



ALLEGATO B)

P.T.P.L. 2023

TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA-MODENA

AMBITO 2

INIZIATIVE DI PROMOZIONE TURISTICA DI INTERESSE

LOCALE

RENDICONTAZIONE

INDICE PROGETTI

Bologna

CRINALI 2023	3
XXIX BIENNALE DEL MURO DIPINTO DI DOZZA	4
BE IN WONDER LAND - CULTURE SPORT NATURE IN IMOLA AREA	9
LA CICLOVIA DEL RENO: UN NUOVO BRAND NELLA PROMOZIONE TURISTICA DELLA PIANURA BOLOGNESE	12
IT.A.CÀ MIGRANTI E VIAGGIATORI: FESTIVAL DEL TURISMO RESPONSABILE	14
TAGLIERE SALSAMENTARI 1876 DE.CO.	18
ZOLA JAZZ&WINE... CROCEVIA E DELIZIE. EDIZIONE 2023	20
ANELLO DELLE GRANDI VIE IN E-BIKE: FLAMINIA MINOR, VIA MATER DEI E VIA DEL FANTINI	22
PARCO DELLA VENA DEL GESSO ROMAGNOLA E CICLOVIA DEL SANTERNO: UNA PROMOZIONE INTEGRATA PER IL TERRITORIO CIRCONDARIALE	26
OUTDOOR TOURS: TURISMO SOSTENIBILE ED ESPERIENZIALE	29
LA NOTTE CELESTE 2023 – TERME IN FESTA	33
LAGOLANDIA 2023	37
BACCANALE 2023. RASSEGNA CULTURALE ED ENOGASTRONOMICA	39
EMOZIONARSI IN PIANURA	43
ARTE DIFFUSA IN APPENNINO: LABORATORI, ESCURSIONI, PROIEZIONI E MUSICA	45
L'APPENNINO RITROVATO: ESCURSIONI, NATURA E CULTURA ALLA SCOPERTA DEL TERRITORIO. EDIZIONE 2023	47
THE SOUND OF IMOLA PER IL TERRITORIO TERRE&MOTORI	50
“L'ANTICO CASTELLO” DANTE PRIMO TURISTA TRA EMILIA E ROMAGNA – XIII EDIZIONE	52
ORME SULL'ACQUA	54
CITTÀ METROPOLITANA DI BOLOGNA	56

Modena

LOST IN MODENA	62
TASTE OF CARPI. TURISMO, CULTURA, FOOD & WINE	65

BOLOGNA

RELAZIONE

CRINALI 2023

PG n. 2091 del 15/01/2024
Integrazione PG n. 14653 del 05/03/2024

presentato da Unione dei Comuni dell'Appennino Bolognese

Comuni coinvolti: 10 Comuni afferenti l'Unione dei Comuni dell'Appennino Bolognese

Il totale della spesa rendicontata è pari a € 55.186,13. La spesa rendicontata ammissibile ammonta a € 47.074,13 (non ammessi € 8.112,00 relativi a realizzazione cataloghi su Giorgio Morandi in quanto non attinenti al progetto). Si conferma l'importo concesso pari a € 20.000,00 a fronte della realizzazione delle azioni previste dal progetto e dei risultati attesi e di una spesa rendicontata ammessa superiore all'80% della spesa progettuale ammessa di € 40.000,00.

descrizione consuntiva del progetto

Il festival Crinali ha rispettato l'indirizzo strategico programmatico elaborato dalla Destinazione Turistica Bologna metropolitana inserendosi perfettamente nell'ambito dei prodotti legati alla cultura outdoor. Sono state realizzate vere e proprie produzioni artistiche lungo i cammini della Via degli Dei, della Via della Lana e della Seta, della Mater Dei, della Linea Gotica, della Piccola Cassia e lungo il tratto appenninico della Ciclovía del Sole. Il festival è riuscito ad affidare la lettura e l'interpretazione artistica di luoghi particolarmente rilevanti da un punto di vista turistico, coinvolgendo professionisti di assoluto valore, quali Goran Bregovic, Lella Costa, Bob Minzer, i Ridillo Tolga During, Rogerio Tavares.

obiettivi conseguiti

Il festival ha raggiunto pienamente il suo obiettivo principale: valorizzare attraverso eventi di spettacolo gli itinerari turistici più significativi dell'appennino bolognese. Tutto questo ha permesso ai numerosissimi partecipanti di apprezzare la bellezza dell'area archeologica di Kainua a Marzabotto, l'originalità del castello della Rocchetta Mattei, i valori storici del Palazzo Comelli, la bellezza dei borghi di Casa Costonzo e palazzo d'Affrico, i contenuti artistici dei Fienili del Campiario e la meraviglia della natura appenninica.

modalità concrete di attuazione del progetto

Dopo un'attenta verifica con le diverse amministrazioni coinvolte finalizzata alla scelta dei luoghi da valorizzare, sono stati effettuati sopralluoghi con gli artisti coinvolti per giungere poi alla promozione e messa in scena degli eventi.

azioni realizzate e risultati ottenuti rispetto a quelli previsti

azione 1: sono stati realizzati 50 sopralluoghi per la scelta delle location

azione 2: è stata attivata la prenotazione degli eventi attraverso la piattaforma trekksoft con la possibilità di utilizzare anche la prenotazione last minute tramite numero di telefono dedicato

azione 3: sono stati realizzati i voucher di prenotazioni

azione 4: sono stati coinvolti 115 artisti che hanno avuto la funzione di narrare il territorio attraverso le loro performance

azione 5: ogni evento è riuscito a favorire i pernottamenti nelle strutture turistiche presenti in appennino

azione 6: tutti gli accompagnamenti e le visite guidate sono state realizzate da guide professionali

azione 7: alcuni appuntamenti sono stati pensati per famiglie con bambini

azione 8: tutti gli interventi artistici sono stati realizzati nell'assoluto rispetto delle norme di sicurezza e contrattuali

soggetti pubblici e/o privati effettivamente coinvolti nel progetto

10 comuni afferenti l'Unione dei Comuni dell'Appennino Bolognese, le associazioni culturali e le proloco operanti nel territorio

attività svolte, segnalando e motivando gli eventuali scostamenti da quanto indicato in fase di presentazione progetto

Sono stati realizzati 51 eventi e non ci sono stati scostamenti rispetto alla presentazione del progetto

informazioni e dati utili a dare evidenza dei risultati ottenuti (ad es. il numero dei partecipanti alle iniziative realizzate e/o promosse)

- 115 artisti coinvolti
- 51 appuntamenti
- 7.200 partecipanti

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

Sono state effettuate collaborazioni con le rassegne Puglia Sound, CrossRoad Jazz, Reno Splash.

correlazione tra promozione e commercializzazione

Il festival ha attivato collaborazioni con imprese che agiscono in ambito promocommerciale: Slow Emotion, Appennino Geopark, Foiatonda, Appennino Slow

XXIX BIENNALE DEL MURO DIPINTO DI DOZZA PG n. 2377-2378-2379-2382-2383 del 15/01/2024
Integrazione PG n. 17671 del 15/03/2024

presentato da Comune di Dozza

Comuni coinvolti: Comune di Castel Guelfo di Bologna

Il totale della spesa rendicontata è pari a € 28.000,00, interamente ammessa. Si conferma l'importo concesso pari a € 17.500,00 a fronte della realizzazione delle azioni previste dal progetto e dei risultati attesi e di una spesa rendicontata ammessa uguale all'80% della spesa progettuale ammessa pari a € 35.000,00.

descrizione consuntiva del progetto

La Biennale del Muro Dipinto è una manifestazione nata nel 1960 che ogni due anni regala a Dozza opere d'arte che caratterizzano materialmente le facciate delle case. Ciò ha reso il borgo un museo d'arte a cielo aperto di notevole valore, sempre aperto alla visita, senza orari né biglietti d'ingresso. Quest'anno dall'11 al 17 settembre 2023 si è svolta la XXIX Biennale del Muro Dipinto di Dozza. La settimana della pittura a cielo aperto è stata il fulcro di un più ampio programma che, in termini di tempo, l'hanno preceduta e seguita. Anche quest'anno è stata istituita una Commissione Inviti, che ha selezionato i sei artisti chiamati a dipingere sui muri di Dozza. La commissione era composta da: Simonetta Mingazzini, Francesca Grandi, Fabrizio Grisoni, Lucia Vanghi, Sabina Ghinassi, Claudio Spadoni, Francesca Billiani. Il titolo scelto per la XXIX Biennale del Muro Dipinto è "l'arte in progress" che intendeva suggerire e richiamare l'attenzione su questo lavoro continuo che caratterizza le opere del Muro Dipinto, dalla creazione fino alla cura che ne consegue tra strappi, restauri e messa in sicurezza. Gli artisti che per sette giorni hanno avuto il compito di dipingere sulle pareti delle case di Dozza sono stati sei: Paola Babini, Roberta Pancera, Rossella Piergallini, Emeid (Andrea Ranieri), Emilio Fantin e Vanni Spazzoli. Tutti loro hanno agito lungo i cantieri allestiti nell'incantevole borgo medievale per trasformare i bozzetti ideati per l'occasione in opere d'arte che rimarranno impresse sui muri. Il pubblico, come di consueto, ha avuto l'occasione di vederli all'opera da vicino mentre lavoravano nel corso della settimana (11-17 settembre 2023). Inoltre, nel corso di questa XXIX Biennale si è dato ampio rilievo anche ai restauri, che hanno interessato nello specifico sette opere di stili e periodi diversi tra di loro, ma che necessitavano tutte di un intervento manutentivo perché l'esposizione agli agenti atmosferici e il passare del tempo ne avevano gravato le condizioni. Nello specifico, i restauri sono stati i seguenti: – GIUSEPPE GAGLIARDI, "Paesaggio con figure", 1960. Restauro affidato a BioRes Restauri. – SERGIO FRABBONI, "Mungitura in settembre", 1961. Restauro affidato a Marta Mazzocchi. COMUNE DI DOZZA Città d'Arte Città metropolitana di Bologna Via XX Settembre, 37 – 40050 DOZZA (Bo) Tel. 0542/678116-678351-678382 Fax 0542/678270 E-MAIL: info@comune.dozza.bo.it - PEC: comune.dozza@cert.provincia.bo.it Http://www.comune.dozza.bo.it/ C.F. 01043000379 – P.IVA 00530311208 – BERTO RAVOTTI, "Ombre nella stanza", 1965. Restauro affidato a Marta Mazzocchi. – TONO ZANCANARO, "Fantasia", 1983. Restauro affidato a BioRes Restauri. – GUERRINO BARDEGGIA, "Momenti di vita", 1985. Restauro affidato a Elettra Ferrari Mazzanti. – GIO' DI BATTE, "Come ieri", 2000. Restauro affidato a Elettra Ferrari Mazzanti. – TONINO GOTTARELLI, "Omaggio a Dozza", 1993. Restauro affidato a BioRes Restauri. La XXIX Biennale del Muro Dipinto di Dozza si è posta l'obiettivo di arricchire l'offerta culturale e artistica con mostre di diverso genere e taglio artistico: da una parte alcune esposizioni miravano a omaggiare e ricordare edizioni e protagonisti del passato che hanno lasciato la propria traccia a Dozza, dall'altra ci sono state anche esibizioni figlie della contemporaneità.

