozione con la stampa di materiale (manifesti e volantini). Questo progetto che viene realizzato per il terzo anno consecutivo, dal 2022 ha coinvolto le nuove Terme di Porretta e il Comune di Alto Reno Terme ed ExtraBo. Per il 2023 oltre ai tour legati alla Linea Gotica e al Corno alle Scale, si prevedono nuovi tour dedicati ai Borghi e alla Cultura, che coinvolgeranno i borghi di Castelluccio, Poggiolforato, Farnè, Gabba, Sasso, Montecatone delle Alpi, Pianaccio, La Cà, Rocca Corneta. Un'iniziativa che accompagnerà i nostri turisti tra borghi, cascate e punti di interesse nel Comprensorio del Corno alle Scale per tutta l'estate. Il servizio sarà inoltre attivo in tutti i weekend di luglio e agosto, con itinerari diversificati, accompagnati da una guida turistica, per vivere esperienze con interessanti negli agriturismi, soste per scattare foto panoramiche e visite a santuari, musei e punti di interesse e per scoprire il territorio comodamente seduti sul pulmino. La Guida sarà a disposizione del cliente per qualsiasi necessità turistica, grazie a una rete di contatti che permetta un'informazione territoriale, accessi privilegiati, possibilità di aperture di musei, chiese e santuari e quant'altro per la soddisfazione del cliente stesso.

Tempi di realizzazione

Progetto da rendere operativo nei mesi di giugno, luglio, agosto e settembre 2023.

Azioni:

1. Calendari di attività delle tre linee di azioni presentate, che si svolgeranno dal mese di giugno al mese di settembre 2023.
2. Organizzazione e realizzazione della campagna promozionale, attraverso, volantini, manifesti, canali social e istituzionali.
3. Organizzazione e coordinamento tra gli uffici di informazione IAT, per **informazioni, prenotazioni e necessità turistiche** dei clienti.

Obiettivi:

- Miglioramento dei servizi turistici di base (accoglienza, informazione e offerta di attività turistiche);
- Creazione di una buona rete turistica cooperativa tra territori diversi;
- Far apprezzare il territorio andando oltre ai puri confini comunali, svolgendo pubblicità d'immagine, valorizzando alcune eccellenze quali l'ambiente naturale, la storia e cultura, l'arte, l'enogastronomia e le produzioni locali;
- Favorire il rafforzamento tra il territorio e i suoi visitatori;
- Accrescere le presenze nelle strutture ricettive, nelle strutture della ristorazione e commercio locali;
- Creazione di pacchetti turistici dedicati, per la valorizzazione dei servizi offerti;
- Fidelizzazione del turista in visita, in modo che si generi anche un buon passaparola.

A chi si rivolge:

- Ai turisti dell'Appennino Bolognese, Modenese e Tosco-Emiliano, ai cittadini della città metropolitana di Bologna e della Provincia di Pistoia;
- a tutte le persone interessate ad un turismo di qualità a contatto con la natura, alla scoperta delle emergenze storiche, artistiche ed enogastronomiche del territorio;
- a coloro che vogliono vivere l'identità autentica del territorio montano;
- ai cittadini che pur vivendo in questi territori, non ne conoscono la storia e le bellezze.

Comunicazione e Marketing:

La promozione del progetto è parte fondamentale per permettere la diffusione del calendario escursionistico e la conseguente adesione.

Azioni di comunicazione e marketing:

- Realizzazione di dépliant affinché possa essere presente in tutte le strutture ricettive e IAT della zona, nell' ufficio ExtraBo dedicato alla Città Metropolitana di Bologna, ma anche nei siti degli uffici turistici di città limitrofe, come Modena e Pistoia;
- Divulgazione del progetto nei siti degli alberghi e strutture ricettive e attraverso portali Turistici e canali social come, www.cornoallescale.net, Discover Alto Reno Terme, Bologna Welcome, ExtraBo. Vivi Appennino Bolognese e altri siti locali;
- Divulgazione del progetto attraverso il calendario Bologna Estate 2023, grazie al bando indetto dalla Città Metropolitana in caso di superamento della soglia di ammissibilità per rientrare nel cartellone estivo;
- Utilizzo di strumenti di comunicazione social media (web marketing) attraverso le pagine Facebook e Instagram di Visit Corno Alle Scale e Discover Alto Reno Terme e utilizzo di canali di comunicazione come radio, webradio, giornali e quotidiani locali e il servizio WhatsApp del Comune di Lizzano in Belvedere;
- Collaborazione con fotoreporter e blogger per la creazione di storytelling, materiale fotografico e racconto del territorio utili per aumentare la visibilità, la divulgazione del progetto e l'appetibilità del territorio;
- Presentazione del progetto e delle escursioni nello spazio ExtraBo eventi, nel centro di Bologna, con un intervento dedicato.

Progettazione commerciale e creazione di pacchetti turistici:

Come ulteriore sviluppo turistico, si provvederà all'ideazione e progettazione di proposte turistiche correlate alle escursioni in programma, per la creazione di pacchetti turistici dedicati, in collaborazione con diversi tour operator tra i quali Appennino Slow, gestore dell'ufficio IAT di Alto Reno Terme.

Verranno quindi previste:

- l'ideazione e mappatura delle attività correlate da inserire in proposte turistiche organiche e complete che agevolino la presenza turistica sul territorio;
- il coinvolgimento attivo di strutture ricettive, di ristorazione, aziende di produzione enogastronomiche e produzioni artigianali;
- la progettazione e realizzazione di pacchetti turistici relativi al territorio con promo commercializzazione da parte di Tour Operator (Appennino Slow) sfruttando i numerosi eventi dell'area Appennino per arricchire l'offerta turistica.

Criteria e modalità di riscontro dei risultati:

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Numero di escursioni in gruppo	Registrazione dei partecipanti
Numero di escursioni personalizzate	Registrazione dei partecipanti

Le modifiche al piano finanziario sono inerenti alle seguenti voci del piano finanziario:

- **promozione**, rimodulazione da € 2.500,00 a € 1.000,00
- **organizzazione e allestimento eventi**, rimodulazione da € 22.113,00 a € 18.229,10;

SPESA AMMESSA

- AMMESSA € 24.613,00
- RIMODULATA € **19.229,10**
(78,13% ca. della spesa ammessa)

CONTRIBUTO

- AMMESSO € 4.922,60
- RIMODULATO € **4.807,28**

ECONOMIA PARI A € 115,32