Nella Pianacoteca della Rocca è stata allestita TRACCE DI MURO, raccolta di fotografie dell'archivio di Dino Piani e bozzetti del Centro Studi e Documentazione del Muro Dipinto, inaugurata lunedì 11 settembre 2023 alle ore 12 e rimasta visibile al pubblico fino al 15 ottobre 2023. La mostra aveva per soggetto fotografie scattate da Dino Piani durante le edizioni del Muro Dipinto che si sono svolte a Dozza dagli anni '60 agli anni '90. Inoltre, ad alcune foto erano abbinati bozzetti del Centro Studi e Documentazione del Muro Dipinto, che conserva materiale d'archivio della storica manifestazione. Un'altra importante mostra ospitata nella Sala del Cupolone della Rocca è stata OMAGGIO A EMILIO CONTINI, una raccolta di capolavori dell'artista che partecipò alla Biennale del Muro Dipinto del 1969 donate alla Fondazione Dozza. Anche questa mostra, inaugurata sabato 16 settembre 2023 alle ore 17, è rimasta visibile al pubblico fino al 15 ottobre 2023. Nelle prigioni del castello, invece, si è dato spazio ad un'artista contemporanea emergente, Elisabetta Cameli che per l'occasione ha realizzato opere ad hoc ispirate direttamente al luogo per cui erano destinate. LA NASCITA DI MILLE INFERNI è una mostra antologica con opere realizzate interamente con la tecnica del merletto e dell'intreccio a corda. Inaugurata venerdì 15 ottobre 2023 alle ore 17, la mostra è rimasta visibile al pubblico fino al 15 ottobre 2023. A coronare l'offerta artistico-culturale sono state inoltre riproposte due esposizioni che hanno suscitato grande successo nel corso delle passate edizioni: UN ARCHIVIO DA ESPLORARE, apertura straordinaria del Centro Studi e Documentazione del Muro Dipinto che è rimasto visitabile al pubblico da venerdì 15 a domenica 17 settembre 2023. Infine, IL MURO A SCATTI, altra importante mostra fotografica a cura dell'Associazione foto-culturale G. Magnani che ha concluso la settimana della Biennale esponendo gli scatti più belli della manifestazione realizzata dal suddetto gruppo di fotografi. Non sono mancati i laboratori, che hanno animato le vie del borgo nel corso della settimana, coinvolgendo bambini e adulti: presso lo spazio espositivo di Piazza Zotti n.1 è stato ospitato MODI D'ARTE con Nicoletta Chiarini che ha proposto ogni giorno un laboratorio a tema diverso dedicato ai bambini di ogni fascia d'età. Cavalletti da pittore, lavagne e gessetti, rotoli di carta, pennelli, acquerelli, pennarelli, matite colorate erano a disposizione di bambini e ragazzi per realizzare le proprie personali opere. Un altro interessante laboratorio, che aveva come sede la Sala Trebb di Piazza Zotti n. 3, ma che in realtà si è articolato anche lungo le vie del borgo, è stato PROVE D'ARTISTA con Mara Guerrini e gli allievi della sua scuola che hanno "invaso" il borgo con cavalletti, colori e pennelli per realizzare e far realizzare a chiunque volesse uno scorcio di Dozza. A Castel Guelfo di Bologna, inoltre, è stato realizzato EMOZIONARIO. VOLTI NELLO SPAZIO E NEL TEMPO: la Cooperativa Il Mosaico ha dedicato un laboratorio generazionale in progress a grandi e bambini presso la Biblioteca Comunale di Castel Guelfo. Infine, anche quest'anno il Centro Occupazionale La Tartaruga ha collaborato alla manifestazione realizzando il contest fotografico COMUNE DI DOZZA Città d'Arte Città metropolitana di Bologna Via XX Settembre, 37-40050 DOZZA (Bo) Tel. 0542/678116-678351- 678382 Fax 0542/678270 E-MAIL: info@comune.dozza.bo.it - PEC: comune.dozza@cert.provincia.bo.it Http://www.comune.dozza.bo.it/ C.F. 01043000379 - P.IVA 00530311208 SCATTI RUBATI: chiunque volesse aveva la possibilità di far stampare la propria fotografia presso il loro stand, ubicato sotto il portico del Comune, e realizzare su di essa un'opera d'arte. Tutte le fotografie poi hanno concorso a realizzare una mostra visibile presso la sede del Centro la settimana successiva. Oltre ai sei artisti ufficiali, sono state realizzate opere collaterali, sia a Dozza sia a Toscanella, da artisti invitati: alcuni erano vecchi protagonisti delle passate edizioni della Biennale (Luigi Allegri Nottari, Bicio Fabbri, Ferrante Giovannini), altri erano new entry (Martina Urzi). Oltre a ciò, il programma della settimana della Biennale è stato inoltre arricchito da numerose iniziative collaterali che avevano lo scopo di richiamare a Dozza i turisti e promuovere le eccellenze del territorio: spettacoli di musica, visite guidate, degustazioni di vino e molti altri eventi hanno costellato i sette giorni della rassegna artistica per offrire al pubblico un'ampia offerta.

obiettivi conseguiti

Si può senz'altro affermare che la XXIX Biennale del Muro Dipinto di Dozza abbia raggiunto gli obiettivi prefissati, portando un numero assai elevato di pubblico a partecipare alle attività realizzate nel corso della Biennale d'arte tra Dozza, Toscanella e Castel Guelfo di Bologna. Numerosi sono stati i turisti che hanno raggiunto Dozza per vedere gli artisti e i restauratori lavorare dal vivo lungo le stradine del borgo, che hanno partecipato alle numerose iniziative artistico-culturali e che hanno visitato le mostre. Naturalmente, un evento di così forte richiamo diventa un importante veicolo per tutti i prodotti turistici che caratterizzano Dozza. Risulta infatti impossibile non percepire la storia del borgo castellano e della Rocca Sforzesca. Grazie alle mostre ed alle attività allestite e sviluppate in molteplici stanze della Rocca e lungo il Borgo di Dozza, i partecipanti hanno potuto godere dell'arte con i muri affrescati del Borgo, le collezioni conservate dentro il museo della Rocca, del paesaggio collinare in cui è immerso il borgo che è possibile raggiungere non solo con i tradizionali mezzi, ma anche con percorsi ciclo-pedonali. Inoltre il numeroso pubblico che ha partecipato alle performance artistiche e alle mostre ha potuto godere altresì dell'enogastronomia con la celebre Enoteca Regionale Emilia Romagna e degli ottimi ristoranti che affollano il borgo. Con questa ricchezza di proposte, Dozza si conferma in grado di rispondere alla domanda, oggi assai diffusa, di turismo esperienziale alla ricerca di elementi caratteristici, coinvolgenti ed emozionali. Queste sono

anche le prerogative del turismo itinerante che predilige le città d'arte, anche di piccole dimensioni come Dozza, la quale si alimenta di esperienze artistiche e suggestioni generando un contesto ricco, emozionale, che lascia un segno della memoria del visitatore. La Biennale del Muro Dipinto, nata negli anni '60 del secolo scorso, è elemento identitario che qualifica l'offerta artistica di Dozza e che continua ancora oggi ad arricchire il borgo con opere d'arte dal notevole valore. È inoltre una rassegna che attira vari target di pubblico, dai bambini agli adulti, dal turista locale a quello straniero, curioso di scoprire le tradizioni dozzesi.

modalità concrete di attuazione del progetto

La gestione del progetto è stata affidata alla Fondazione Dozza Città d'Arte, secondo una procedura già ampiamente consolidata negli anni. La Fondazione, iscritta nel Registro regionale delle fondazioni e associazioni, è l'ente cui il Comune, con deliberazione di C.C. n. 66 del 13 settembre 2004, ha affidato mediante contratto di servizio sia la gestione della Rocca, sia la valorizzazione delle iniziative turistico-culturali, con particolare riguardo alla Biennale del Muro Dipinto, elemento fondamentale per la promozione turistica del territorio. La gestione del progetto è stata seguita dalla Fondazione Dozza Città d'Arte, nello specifico dalla Presidente Simonetta Mingazzini e dalle collaboratrici della Fondazione Agnese Tonelli e Giulia Nanni. Sulla base del progetto sviluppato sono stati invitati artisti, restauratori e professionisti del settore per realizzare nuove opere, restauri di vecchie opere ed iniziative turistico-culturali. Gli artisti e i restauratori invitati, per i quali è stato previsto un compenso, sono stati ospitati presso strutture ricettive di Dozza per garantire la loro presenza durante la settimana della manifestazione. L'allestimento delle mostre ospitate all'interno della Rocca è stato seguito e curato da Agnese Tonelli. Spese specifiche sono state necessarie per la comunicazione e per la promozione della Biennale: sono stati utilizzati strumenti di comunicazione tradizionali (ufficio stampa, periodici settimanali/mensili, affissioni), ma anche strumenti "nuovi" come Sito e Social Networks (Facebook e Instagram) che hanno consentito di anticipare e aggiornare con immediatezza la comunicazione. Tutte le attività riguardanti la comunicazione sono state coordinate e gestite da Giulia Nanni. È stata indetta una conferenza stampa di presentazione e avvio della Biennale, che si è tenuta nella Sala Grande della Rocca di Dozza lunedì 11 settembre 2023. Per l'occasione è stata inaugurata la mostra "Tracce di Muro" con fotografie di Dino Piani e alcuni bozzetti dal Centro Studi del Muro Dipinto. Sono stati esposti striscioni, banner e stendardi lungo il borgo di Dozza e manifesti nei Comuni di Dozza, Castel San Pietro Terme, Medicina e in tutto il Circondario Imolese. La grafica dell'evento è stata curata da Claudia Piunti, specialista del settore, che ha realizzato l'immagine coordinata (locandina, programma e altri materiali minori). I materiali grafici sono stati stampati presso Grafiche 3B di Toscanella di Dozza e Pably New di Castel Guelfo di Bologna.

azioni realizzate e risultati ottenuti rispetto a quelli previsti

Tra le azioni realizzate si segnala:

- **REALIZZAZIONE DI NUOVE OPERE** (a Dozza): sono state realizzate sei nuove opere dai protagonisti della XXIX Biennale, Paola Babini, Emeid, Emilio Fantin, Roberta Pancera, Rossella Piergallini, Vanni Spazzoli. Inoltre sono state realizzate altre quattro opere da artisti collaterali, Luigi Allegri Nottari, Bicio Fabbri, Ferrante Giovannini e Martina Urzi.
- **INTERVENTI DI RESTAURO** (a Dozza): sono stati realizzati sette interventi di restauro, nello specifico sulle seguenti opere:
 - "Paesaggio" di Giuseppe Gagliardi, 1960. Restauro eseguito da BioRes Restauri;
 - "Mungitura in settembre" di Sergio Frabboni, 1961. Restauro eseguito da Marta Mazzocchi;
 - "Ombre nella stanza" di Berto Ravotti, 1965. Restauro eseguito da Marta Mazzocchi;
 - "Fantasia" di Tono Zancanaro, 1983. Restauro eseguito da BioRes Restauri;
 - "Momenti di vita" di Guerrino Bardeggia, 1985. Restauro eseguito da Elettra Ferrari Mazzanti;
 - "Come ieri" di Giò di Batte, 2000. Restauro eseguito da Elettra Ferrari Mazzanti;
 - "Omaggio a Dozza" di Tonino Gottarelli, 1993. Restauro eseguito da BioRes Restauri.
- **MOSTRE DEDICATE ALLA STORIA DEL MURO DIPINTO** (a Dozza e in altri contesti): sono state realizzate cinque mostre che sono state inaugurate durante la settimana della XXIX Biennale del Muro Dipinto e che sono rimaste visibili fino al 15 ottobre 2023. Nello specifico:
 - "Tracce di Muro", mostra di fotografie dall'archivio di Dino Piani e bozzetti dal Centro Studi e Documentazione del Muro Dipinto;
 - "La nascita di mille inferni", mostra di Elisabetta Cameli con opere d'arte create ad hoc per il contesto in cui sono state esposte;
 - "Omaggio a Emilio Contini", mostra di alcuni capolavori dell'artista che partecipò alla Biennale del Muro Dipinto del 1969;
 - "Un archivio da esplorare", mostra dei bozzetti d'artista conservati nel Centro Studi e Documentazione

del Muro Dipinto;

- “Il Muro a Scatti”, mostra fotografica dell'Associazione foto-culturale G. Magnani che ha immortalato attimi ed emozioni della XXIX Biennale del Muro Dipinto.
- AZIONI DI COMUNICAZIONE: sono state realizzate azioni di comunicazione a supporto della manifestazione che si sono tradotte in: ufficio stampa, comunicati stampa, social network, materiali fotografici e video. Per l'Ufficio Stampa ci si è affidati a Orma Comunicazione.
- PROGETTAZIONE GRAFICA E STAMPA DI MATERIALE PROMOZIONALE: sono state realizzate grafiche specifiche per la promozione della XXIX Biennale del Muro Dipinto (striscioni, banner, stendardi, manifesti, locandine, programmi, ecc.) che sono state stampate. Per la realizzazione dei contenuti grafici è stata coinvolta la grafica Claudia Piunti, mentre tutti i materiali sono stati stampati presso Grafiche 3B di Toscanella e Publy New di Castel Guelfo di Bologna.
- AFFISSIONE, DISTRIBUZIONE DI MATERIALE PROMOZIONALE E ACQUISTO DI SPAZI PUBBLICITARI: tutti i materiali stampati sono stati distribuiti nel territorio. I manifesti sono stati affissi dagli Uffici ICA nei Comuni di Dozza, Castel San Pietro Terme, Medicina e in tutti i Comuni del Circondario Imolese. I programmi e altro materiale promozionale sono stati distribuiti negli uffici turistici del territorio, nonché presso ristoranti ed esercenti locali. Per la promozione della manifestazione sono stati acquistati spazi pubblicitari presso: Il Nuovo Diario Messaggero, Sabato Sera, Corriere di Romagna, Il Resto del Carlino. Sono state realizzati anche contenuti per alcune tv locali: TRC e Teleromagna.
- EVENTI DI RICHIAMO TURISTICO (arte, musica, spettacoli, visite guidate, degustazioni): nel corso della settimana delle Biennale il programma è stato costellato da iniziative e attività di richiamo turistico. Nello specifico:
 - Lunedì 11 settembre 2023: avvio XXIX Biennale, artisti e restauratori all'opera nel borgo di Dozza, inaugurazione mostra “Tracce di Muro”, laboratorio “Modi d'arte”, laboratorio “Prove d'artista”, spettacolo musico teatrale “Il Rugginoso e l'Imperfetto” a cura di Roberto Cascio e dei suoi collaboratori.
 - Martedì 12 settembre 2023: artisti e restauratori all'opera nel borgo di Dozza, laboratorio “Modi d'arte”, laboratorio “Prove d'artista”, presentazione libro “Di segno e d'affresco” a cura di Format edizioni, concerto di pianoforte “Omaggio a Lorenzo Ceregato”
 - Mercoledì 13 settembre 2023: artisti e restauratori all'opera nel borgo di Dozza, laboratorio “Modi d'arte”, laboratorio “Prove d'artista”, “Gelato con l'artista” a Toscanella.
 - Giovedì 14 settembre 2023: artisti e restauratori all'opera nel borgo di Dozza, formazione per guide turistiche e visita guidata al Muro Dipinto, laboratorio “Modi d'arte”, laboratorio “Prove d'artista”, “Luce ai Muri” artisti all'opera in notturna con visite guidate, “Il salotto di Patrizia Finucci Gallo” con interviste, racconti e aneddoti ai protagonisti dell'arte.
 - Venerdì 15 settembre 2023: artisti e restauratori all'opera nel borgo di Dozza, inaugurazione mostra “Un Archivio da esplorare”, laboratorio “Modi d'arte”, laboratorio “Prove d'artista”, inaugurazione mostra “La nascita di mille inferni”, “Calici sotto le stelle” degustazione dei vini dell'Enoteca Regionale Emilia Romagna.
 - Sabato 16 settembre 2023: artisti e restauratori all'opera nel borgo di Dozza, laboratorio “Modi d'arte”, laboratorio “Prove d'artista”, inaugurazione mostra “Omaggio a Emilio Contini”.
 - Domenica 17 settembre 2023: artisti e restauratori all'opera nel borgo di Dozza, inaugurazione mostra “Il muro a scatti”, conferenza AVIS di Dozza e inaugurazione opera di Roberta Luppi, speciale “Annullo filatelico” della XXIX Biennale del Muro Dipinto a cura di Poste Italiane, laboratorio “Modi d'arte”, laboratorio “Prove d'artista”.

soggetti pubblici e/o privati effettivamente coinvolti nel progetto

L'intero progetto della XXIX Biennale del Muro Dipinto di Dozza è stato promosso dall'Amministrazione Comunale di Dozza ed è stato gestito dalla Fondazione Dozza Città d'Arte. Numerose le collaborazioni, tra cui si segnala quella con il Comune di Castel Guelfo di Bologna. Inoltre, come descritto in questa relazione, la Biennale d'arte ha coinvolto professionisti, associazioni, società, aziende, ristoratori ed esercenti locali e non che hanno notevolmente amplificato la comunicazione e lo sviluppo concreto dell'evento, tra cui Enoteca Regionale Emilia Romagna, Orma Comunicazione, Centro Occupazionale La Tartaruga, Associazione foto-culturale G. Magnani, ecc.

attività svolte, segnalando e motivando gli eventuali scostamenti da quanto indicato in fase di presentazione progetto

La Biennale del Muro Dipinto risale al 1960 ed è un elemento identitario che qualifica l'offerta artistica del Comune di Dozza, una piccola città d'arte caratterizzata da un ricco patrimonio ambientale e culturale, riconosciuta come uno dei Borghi più belli d'Italia e Bandiera Arancione del Touring Club Italiano. Nel corso della Biennale gli artisti sono chiamati a esprimersi nel contesto pittorico dell'antico borgo medievale di Dozza, nonché in quello nuovo di Toscanella che dal 2007 è stato coinvolto nella manifestazione. Inoltre, già con la passata edizione la manifestazione si era allargata al limitrofo Comune di Castel Guelfo di Bologna, dove quest'anno si è svolta un'iniziativa collaterale. In linea con la XXIX Biennale del Muro Dipinto di Dozza e con la tematica "Art in Progress", è stato svolto un workshop "in progress" che ha previsto un'attività condivisa generazionale, ovvero una collaborazione tra adulto (genitori, nonni, ecc.) e bambini nella realizzazione di volti che hanno catturato l'emozione condivisa, scaturita dopo l'ascolto di storie e poesie legate alle emozioni nell'argilla. Nel secondo incontro, una volta cotti i lavori, si è proceduto all'aggiunta della colorazione ed è stato realizzato un percorso espositivo collettivo delle opere creando un vero e proprio emozionario all'interno del quale addentrarsi presso il Palazzo Malvezzi-Hercolani di Castel Guelfo. Come descritto nel progetto, l'elemento trainante della manifestazione si è confermata la presenza in contemporanea di artisti e restauratori invitati a realizzare dal vivo, dall'11 al 17 settembre 2023, rispettivamente nuove opere e restauri di vecchie opere. Per mettere questi professionisti in condizione di lavorare al meglio è stato predisposto per loro il noleggio di trabattelli, ponteggi e bracci mobili che per tutta la settimana hanno "invaso" il borgo di Dozza e, in parte, la frazione di Toscanella. Per il noleggio di questi materiali ci si è affidati a Marzocchini e Loca Top. Inoltre, per artisti e restauratori è stato altresì predisposto l'acquisto di materiali da lavoro (tinte, colori, pennelli, rulli, ecc.): per questi ci si è affidati a CTS srl, ColorGross, Casa del colore, Rustichelli Color, Gesca. Al fine di preparare i muri alle nuove opere e al fine di garantire nel corso di tutta la settimana assistenza agli artisti sono stati convocati professionisti del settore per attività di manodopera: Govoni Lucia, Pavone Celestino, Galassi Massimo, Giaquinta Giuseppe. Come da progetto, per gli artisti è stata prevista l'ospitalità in modo da garantire la loro permanenza e presenza durante tutta la settimana della Biennale. Le spese di ospitalità riguardano nello specifico: Alba Luna, Dozza Eventi srl, La Scuderia, La Bottega, Lem Market, Casalino snc, Osteria di Dozza. Per artisti, restauratori e commissione inviti, composta da autorevoli esponenti del mondo dell'arte che aveva il compito di scegliere gli artisti, è stato predisposto un compenso. Come da progetto, al fine di allargare l'offerta turistico-culturale anche a pubblici eterogenei e meno specialistici è stato predisposto un ricco programma di eventi e iniziative che hanno arricchito la settimana della rassegna: mostre, laboratori, spettacoli promozionali (di arte, musica, teatro), presentazione di libri, interviste, formazione per guide turistiche, visite guidate, degustazioni, conferenze. Durante l'edizione di quest'anno sono state ospitate mostre riguardanti periodi o protagonisti delle passate edizioni del Muro Dipinto, come ad esempio "Tracce di Muro", "Omaggio a Emilio Contini", "Un archivio da esplorare". Le mostre si sono protratte fino al 15 ottobre 2023: alcune spese sono state sostenute per la preparazione e l'allestimento delle esposizioni, nonché per l'organizzazione degli eventi inaugurali che hanno previsto momenti conviviali con degustazione di vini e alcuni prodotti del territorio, sempre al fine di promuovere al meglio le eccellenze locali. Altre spese hanno riguardato l'organizzazione e lo svolgimento degli eventi, così come le ore di pulizie straordinarie realizzate per la XXIX Biennale del Muro Dipinto. Infine, come da progetto, altre spese sono state sostenute per la promozione della rassegna per cui ci si è avvalsi di strumenti tradizionali ma anche delle nuove forme di comunicazione (social network e sito del muro dipinto) al fine di ridurre il più possibile l'impatto ambientale e garantire aggiornamenti rapidi e semplici. Per quanto riguarda gli scostamenti, il progetto iniziale prevedeva una voce di spesa dedicata a visite guidate e laboratori (sezione 4.Itinerari turistici): entrambe le attività sono state svolte ma non hanno previsto costi pertanto si è ritenuto opportuno utilizzare quella cifra prevista per: aggiornare il sito murodipinto.com relativamente all'edizione di quest'anno e creare un servizio accoglienza e infopoint per tutta la settimana della rassegna per fornire indicazioni e informazioni ai turisti. Queste scelte si sono rivelate molto utili per migliorare la comunicazione e la promozione della XXIX Biennale del Muro Dipinto di Dozza.

informazioni e dati utili a dare evidenza dei risultati ottenuti (ad es. il numero dei partecipanti alle iniziative realizzate e/o promosse)

Nel corso della settimana (11-17 settembre 2023) si è registrata un'ottima affluenza di pubblico che ha raggiunto Dozza per partecipare alle numerose iniziative in programma e/o per ammirare la nascita e la realizzazione di nuove opere nel borgo. Dati utili:

- conferenza stampa di avvio XXIX Biennale: circa 70 partecipanti
- inaugurazione mostra "Tracce di muro": circa 90 partecipanti
- spettacolo "Il Rugginoso e l'Imperfetto": circa 65 partecipanti
- presentazione libro "Di segno e d'affresco": circa 45 partecipanti

- concerto “Omaggio a Lorenzo Ceregato”: circa 45 partecipanti
- intervista “Gelato con l’artista”: circa 25 partecipanti
- corso di formazione guide turistiche: circa 35 partecipanti
- visita guidata “Luce ai Muri”: circa 50 partecipanti
- interviste “Il salotto di Patrizia Finucci Gallo”: circa 80 partecipanti
- inaugurazione mostra “La nascita di mille inferni”: circa 30 partecipanti
- inaugurazione mostra “Omaggio a Emilio Contini”: circa 35 partecipanti
- conferenza AVIS con inaugurazione opera: circa 80 partecipanti.

Inoltre, ogni giorno centinaia di persone hanno visitato il borgo di Dozza per vedere gli artisti e i restauratori all’opera nel borgo. Così come molto frequentati sono stati i laboratori per bambini ospitati in Piazza Zotti a Dozza durante i pomeriggi della XXIX Biennale. Si può affermare con certezza che nell’arco della settimana si sono registrate oltre mille presenze, con particolare concentrazione sabato 16 e domenica 17 settembre.

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

Inserimento della XXIX Biennale del Muro Dipinto di Dozza nel Cartellone Bologna Estate

correlazione tra promozione e commercializzazione

Con la XXIX Biennale del Muro Dipinto si sono incrementati i flussi turistici verso il territorio e di riflesso lo sviluppo dell’economia turistica locale in un’ottica di destagionalizzazione. Le azioni di comunicazione intraprese (sia tradizionali, sia tramite i canali social) hanno divulgato le iniziative in programma per attirare il turista verso il territorio con proficue ricadute economiche per le aziende locali (alberghi, ristoranti, ecc.). Attraverso la promozione del prodotto turistico si sono attuate anche la promozione e la valorizzazione del territorio e delle sue risorse paesaggistiche e ambientali. Inoltre, grazie alla manifestazione, sia il borgo storico di Dozza che il Comune di Castel Guelfo di Bologna hanno ottenuto un positivo ritorno d’immagine che contribuisce a consolidarne la visibilità sui mercati d’interesse.

BE IN WONDER LAND - CULTURE SPORT NATURE IN IMOLA AREA

presentato da Nuovo Circondario Imolese

PG n. 2188 del 15/01/2024

Comuni coinvolti: tutti i comuni del Nuovo Circondario Imolese: Borgo Tossignano, Casalfiumanese, Castel del Rio, Fontanelice, Castel Guelfo di Bologna, Castel San Pietro Terme, Dozza, Imola, Medicina, Mordano.

Il totale della spesa rendicontata è pari a € 9.984,00, interamente ammessa. Si conferma l’importo concesso pari a € 5.000,00 a fronte della realizzazione delle azioni previste dal progetto e dei risultati attesi e di una spesa rendicontata ammessa superiore all’80% della spesa progettuale ammessa di € 10.000,00.

descrizione consuntiva del progetto

Il Nuovo Circondario per il secondo anno consecutivo, ha realizzato nel 2023 il Progetto in oggetto, coinvolgendo, come previsto, tutta l’area di riferimento dei dieci Comuni associati per i quali, in virtù di Convenzione in essere, dal 2020 gestisce la gestione del turismo in forma associata per promuovere il turismo nell’area imolese. Nonostante le difficoltà conseguenti all’ evento alluvionale di Maggio 2023, che ha fortemente interessato tutta l’area del Nuovo Circondario Imolese, compromettendo fortemente alcuni percorsi ed itinerari a valenza turistica, grazie allo sforzo congiunto dei vari attori , il progetto è stato realizzato organizzando n.15 esperienze, (passeggiate d’arte, visite sensoriali, itinerari tra storia e natura, per scoprire “a passo lento” le tradizioni dei luoghi, la loro storia , la cultura e l’incredibile varietà delle tradizioni tipiche e delle eccellenze del territorio) secondo il seguente calendario a partire dal 31 AGOSTO 2023 sino al 22 OTTOBRE 2023:

- 31.08.2023 – DOZZA E CASALFIUMANESE “PASSEGGIATA SOTTO LA LUNA E LE STELLE”
- 03.09.2023- MORDANO – FRAZIONE BUBANO -“BUBANO, TRA CAMPI E CANALI”
- 03.09.2023 – MEDICINA - “LUNGO IL CANALE DI MEDICINA – STORIE E MEMORIE DELL’ACQUA”
- 09.09.2023 – FONTANELICE - “LA ROCCA DI FORNIONE”
- 10.09.2023 – MORDANO- “MORDANO, TRA CAMPI E CANALI”
- 15.09.2023 – IMOLA – “IL SANTERNO E GLI EFFETTI DELLE PIENE”

- 23.09.2023 - Borgo Tossignano – “ALLA SCOPERTA DELLA STORIA E DELLE STORIE DELLA VENA DEL GESSO ROMAGNOLA”
- 28.09.2023 – MEDICINA – “I SUONI NOTTURNI DELL’OASI- PASSEGGIATA NOTTURNA CON ORNITOLOGO”
- 29.09.2023 – DOZZA - “ALLA SCOPERTA DEI MURI DIPINTI”
- 30.09.2023 – CASTEL SAN PIETRO TERME - “CAMMINATA DEGLI ANGELI”
- 07.10.2023 – Dozza - “Il sentiero del Vino”
- 14.10.2023 - Castel San Pietro Terme – “Camminata DELLE TERME
- 15.10.2023 – CASTEL DEL RIO - “PASSEGGIATA STORICA ALLA SCOPERTA DEL MONDO DEGLI ALIDOSI”
- 20.10.2023 – CASTEL GUELFO DI BOLOGNA – “OBIETTIVO ENRICO PASQUALI”
- 22.10.2023 – CASTEL DEL RIO – “PASSEGGIATA STORICA ALLA SCOPERTA DEL MONDO DEGLI ALIDOSI”

La partecipazione agli appuntamenti, completamente gratuita, a numero chiuso (da 15 a 50 persone), ha riscontrato la presenza di circa 400 partecipanti (registrando in alcuni casi liste d’attesa per over booking), prevedeva la prenotazione preventiva, per la quale sono stati di supporto fondamentale gli uffici Iat e Uit dell’area. Tutte le escursioni sono state accompagnate, a seconda della tipologia di esperienza, da Guide turistiche e/o Ambientali regolarmente certificate, nonché, per esperienze particolari, con affiancamento di esperti che hanno illustrato e approfondito le esperienze sotto il profilo storico, scientifico, ambientale, ecc. (ad es. esperti astrofisici, ornitologi, ecc.). Come previsto nel progetto, tra le novità dell’edizione 2023, alcune escursioni sono state realizzate in notturna, sotto la guida di esperti, tra queste si indica l’esperienza del 31.8.2023 “passeggiata sotto la luna e le Stelle” che ha coinvolto e collegato i territori dei Comuni di Dozza e Casalfiumanese, in cui i partecipanti sono stati accompagnati da un astrofisico che li ha guidati nella osservazione della luna e delle stelle. Per consentire l’accessibilità dell’esperienza a tutti si segnala che, per l’occasione, è stata attivato anche un servizio di “navetta-bus”. Ed ancora, quale occasione per sperimentare “udito, tatto e olfatto”: i sensi che entrano maggiormente in gioco quando arriva la sera, camminando di notte, di particolare attrazione è stata l’esperienza a Medicina il 28 settembre 2023, all’interno dell’Oasi del Quadrone, con l’accompagnamento di esperto ornitologo, che ha permesso di imparare a riconoscere “i suoni degli abitanti dell’oasi”, ovvero i “versi” delle principali specie animali che vivono in tale ambito protetto. “BE IN WONDER LAND - Culture Sport Nature in Imola area” è stata anche una vetrina delle eccellenze del territorio in quanto, in gran parte delle passeggiate, escursioni, camminate sono stati proposti ai partecipanti anche momenti di conoscenza delle eccellenze enogastronomiche del territorio. La frequentazione dei turisti è stata molto soddisfacente in quanto si è riscontrata non solo la partecipazione di “turisti di prossimità”, provenienti principalmente dalla Regione Emilia Romagna, ma anche di turisti provenienti altre regioni o stranieri già presenti sul territorio per vacanze o visite che hanno aderito alle proposte degli itinerari in programma quale valore aggiunto: una opportunità di conoscere in maniera più approfondita le nostre eccellenze. L’iniziativa è stata promossa su web e social del Nuovo Circondario Imolese e preceduta da comunicato stampa. Inoltre le iniziative, al fine di incentivare le diversificare la potenziale utenza rispetto l’edizione precedente, sono state promozionate anche tramite una intensa campagna pubblicitaria radiofonica per un totale di 21 giorni, frazionati in maniera da garantire la RENDICONTAZIONE PTPL 2023 – AMBITO 2 7 copertura per tutto il periodo di svolgimento del progetto. È stato redatto depliant pubblicitario, con grafica coordinata, distribuito in tutti gli Uffici Iat e Uit del Territorio, presso ExtraBo ed i Comuni del Nuovo Circondario Imolese, nonché presso i principali siti di informazione e frequentazione turistica del territorio metropolitano (Autodromo, Outlet, Terme, ecc.). Infine, a completamento e valorizzazione del progetto realizzato, rilevato il massimo gradimento ricevuto nell’edizione precedente del Progetto, è stato realizzato una nuova brochure, comprensiva di piantina, descrizione e immagini fotografiche, di brochure intitolata “ITINERARI BE IN WONDERLAND”, relativa ai più interessanti percorsi facili da fruire liberamente da parte del turista, nei comuni del Nuovo Circondario). La realizzazione della brochure ha comportato, specie nei territori compromessi dall’evento alluvionale di maggio 2023, anche il tracciamento ex novo dei percorsi stessi da parte di esperti del settore.

obiettivi conseguiti

Il progetto, in coerenza con quanto previsto, ha conseguito i seguenti obiettivi:

- Valorizzazione nel suo complesso dell’area territoriale del Nuovo Circondario Imolese sotto il profilo di attrazione turistica in maniera unitaria, per visite ad eccellenze di grande attrazione ed interesse per visitatori e turisti amanti dell’ambiente, della storia e dell’enogastronomia;
- Valorizzazione e riqualificazione del brand, ormai divenuto vero e proprio appuntamento-prodotto turistico promosso sul mercato quale, appunto, quello degli “ITINERARI BE IN WONDERLAND”;

- Incrementare e promuovere un prodotto turistico accessibile a tutti in cui si fondono esperienze per turisti interessati a Outdoor Active&Slow, Natura e benessere, Food & Wine, Cultura;
- Innalzamento del grado di “vocazione turistica” del territorio del Nuovo Circondario Imolese proponendo itinerari validi in qualsiasi momento dell’anno, favorendo quindi l’incremento di flussi turistici anche in periodi tradizionalmente “destagionalizzati”.

modalità concrete di attuazione del progetto

Il progetto si è realizzato con le seguenti modalità:

- Condivisione della progettualità e dei contenuti con i comuni del Nuovo Circondario Imolese, sia nei primi mesi dell’anno 2023 ipotizzando esperienze da attivare a partire dai mesi di maggio-giugno, poi a seguito degli eventi alluvionali di maggio 2023 incontri successivi per la verifica dello stato di accessibilità dei percorsi e per la riorganizzazione del Calendario del Progetto;
- Condivisione e coinvolgimento di soggetti del territorio interessati a partecipare alla realizzazione del progetto (associazioni, aziende agricole/agrituristiche, esercizi di ristorazione, strutture ricettive, operatori del settore);
- Individuazione percorsi, con mappatura e verifica di nuovi itinerari accessibili a seguito degli Eventi alluvionali maggio 2023;
- Individuazione guide turistiche ed ambientali e servizi di supporto (es. navette);
- Individuazione esperti accompagnatori (es. ornitologi, astrofisici, storici, ecc.)
- Progettazione grafica condivisa, previa verifica in loco di accessibilità dei percorsi
- Promozione
- Realizzazione di n.15 Esperienze
- Individuazione e mappatura percorsi, e redazione grafica della brochure “ITINERARI BE IN WONDERLAND 2024”.

azioni realizzate e risultati ottenuti rispetto a quelli previsti

- Ideazione, mappatura e realizzazione di n.15 itinerari tematici, con organizzazione delle relative esperienze con guida, anche con percorsi accessibili ad una utenza diversamente abile;
- inserimento delle esperienze nei siti web del Nuovo Circondario Imolese, dei Comuni del Nuovo Circondario Imolese, di IF, ecc. nonché sui siti turistici di soggetti coinvolti nel progetto (es. Proloco, Associazioni Guide Turistiche ed ambientali, Agriturismi, Cantine Vinicole, ecc.);
- realizzazione e promozione tramite comunicato stampa, FB, social, spot pubblicitari radiofonici; - realizzazione e stampa dépliant calendario appuntamenti;
- realizzazione e stampa locandina pubblicitaria per ogni singola esperienza in calendario;
- mappatura percorsi e grafica brochure “Itinerari Be in Wonderland 2024”.

I risultati ottenuti sono in coerenza con gli obiettivi previsti, con particolare riferimento alla valorizzazione e fidelizzazione del brand “BE IN WONDERLAND” del Nuovo Circondario Imolese, quale prodotto turistico rappresentativo dell’area di riferimento, su cui puntare per campagne di promozione e marketing.

soggetti pubblici e/o privati effettivamente coinvolti nel progetto

1. Comuni di Imola, Castel San Pietro Terme, Dozza, Casalfiumanese, Borgo Tossignano, Fontanelice, Castel del Rio, Medicina, Castel Guelfo, Mordano
2. Terme di Castel San Pietro
3. Fondazione Rocca di Dozza
4. ASCOM, CONFESERCENTI, CIA e COLDIRETTI Imola/Bologna
5. Aziende Agricole, strutture ricettive, ristoranti, operatori locali
6. Golf Club Le Fonti Castel San Pietro Terme
7. Consorzio del Marrone di Castel del Rio
8. Osservatorio Nazionale Miele
9. Consorzio Tutela Cipolla di Medicina
10. Guide turistiche e ambientali
11. Fondazione Dozza Città d’Arte
12. Associazione i Portici di Medicina
13. Associazioni Pro Loco dei Comuni del Circondario
14. CAI
15. ExtraBO
16. IF

attività svolte, segnalando e motivando gli eventuali scostamenti da quanto indicato in fase di presentazione progetto

- Realizzazione di n.15 itinerari nei Comuni del Nuovo Circondario Imolese in coerenza con il Progetto presentato.
- Il numero degli itinerari realizzato è leggermente inferiore a quello preventivato in quanto sono risultate necessarie maggiori risorse per individuare nuovi percorsi accessibili a seguito dell'evento alluvionale di maggio 2023.

informazioni e dati utili a dare evidenza dei risultati ottenuti (ad es. il numero dei partecipanti alle iniziative realizzate e/o promosse)

La partecipazione alle escursioni / passeggiate è stata calcolata in circa 400 persone, registrando per alcune iniziative situazioni di "overbooking", dovuto al numero chiuso previsto per la partecipazione. Si conferma il gradimento della preventiva prenotazione via e-mail o telefonica presso gli uffici IAT-UIT. Tale tipologia di prenotazione ha consentito un rapporto diretto con il turista che, con l'occasione ha richiesto anche informazioni per il soggiorno e/o la ristorazione, il raggiungimento dei siti di partenza dei percorsi, ovvero le ulteriori opportunità di visite turistiche o di degustazioni / acquisto di prodotti tipici.

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

//

correlazione tra promozione e commercializzazione

Come sopra evidenziato le esperienze del Progetto Be In Wonderland sono risultate una valida ed ottima opportunità per le imprese del turismo e dei servizi per offrire opportunità di commercializzazione dei propri prodotti e servizi. Il Progetto, pertanto, si presta ad essere potenziato ed incentivato negli anni a venire quale prodotto turistico in grado di generare indotto e promozione territoriale.

LA CICLOVIA DEL RENO: UN NUOVO BRAND NELLA PROMOZIONE TURISTICA DELLA PIANURA BOLOGNESE

PG n. 2180 del 15/01/2024

Integrazione PG n. 6413 del 02/02/2024

presentato da Unione Reno Galliera

Comuni coinvolti: tutti i Comuni dell'Unione Reno Galliera

Il totale della spesa rendicontata è pari a € 6.586,56, interamente ammessa. Si conferma l'importo concesso pari a € 4.000,00 a fronte della realizzazione delle azioni previste dal progetto e dei risultati attesi e di una spesa rendicontata ammessa superiore all'80% della spesa progettuale ammessa di € 8.000,00.

descrizione consuntiva del progetto

Il progetto La Ciclovía del Reno: un nuovo brand nella promozione turistica della Pianura bolognese ha visto la definizione del brand della nuova infrastruttura cicloturistica della Ciclovía del Reno. Per prima cosa è stato fatto un percorso assieme ad alcuni stakeholder legati al territorio e al tipo di servizio della nuova infrastruttura per l'individuazione del nuovo marchio che ha poi portato alla realizzazione di nuovo materiale di comunicazione della Ciclovía del Reno stessa. Il progetto prevedeva anche la realizzazione di un evento e di un gadget da realizzare in occasione dell'evento che purtroppo non si sono potuti realizzare in quanto l'opera non è stata conclusa nei tempi previsti e comunque non entro il tempo utile per la realizzazione del progetto ossia il 31/12/2023.

obiettivi conseguiti

- la costruzione dell'identità della nuova infrastruttura, a consolidamento della identità e dell'immagine del territorio naturalmente vocata al cicloturismo attraverso la valorizzazione delle proprie specificità;
- dotare la nuova infrastruttura con un proprio marchio in tutti i diversi ambiti di applicazione: segnaletica, materiale promozionale (brochure, mappe, gadget), prodotti e contenuti dell'ecosistema digitale della Destinazione, eventi, prodotti turistici;
- produzione del nuovo folder della Ciclovía del Reno in linea con l'immagine coordinata della Destinazione

Turistica Bologna e Modena per ampliare (e aggiornare) gli strumenti promozionali presenti a eXtraBO, allo IAT di San Giovanni in Persiceto e alle fiere di settore a cui partecipa la DMO della Destinazione

modalità concrete di attuazione del progetto

Lo sviluppo del progetto La Ciclovia del Reno: un nuovo brand nella promozione turistica della Pianura bolognese ha visto una prima fase di confronto tra gli Enti e i diversi soggetti coinvolti per determinare quali potessero essere gli elementi identitari da richiamare nella generazione del nuovo marchio. A questa fase è succeduta l'elaborazione di dieci proposte tra le quali è stata fatta la scelta del marchio definitivo.

Dopo questa fase è stato elaborato uno studio per la diversa applicazione del marchio, anche in relazione a possibili gadget ed è stato redatto il manuale di utilizzo.

Condiviso e diffuso il nuovo marchio tra le istituzioni di Città Metropolitana e Comuni coinvolti nel progetto si è proceduto all'ideazione grafica del folder: anche in questa fase si è tenuto conto delle indicazioni di più servizi (mobilità e turismo) in considerazione del fatto che non esiste un modello di riferimento per la realizzazione delle mappe delle ciclovie turistiche. Prendendo quindi alcuni elementi dal manuale della segnaletica della Bicipolitana, allineandosi nel formato e nella grafica alla linea grafica adottata da eXtraBO per i prodotti della pianura bolognese, è stato realizzato il nuovo folder della Ciclovia del Reno.

Per quanto riguarda l'evento, benchè non si sia realizzato a causa del mancato termine dei lavori entro il periodo previsto, sono stati fatti più sopralluoghi e test di fattibilità su alcuni tratti della ciclovia in vista comunque del suo pieno utilizzo a partire dalla primavera 2024; anche per quanto riguarda i gadget sono comunque state fatte delle elaborazioni di quella che potrebbe essere una T-Shirt della Ciclovia del Reno.

azioni realizzate e risultati ottenuti rispetto a quelli previsti

AZIONI:

- Affidamento del servizio di realizzazione del nuovo brand della Ciclovia del Reno;
- Percorso per lo studio e l'ideazione del nuovo brand in collaborazione con gli stakeholder e gli enti coinvolti nel progetto
- Ideazione del nuovo marchio e del manuale di utilizzo
- Realizzazione grafica del nuovo folder e stampa in 5000 copie

RISULTATI:

Buono il riscontro da parte degli Enti coinvolti e degli Stakeholder in merito all'esito nel nuovo brand per la ciclovia. Confermato il numero delle copie del folder stampato.

Purtroppo non essendo stato possibile effettuare l'evento, non è ancora possibile avere riscontro effettivo sul gradimento della fruizione della nuova struttura in relazione a proposte di carattere turistico per il pubblico legate al territorio

soggetti pubblici e/o privati effettivamente coinvolti nel progetto

Tutti i Comuni dell'Unione Reno Galliera, Servizio Mobilità della Città Metropolitana di Bologna, Sustenia, i Pedalalenta

attività svolte, segnalando e motivando gli eventuali scostamenti da quanto indicato in fase di presentazione progetto

Le attività realizzate coincidono con le azioni intraprese.

A differenza di quanto programmato in fase di presentazione del progetto, non è stato possibile realizzare l'evento aperto al pubblico finalizzato alla promozione/fruizione della nuova infrastruttura, nonché la realizzazione del gadget in occasione dell'evento stesso, in quanto l'infrastruttura stessa della ciclovia non è stata conclusa nei tempi previsti (maggio 2023) e comunque non entro il tempo utile per la sua possibile realizzazione, ossia fino a quando sarebbe stato possibile pensare a un evento all'aperto in condizioni favorevoli (novembre 2023).

informazioni e dati utili a dare evidenza dei risultati ottenuti (ad es. il numero dei partecipanti alle iniziative realizzate e/o promosse)

Purtroppo non essendo stato realizzato l'evento, non sono disponibili dati oggettivi e relativi ai risultati ottenuti dal progetto così come inizialmente programmato.

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

Coinvolgimento del Comune di Cento nella costruzione dell'identità della Ciclovia in vista di itinerari e prodotti legati alle Terre del Guercino.

correlazione tra promozione e commercializzazione

L'ideazione del marchio ha costruito la nuova identità della ciclovia che è alla base della futura promozione, tuttavia, visto che l'infrastruttura non è ancora stata completata, non è ancora possibile trovare correlazione tra promozione e commercializzazione, se non in teoria, sull'itinerario turistico della ciclovia del Reno.

IT.A.CÀ MIGRANTI E VIAGGIATORI: FESTIVAL DEL TURISMO RESPONSABILE

PG n. 859 del 08/01/2024

Integrazione PG n. 14743 del 05/03/2024

presentato da YODA APS

Comuni coinvolti: Monghidoro, Unione dei Comuni dell'Appennino bolognese

Il totale della spesa rendicontata è pari a € 25.334,31, interamente ammessa. Si conferma l'importo concesso pari a € 13.500,00 a fronte della realizzazione delle azioni previste dal progetto e dei risultati attesi e di una spesa rendicontata ammessa superiore all'80% della spesa progettuale ammessa di € 27.000,00.

descrizione consuntiva del progetto

Al livello nazionale, la 15a edizione di IT.A.CÀ si è svolta per 6 mesi di festival 'diffuso' in quasi tutta la penisola. È in questo contesto che il territorio metropolitano viene promosso non solo come il territorio dove è nato l'unico festival europeo dedicato al turismo responsabile, ma soprattutto come meta per viaggiatori responsabili, grazie a un'azione di branding che dura da tanti anni. Il festival si è tenuto in 18 tappe, distribuite in 9 regioni, che hanno coinvolto 60 territori/subregioni. Sono stati oltre 9000 i partecipanti nei 245 eventi organizzati in presenza. Hanno contribuito alla programmazione 450 realtà (associazioni, aziende, ecc.) e 73 amministrazioni locali, regionali e nazionali. Il festival ha raggiunto un pubblico di oltre 4,5 milioni di utenti online che hanno seguito gli eventi sui canali social e web! Un grande risultato grazie al lavoro delle reti locali e delle tante comunità che assieme hanno intrapreso questo importante viaggio inclusivo e sostenibile. Sempre per quanto riguarda la comunicazione la XV edizione ha avuto 11 main media partner nazionali; 3 patrocini nazionali; 23 media partner locali presenti nelle singole tappe; 4 comunicati stampa nazionali con 11 rilanci; 19 comunicati stampa locali; 230 articoli, online e cartacei, pubblicati; 15 passaggi televisivi; 19 interviste radio; 20 newsletter. Per ulteriori dettagli sui dati nazionali complessivi si rimanda alla presentazione Dati nazionali IT.A.CÀ festival 2023 LINK <https://drive.google.com/file/d/1NWSGWNBJD73CLiFHvxxWMGFQbWT4KTb/view>

Nel territorio metropolitano, IT.A.CÀ è stato realizzato mettendo insieme attori del territorio in grado di co-organizzare, grazie al coordinamento della squadra di IT.A.CÀ, iniziative da sperimentare all'interno del Festival, da promuovere per la prima volta all'interno della rassegna, ma il cui vero obiettivo è quello di creare una proposta turistica sostenibile replicabile e commercializzabile che dia respiro economico agli operatori del territorio, creando percorsi che coniugano natura, cultura, buon cibo, saperi, attività fisica e aspetti laboratoriali.

Il tema di quest'anno - Tutta un'altra storia: le comunità raccontano i territori <https://www.festivalitaca.net/tutta-unaltra-storia-le-comunita-raccontano-i-territori-tema2023/> - è stato declinato dalle realtà che compongono la tappa bolognese proprio a partire dalla natura stratificata, complessa e fitta della città, dove nei secoli si sono susseguite - e spesso sovrapposte e unite - istanze politiche, civili, sociali e culturali che l'hanno resa unica. In un momento in cui la città di Bologna, e il suo territorio circostante, vivono una stagione turistica intensa, si è voluto restituire una dimensione più profonda della storia del bolognese e delle comunità che lo hanno abitato, e che tuttora lo abitano, toccando nodi forse a primo sguardo meno "spendibili" turisticamente - quelli del lavoro, dei diritti civili e sociali, della fragilità e resilienza ambientale, della controcultura - ma che costituiscono l'anima più vera della città, della Pianura e dell'Appennino e che proprio per questo possono rivelarsi una risorsa tanto inespressa quanto preziosa per il comparto turistico locale, soprattutto per un target che in vacanza come nella vita di tutti vuole respirare l'aria di una città progressista, con una storia sociale e politica solida, attenta al benessere degli abitanti e alla qualità della vita.

obiettivi conseguiti

- Costruzione/promozione di un brand bolognese che veicola i valori e le peculiarità turistiche proprie del Turismo responsabile al livello nazionale;
- Valorizzazione degli asset strategici del brand Bologna in aree turisticamente poco esplorate secondo una logica di comunità e di sostenibilità ambientale: natura, cultura, buon cibo, antichi saperi, attività fisica, e

- aspetti laboratoriali;
- Iniziative sperimentate all'interno del Festival per creare una proposta turistica replicabile e spendibile al livello di mercato;
- Fare emergere l'interdipendenza fra Bologna, il suo territorio metropolitano e il Modenese in termini attrattivo-turistici con la valorizzazione di percorsi storico-culturali e naturalistici;
- una piattaforma di attori territoriali che compartecipano alla promozione del territorio metropolitano, secondo un metodo di progettazione turistica partecipata, adottato anche dalle tappe nazionali, per innescare processi di sviluppo turistico sostenibile;
- Inclusività e accessibilità degli eventi.

modalità concrete di attuazione del progetto

La rassegna è stata progettata con un lavoro continuativo da gennaio a settembre 2023 con le interruzioni e le accelerazioni fisiologiche a un lavoro così ampio, realizzato in ambito associativo, basso budget e che comporta il coordinamento di così tante realtà. Generalmente la progettazione della rassegna e dei singoli eventi è avvenuta attraverso specifici tavoli di lavoro in cui sono inclusi sia soggetti già sensibili alle tematiche del festival, sia soggetti che rivestono un ruolo importante nel tessuto economico, sociale e culturale del territorio, ma estranei alle istanze del turismo responsabile. Grazie agli incontri di progettazione, diretti/facilitati da Yoda APS, i soggetti che hanno partecipato al processo hanno fatto emergere le peculiarità territoriali, i desiderata e sono stati formati e sensibilizzati in modo informale, attraverso la pratica del learning by doing, alle tematiche della mobilità sostenibile, della riduzione dell'impatto ambientale, dell'accessibilità per le persone con bisogni speciali. In alcuni casi abbiamo accolto la richiesta dei partner di inserire nel cartellone eventi già progettati, pronti per essere realizzati, in linea con i valori di sostenibilità e responsabilità che promuoviamo. In altri casi ancora, i membri di Yoda APS e altri partner hanno sviluppato un'idea, frutto di studi sulla città e sul territorio metropolitano, progettando l'iniziativa/itinerario e costruendo e ingaggiando la rete che lo ha sperimentato. L'ideazione e la realizzazione delle iniziative ha coinvolto circa 10 risorse che hanno condotto studi, progettato contenuti e percorsi, si sono occupate della parte logistico-organizzativa. A queste risorse sono da aggiungere i componenti di ogni rete che si dividono tra fornitori di servizi, volontari, partner tecnici, artisti, relatori, ecc.

azioni realizzate e risultati ottenuti rispetto a quelli previsti

Nella municipalità di Bologna, grazie al lavoro di co-progettazione partecipata dei diversi attori di queste reti locali, sono stati realizzati 8 itinerari, di cui 7 a piedi e 1 in bici, volti a scoprire le comunità, le opportunità e le peculiarità culturali e sociali cittadine, con un focus particolare sulle architetture delle periferie e sui piani urbanistici come espressione di un'idea di comunità; sui movimenti per i diritti civili e sociali, con particolare attenzione ai movimenti operai femminili e alle conquiste del movimento LGBTQIA+ bolognese; sulla scena musicale alternativa, in particolar modo quella Punk; sulle pratiche di agricoltura urbana; su un nuovo modo di immaginare lo spazio urbano, attraverso l'esperienza dei bambini che lo abitano. Ogni itinerario è stato caratterizzato da una commistione di laboratori, performance, concerti, mostre, nell'ottica di offrire tanto ai residenti quanto ai visitatori un'esperienza e un racconto a tutto tondo che unisse più discipline e interessi e quindi più voci. La Settimana Europea della Mobilità (16-22 settembre) ha fatto da sfondo a diversi appuntamenti - talk, workshop, presentazioni di libri - dedicati al cicloturismo e alla mobilità sostenibile. Nel territorio appenninico sono stati ideati e sviluppati 4 itinerari di cui 3 a piedi e 1 in bici di due giorni in aree assenti dal circuito turistico convenzionale e sia fuori che dentro ai principali cammini che caratterizzano il territorio metropolitano. L'obiettivo è stato quello di far scoprire sia ai residenti che ai turisti le peculiarità naturalistiche, culturali, enogastronomiche e rurali con particolare attenzione alla valorizzazione della comunità locali e delle attività produttive sostenibili del territorio. Anche in Appennino gli eventi sono stati compositi, includendo musica e balli tradizionali, ai quali i partecipanti hanno potuto prendere parte attiva. La co-progettazione in Pianura e nella zona collinare ha visto la realizzazione di 1 itinerario in bici (pensato per due giornate nel programma iniziale e poi ridotto a un solo giorno), con un focus sulle nuove espressioni artistiche dei territori e sulla musica. L'appuntamento a piedi del TrekBenessere ha invece animato le zone verdi di Zola Predosa. Una criticità intrinseca al festival, come rilevato già nell'anno 2022, è la dispersione di tante energie di co-progettazione con la fine della rassegna. Per rispondere alla necessità di garantire la replicabilità degli eventi organizzati dai e sui territori e fornire una serie di risorse accessibili e sempre fruibili da potenziali visitatori, IT.A.CÀ ha avviato un progetto di tirocinio curriculare con l'Università di Bologna e ha impiegato diverse risorse umane dell'associazione per mappare gli itinerari realizzati negli ultimi due anni (per iniziare) e per elaborare, con il supporto delle reti locali, contenuti e risorse multimediali consultabili sul sito del Festival, su piattaforme esterne e sui canali dei partner. Questo lavoro, ancora in progress, e coerentemente con l'azione N° 1 del progetto PTPL 2023, ha portato all'apertura di una pagina sulla piattaforma Outdooractive: [LINK https://www.outdooractive.com/en/source/it.a.ca-migranti-e-viaggiatori-festival-del-turismoresponsabile/80387775](https://www.outdooractive.com/en/source/it.a.ca-migranti-e-viaggiatori-festival-del-turismoresponsabile/80387775)

3/. La pagina sarà lanciata anche sul sito www.festivalitaca.net nel corso 2024; questo permetterà di avere un'attività di comunicazione continuativa per la promozione turistico-sostenibile del territorio metropolitano.

soggetti pubblici e/o privati effettivamente coinvolti nel progetto

Centro Ricerca LGBTI - Cassero LGBTQIA+ Center - MIT Movimento Identità Trans, Plus – Persone LGBT+ sieropositive - Slow emotion - Fondazione per lo Sport Silvia Parente - Magnifico Teatrino Errante - Circolo Guernelli - Shizen Shiatsu - Arch. Luana Gugliotta e Andrea Cavarocchi - Retake Onlus - Antonella Iasso (interprete LIS), ENS Emilia Romagna - Ass. Almo e la tappa di IT.A.CÀ Spilamberto - Team Leggero - Genti e Sorgenti - CEAS La Raganella, servizio del Comune di Mirandola - Cooperativa Madreselva - Fragola e Tempesta - Associazione Montagna di Suono e Rifugio Acatù - Comune di Monzuno - Emil Banca - Salvaiciclisti Bologna - FIAB Bologna - Ciclofficina Pedalando - Associazione Co-Creiamo - WeWorld - Boorea - Quadir - Augeo AITR Associazione Italiana Turismo Responsabile - GreenWhaleSpace - P.Orto Urbano-DumBO - Porto 15 - Senape Vivaio urbano - Orti di Saragozza, Casa di quartiere e Centro Sociale 2 agosto 1980 - 300 scalini - Teatro dei Mignoli - Collettivo MetRozero - Al Pelegrén – guide ambientali - Coop Foiatonda - Nexus Emilia Romagna - Università degli studi di Bologna-Dipartimento di Storia Culture Civiltà - Cgil Emilia-Romagna - Le Core – Voci indiscipline - Le Agrimanto - UDI – Unione Donne in Italia Bologna - Arci Ritmo Lento - Placida Staro, Ass. Bene e Venga Maggio - Casa di quartiere Katia Bertasi.

attività svolte, segnalando e motivando gli eventuali scostamenti da quanto indicato in fase di presentazione progetto

Qui il programma completo della tappa Bolognese del festival visibile sia da pc che da mobile: [LINK https://www.festivalitaca.net/portfolio-articoli/it-a-ca-bologna-4/](https://www.festivalitaca.net/portfolio-articoli/it-a-ca-bologna-4/) Qui il programma breve visibile sia da pc che da mobile: [LINK https://drive.google.com/file/d/1YtPYsB3tOOmYuKZdq4QWtuVDDesbPkDD/view](https://drive.google.com/file/d/1YtPYsB3tOOmYuKZdq4QWtuVDDesbPkDD/view)

Qui il programma in inglese visibile sia da pc che da mobile: [LINK https://drive.google.com/file/d/1YhLdnTummFB6lIdt6WbxQELTQWdQ936t/view](https://drive.google.com/file/d/1YhLdnTummFB6lIdt6WbxQELTQWdQ936t/view) Qui il video in LIS per la promozione del programma: [LINK https://www.facebook.com/itacafestival/videos/218093231250398](https://www.facebook.com/itacafestival/videos/218093231250398)

Soprattutto negli ultimi anni, IT.A.CÀ ha riscontrato difficoltà nel reperimento dei fondi necessari affinché il festival possa esprimere a pieno le proprie potenzialità. In ragione di questa criticità e come precedentemente esposto nello schema di ricognizione del luglio 2023, si è deciso di rinunciare all'azione n°2 del progetto PTPL 2023 Lancio del contest Premio Turismo responsabile Territorio Turistico Bologna-Modena, poiché non si sono trovati adeguati finanziamenti per garantire i premi agli eventuali vincitori. Fatica il comparto cicloturistico del festival, nonostante l'implementazione delle collaborazioni (questo si evince anche dalle prime risposte ai questionari di gradimento che vedono il 90% di coloro che hanno risposto preferire gli itinerari a piedi e solo il 10% quelli in bici). Nonostante il grande sforzo di coprogettazione, che ha coinvolto circa 20 realtà tra artisti e partner, è stata annullata la prima giornata dell'itinerario cicloturistico Bologna-Mirandola (a cui è seguito l'itinerario (Mirandola-San Giovanni in Persiceto). Date le difficoltà sopra esposte si è preferito privilegiare gli itinerari a piedi che, sia per compensare il mancato itinerario in bici in pianura, sia in sostituzione dell'azione Premio turismo sostenibile, hanno avuto un incremento incisivo: dai 4 itinerari a piedi previsti, si sono progettati, sviluppati e realizzati 11 itinerari a piedi tra la città e l'Appennino

informazioni e dati utili a dare evidenza dei risultati ottenuti (ad es. il numero dei partecipanti alle iniziative realizzate e/o promosse)

TIPO DI INIZIATIVE

PARTECIPANTI BOLOGNA CENTRO Itinerario in bici/apertura 15/09: 25

BOLOGNA CENTRO Talk e spettacolo teatrale (Disobbedienze) :40

BOLOGNA Itinerario a piedi (TrekBenessere) 16/09 :20

BOLOGNA - QUARTIERE SAN DONATO Itinerario a piedi 16/09: 30

BOLOGNA - QUARTIERE SAN VITALE Laboratorio + concerto 16/09: 80**

APPENNINO - Castel d'Aiano - Zocca Itinerario in bici 16-17/09: 15

APPENNINO - Monzuno Itinerario a piedi 17/09 :40

PIANURA Itinerario in bici 17/09: 50

BOLOGNA Seminario 19/09 :60**

BOLOGNA Seminario 20/09 :10

BOLOGNA Seminario 21/09 :10

BOLOGNA Laboratorio :15

BOLOGNA - CENTRO - SANTO STEFANO Itinerario per bambini a piedi 23/09: 35

BOLOGNA Seminario + aperitivo + musica 28/09: 60**

BOLOGNA Seminario 29/09 :60**
 BOLOGNA Seminario 29/09 :60**
 BOLOGNA AITR Incontra 30/09 :300
 BOLOGNA Presentazione progetto 30/09 :60**
 BOLOGNA - NAVILE Inaugurazione mostra + presentazione libro 30/09 :60**
 BOLOGNA - NAVILE Inaugurazione mostra 30/09 :60**
 BOLOGNA Itinerario performativo a piedi 29/09 15
 BOLOGNA - NAVILE - CENTRO - SARAGOZZA Itinerario a piedi 30/09 :25
 MONGHIDORO Itinerario a piedi 01/10: 25
 BOLOGNA - CENTRO Itinerario + concerti + proiezione 06/10 :30
 BOLOGNA Itinerario a piedi 7/10 :40
 SAN BENEDETTO VAL DI SAMBRO Itinerario a piedi 08/10 :30
 BOLOGNA - Zola Predosa Itinerario a piedi 14/10 :20
 BOLOGNA - SAN DONATO Seminario 14/10 :15
 BOLOGNA - SAN DONATO Presentazione libri + concerto : 50
 BOLOGNA - PILASTRO Performance forest bathing :20
 BOLOGNA - Navile/Bolognina Mostre :300
 PARTECIPAZIONE MEDIA PER OGNI EVENTO 49 TOTALE PARTECIPANTI :1670
 **Laddove non sia stato possibile accertare il numero esatto di partecipanti si è fatta una stima degli accessi in base al numero dei partecipanti iscritti/previsti e la capienza delle sale

COMUNICAZIONE TAPPA IT.A.CÀ BOLOGNA 2023*

Numeri RETE LOCALE Oltre 100 realtà
 MAIN MEDIA PARTNER 11
 MEDIA PARTNER LOCALI 6
 ARTICOLI PUBBLICATI ON-LINE 50
 COMUNICATO STAMPA* 1
 INTERVISTE RADIO 5
 SPOT PROMOZIONALE ACCESSIBILE 1
 NEWSLETTER PERIODO MARZO – OTTOBRE 16
 PROPAGAZIONE CONTENUTI RAGGIUNTI TRA WEB, SOCIAL, CONDIVISIONI, HASHTAG ECC.**
 4.872.564

* In aggiunta al lancio del comunicato stampa ufficiale del festival bolognese si sono aggiunti 5 diversi lanci settimanali durante il mese di svolgimento degli eventi. ** Utenti raggiunti con la diffusione delle informazioni nel panorama digitale, attraverso tutti gli strumenti social e digital comprese le condivisioni che esulano da noi.

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

Al livello regionale il Festival IT.A.CÀ è stato realizzato in ben 6 tappe incluso il Bolognese:

- IT.A.CÀ Valli Mirandolesi (MO) <https://www.festivalitaca.net/portfolio-articoli/it-a-ca-vallimirandolesi-2/>
- IT.A.CÀ Parco Sasso Simone e Simoncello (RN)
<https://www.festivalitaca.net/portfolioarticoli/it-a-ca-sasso-simone-e-simoncello/>
- IT.A.CÀ Spilamberto e Valli del Panaro (MO)
<https://www.festivalitaca.net/portfolioarticoli/it-a-ca-spilamberto-valle-panaro-2/>
- IT.A.CÀ Colline Alto Reggiane (RE) <https://www.festivalitaca.net/portfolio-articoli/it-a-ca-colline-reggiane-2/>
- IT.A.CÀ Ravenna <https://www.festivalitaca.net/portfolio-articoli/it-a-ca-ravenna-4/>

In linea con il nuovo assetto turistico della Città Metropolitana di Bologna e la Provincia di Modena, unite nel Territorio Turistico Bologna-Modena, Yoda APS ha progettato 2 itinerari in bici: 1 sull'Appennino da Modena e Bologna (Da Castel d'Aiano al territorio di Zocca), l'altro da Mirandola a San Giovanni in Persiceto-Bologna. Il primo di due giorni ha coinvolto diverse realtà del terzo settore, aziende agricole, un museo e si vuole sottolineare che è stato progettato garantendo l'accessibilità sia alle persone con disabilità motorie, sia quelle con disabilità visiva: ITINERARIO IN BICI | APPENNINO! CASTEL D'AIANO (BO) – ZOCCA (MO) BORGHI, NATURA, ARTE, BUON CIBO

<https://www.festivalitaca.net/evento/itinerario-in-bici-appennino-castel-daiano-bo-zocca-mo-borghiar-te-buon-cibo-a-pedali/>

Il secondo invece ha coinvolto un segmento della Ciclovía del Sole: un itinerario in bici dalla forte componente musicale ed enogastronomica e in cui i partecipanti hanno potuto esplorare alcune delle peculiarità storiche e

artistiche dei comuni coinvolti: ITINERARIO IN BICI | PIANURA! COMUNITÀ IN MUSICA E MURI DIPINTI DENTRO E FUORI LA CICLOVIA DEL SOLE

<https://www.festivalitaca.net/evento/itinerario-in-bici-pianura-dentro-e-fuori-la-ciclovia-del-solecomunita-in-musica/>

correlazione tra promozione e commercializzazione

Come sottolineato sopra, IT.A.CÀ è una vetrina dove diverse realtà legate al turismo responsabile per circa 6 mesi possono promuoversi grazie a una comunicazione efficace che può contare sul coordinamento di diversi strumenti/media: ufficio stampa, social media management, newsletter, radio, tv, ecc. Ogni attività sperimentata attraverso il festival è pensata, coprogettata 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. Alcuni itinerari progettati nell'ambito del festival sono entrati a pieno titolo fra gli itinerari di alcune realtà che collaborano continuamente con il festival (Coop Madreselva, Al Pelegrén, Collettivo Metrozero, Coop Foiatonda, Slow emotion, Fondazione per lo sport Silvia Parente) per altri è ancora aperto un confronto con alcuni Comuni del Modenese con cui è avvenuto già un primo incontro post-festival. In quasi tutti gli eventi, ad eccezione di alcuni - di carattere prettamente storico/culturale - IT.A.CÀ mette insieme realtà del profit e del no profit, valorizzando in particolare quegli esercenti in linea con i valori del festival e quelli peculiari del territorio che, anche se entrano in rete solo temporaneamente, sono esposti a una formazione non-formale rispetto ai temi della sostenibilità ambientale, sociale e la coprogettazione partecipativa. Di seguito tutte realtà profit e i professionisti coinvolti a vario titolo nella progettazione e nella realizzazione del festival (alcuni sono veri e propri progettisti, altri solo fornitori di servizi, alcuni l'uno e l'altro): Coop. agr. Arvaia, Slow Emotion, Zocca E-Bike, Ospitale S, Giacomo/Il Bosco Incantato di Casa Remolino Home Restaurant, Caseificio Rosola, Azienda Agricola L'Ape e la Spiga, Locanda La Posta, Coop. Madreselva, Acatù – Rifugi solidali appenninici, Fragole e Tempesta, Az Agricola La Collina, Ciclofficina Pedalando, Le Serre dei Giardini Margherita, Casa di quartiere Katia Bertasi, DumBO, Giulia Matteucci, BeeBO, Senape-Vivaio urbano, Bar Osteria nel Bosco, Bon da Bon Street food. Merita una trattazione a parte l'evento nazionale organizzato in collaborazione con AITR - Associazione Italiana turismo responsabile: AITR incontra - <https://www.festivalitaca.net/evento/aitrincontra/> un appuntamento b2b che ha coinvolto i maggiori esponenti del turismo responsabile del territorio nazionale: tour operator, strutture ricettive, associazioni, enti certificatori, tour designer, case editrici, agenzie di marketing e comunicazione. ecc. Per le realtà bolognesi l'evento è stata un'occasione di poter conoscere più da vicino che cosa si muove nel contesto nazionale, di prendere contatti e attivare partnership commerciali.

TAGLIERE SALSAMENTARI 1876 DE.CO.

PG n. 2112 del 15/01/2024

presentato da Mutua Salsamentari 1876 Bologna

<p>Il totale della spesa rendicontata è pari a € 26.158,93. Il totale delle spese rendicontate ammissibili ammonta a € 20.737,10 (non ammessi € 5.421,83 relativi a realizzazione tessere associative e itinerari all'atto della rendicontazione ancora in fase di ideazione). Si rimodula l'importo inizialmente concesso pari a € 15.368,94 in € 12.960,69 a fronte della realizzazione delle azioni previste dal progetto e dei risultati attesi e di una spesa rendicontata ammessa inferiore all'80% della spesa progettuale ammessa di € 30.737,88. Si realizza pertanto un'economia pari a € 2.408,25.</p>

descrizione consuntiva del progetto

Premesso che, la società dei Salsamentari è un mutuo soccorso fondato a Bologna nel 1876, fa parte della Consulta delle Antiche Istituzioni bolognesi, è la più antica realtà gastronomica della città di Bologna tuttora operativa e l'unica Associazione che può fregiarsi dello Stemma del Comune di Bologna nel proprio gonfalone - elemento significativo di quanto forte sia il suo legame con il Territorio Bolognese - essa, con il progetto del Tagliere dei salsamentari De.Co. mantiene ancora oggi sempre più saldamente il principio di volontariato e di impegno sociale. Segnatamente con le azioni del suo citato progetto rigenera sé stessa, valorizza la cultura del cibo e l'arte della salumeria con l'organizzazione di eventi, laboratori di formazione, visite ad aziende, momenti conviviali perseguendo un obiettivo comune: valorizzare il territorio metropolitano bolognese.

Dalla necessità di sviluppare un innovativo approccio commerciale e comunicativo diretto al comparto turistico la Mutua Salsamentari con il Progetto Tagliere Salsamentari 1876 De.Co. (già iscritto nel Registro delle

Denominazioni Comunali) è diventata sempre più il riferimento per valorizzare le eccellenze del Territorio Metropolitan Bolognese. Questo anche grazie alle attività attuate nell'anno 2023 che hanno coinvolto il mondo che gli ruota attorno - istituzioni, produttori, commercianti, ristoratori, comunicazione e turisti - fornendo, attraverso il proprio nuovo sito web, i profili social, e le attività di formazione e comunicazione, in maniera corretta e semplice, le informazioni necessarie ad approfondire i temi della tutela, salubrità e della tradizione territoriale. Ha altresì trasmesso, alle attività del territorio metropolitan bolognese, il valore del Registro delle Denominazioni Comunali con il risultato di cinque nuove iscrizioni.

Il progetto del 'Tagliere dei Salsamentari De.Co.' ha come propria caratteristica: rigenerare la Mutua Salsamentari, risvegliare i sensi per percepire tutte le sfumature di un territorio, conoscere e riconoscere i prodotti e piatti tipici, vini locali, aziende e botteghe storiche e di vivere quindi consapevolmente nuove esperienze enogastronomiche - grazie in particolare al nuovo insieme di informazioni sui luoghi di produzione inseriti nei mezzi/strumenti di comunicazione i cui contenuti sono tesi a far comprendere come un alimento, la materia prima, non può essere uguale a un'altra per una trasmissione dei saperi.

Ci si è particolarmente concentrati sulle presentazioni di promozione del Progetto e sul sito proprietario e specifico dello stesso per portare agli occhi di tutti quegli elementi che compongono il 'Tagliere dei salsamentari De.Co.', utili a promuovere il Turismo anche nell'ambito agricolo ed alimentare per esprimere il carattere, le radici e l'identità di questi luoghi e promuoverli.

In estrema sintesi in questo primo anno si è consolidato e sviluppato il gruppo di lavoro, individuata e resa operativa la social media manager, creato un team di gestione dei profili social della Mutua Salsamentari, del 'Tagliere dei Salsamentari De.Co.' e del sito dedicato al Progetto che è stato presentato e pubblicizzato Mutua Salsamentari 1876 Bologna Società di Mutuo Soccorso fra i Salsamentari e gli Esercenti | Via Caprarie, 1 - 40124 Bologna e Sede legale: via Antonio Zanolini, 36 a-b - 40126 Bologna - Codice Fiscale 80151800374 | Partita IVA 03742320371 Numero R.E.A. 311453 – BO | Registro Imprese di Bologna Nr. 80151800374 attraverso i media e altre azioni di comunicazione sostenute in Città, Regione e all'estero, creata l'identità visiva, redatto Manifesto e Codice Etico, create le basi per lo sviluppo di una Mappa virtuale su GoogleMaps con Account Salsamentari, ideati percorsi da suggerire ai turisti sulla Città Metropolitana di Bologna e itinerari turistici più strutturati per una auspicabile imminente collaborazione commerciale con Bologna Welcome. Si sono inoltre convocate conferenze stampa di presentazione del progetto in oggetto, definiti e attuati eventi pubblici di presentazione e promozionali oltre che, laboratori didattici e momenti di partecipazione del pubblico.

Come indicato in fase di presentazione del Progetto La Mutua Salsamentari 1876 attraverso il suo Comitato di valutazione partecipato da rappresentanti delle Associazioni di categoria, dai Partner coinvolti e della APS TERRITORI Narrative Italian Landscape è oggi in grado di comprovare di aver dato risalto all'area della Città Metropolitana di Bologna e alle sue possibilità di sviluppo. Tale "Comitato di valutazione", istituito nella fase di start-up del progetto, ha avuto il compito di monitorare le attività previste nel rispetto degli obiettivi prefissati supervisionando i contenuti e le modalità di svolgimento delle azioni delle singole iniziative e dei rispettivi risultati.

Il Comitato, dopo i primi incontri di insediamento e di indirizzo, si è poi riunito con cadenza mensile prevedendo una valutazione di processo ed una valutazione di risultato e quanto esposto in termini di consuntivo di progetto per l'anno 2023 vuole essere il report che registra lo stato di avanzamento rispetto al programma di lavoro realizzato sia a livello di partecipazione sia di comunicazione e disseminazione sul territorio delle varie azioni previste nel Progetto.

La Mutua Salsamentari 1876 e il Comitato stesso tendono a sottolineare di non esservi stata correlazione tra promozione e commercializzazione in quanto, come già dichiarato in fase di presentazione del Progetto, La Mutua Salsamentari 1876 non intende commercializzare Itinerari Turistici, ma divenire per questi supporto comunicativo, volano e sorgente di un patrimonio immateriale e saperi condivisi, una piattaforma e un laboratorio di idee a servizio della riscoperta di un Territorio della Città metropolitana di Bologna che ha tanto da esprimere.

obiettivi conseguiti

Rigenerazione della MUTUA SALSAMENTARI 1876, comunicazione esterna tramite canali social proprietari e specifici del Progetto Tagliere dei salsamentari De.Co., promozione del Territorio della Città Metropolitana di Bologna, in Regione e in Francia (Tours e Lyon), cinque attività della Città Metropolitana di Bologna hanno ottenuto la certificazione 'Tagliere dei salsamentari De.Co.' Bologna.

modalità concrete di attuazione del progetto

Elaborazione della identità visiva del 'Tagliere dei Salsamentari De.Co.', lancio on-line del sito web salsamentari.it, attivazione dei canali social Mutua Salsamentari 1876 relativi al 'Tagliere dei salsamentari De.Co.', formazione scolastica presso l'Istituto Alberghiero 'Veronelli', Formazione alla Clientela.

azioni realizzate e risultati ottenuti rispetto a quelli previsti

Rigenerazione della MUTUA SALSAMENTARI 1876, comunicazione esterna tramite canali social proprietari e specifici del Progetto Tagliere dei salsamentari De.Co. , promozione del Territorio della Città Metropolitana di Bologna, in Regione e in Francia (Tours e Lyon), cinque attività della Città Metropolitana di Bologna hanno ottenuto la certificazione ‘Tagliere dei salsamentari De.Co.’ Bologna.

soggetti pubblici e/o privati effettivamente coinvolti nel progetto

CONFESERCENTI, ASCOM, CES.CONF, IPSAR, ISTITUTO ALBERGHIERO VERONELLI, COMUNE DI BOLOGNA (De.Co.), SLOWFOOD CONDOTTA DI RAVENNA, ANT

attività svolte, segnalando e motivando gli eventuali scostamenti da quanto indicato in fase di presentazione progetto

oltre alle attività svolte resta da attivare la mappa digitale riguardante gli itinerari nella Città Metropolitana di Bologna per la quale sono state realizzate: schede tecniche, procedure da attuare per l’adesione dei POI, scheda tecnica descrittiva del POI.

informazioni e dati utili a dare evidenza dei risultati ottenuti (ad es. il numero dei partecipanti alle iniziative realizzate e/o promosse)

le azioni/iniziativa svolte hanno creato partecipazione che, sebbene non sia stato possibile misurare in maniera precisa, possiamo dire che si attesti attorno al migliaio di partecipanti per quelle di pubblico interesse e di un centinaio sia per quelle di carattere formativo che di presentazione/collaborazione a/con Circoli, Club, Fondazioni e altre realtà.

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

non vi sono al momento azioni di promozione turistica strutturate, ma esistono percorsi che vengono suggeriti ai turisti nei punti vendita/produzione degli associati Salsamentari della Mutua 1876, presso le cinque attività della Città Metropolitana di Bologna che hanno ottenuto la certificazione ‘Tagliere dei salsamentari De.Co.’ Bologna e Partner del Progetto ‘Tagliere dei Salsamentari De.Co.

correlazione tra promozione e commercializzazione

non essendo attualmente stata attivata alcuna commercializzazione non esiste correlazione.

ZOLA JAZZ&WINE... CROCEVIA E DELIZIE. EDIZIONE 2023

PG n. 1529 del 11/01/2024

Integrazione PG n. 14339 del 04/03/2024

presentato da Comune di Zola Predosa

Comuni coinvolti: Comune di Casalecchio di Reno, Comune di Monte San Pietro

Il totale della spesa rendicontata è pari a € 27.147,85. Il totale delle spese rendicontate ammissibili ammonta a € 26.947,85 (non ammessi € 200,00 relativi a visite guidate non riferibili all’annualità in oggetto). Si rimodula l’importo inizialmente concesso pari a € 11.830,00 in € 11.789,68 a fronte della realizzazione delle azioni previste dal progetto e dei risultati attesi e di una spesa rendicontata ammessa inferiore all’80% della spesa progettuale ammessa pari a € 33.800,00. Si realizza pertanto un’economia pari a € 40,32.

descrizione consuntiva del progetto

Zola Jazz&Wine è la Rassegna ideata dal Comune di Zola Predosa che conta nella sua storia 23 edizioni, sempre patrocinate da Regione Emilia-Romagna e incluse nel cartellone metropolitano Bologna Estate.

La cifra che caratterizza la Rassegna è l’abbinamento della musica jazz con il vino, il paesaggio e le eccellenze enogastronomiche del territorio. L’edizione 2023 Zola Jazz&Wine è andata oltre i confini percorrendo traiettorie musicali che ci hanno portato verso Modena promuovendo, scoprendo e riscoprendo musicisti jazz bolognesi e modenese nel solco di un jazz emiliano sviluppatosi in un territorio “Crocevia” che ha amplificato sia le convergenze che le influenze delle culture di passaggio portando nella sua musica la convivialità di un territorio che sa accogliere.

obiettivi conseguiti

E' stato valorizzato il percorso e filone musicale "Bologna-Modena" promuovendo le iniziative e i cartelloni jazz promossi dai due territori per una maggior divulgazione degli stessi in un'ottica di impulso allo sviluppo di percorsi culturali e turistici nel territorio Bologna-Modena. Fondamentale è stata la collaborazione con l'innovativa piattaforma-prenota.collinebolognaemodena.it della Rete di Pro Loco "Reno Lavino Samoggia", che ha consentito di prenotare direttamente on-line tutti gli eventi di Zola Jazz Wine 2023, visite guidate, passeggiate, spettacoli e concerti, facendo conoscere la natura, l'arte, la cultura e l'enogastronomia di un territorio, tra Bologna e Modena.

E' proseguita la valorizzazione delle eccellenze culturali e vitivinicole presenti sul territorio dei tre Comuni coinvolti in particolare attraverso visite guidate, in collaborazione con l'Associazione Ville storiche e altri Enti del territorio, presso le ville storiche bolognesi che maggiormente caratterizzano il nostro paese: Palazzo Albergati e Villa Garagnani. Tutti concerti (gratuiti) sono stati accompagnati da degustazioni (gratuite) con i vini delle cantine aderenti e accompagnati dalla Mortadella dell'Azienda Felsineo, sponsor in prodotti della Rassegna e, quest'anno, da gocce di Aceto Balsamico dell'eccellenza modenese su scaglie di parmigiano per proseguire nel solco della strada Bologna-Modena già percorsa ed individuata nell'ambito musicale.

Tutti gli accessi agli eventi erano a "barriere free" e si è utilizzato materiale riciclabile per le degustazioni e ridotto al minimo il cartaceo utilizzando QR per programmi, siti internet e canali social.

modalità concrete di attuazione del progetto

- n. 9 appuntamenti /concerti con degustazioni di cui 2 con percorso/passeggiata sul territorio;
- n. 2 visite guidate a Palazzo Albergati;
- piano di comunicazione: elaborazione e invio di comunicati stampa ai media online e di stampa; aggiornamento e gestione sito web dedicato alla rassegna; aggiornamento e gestione social network (facebook, instagram) dedicati alla manifestazione; realizzazione, stampa e distribuzione di n. 50.000 depliant f.to A5 chiuso, contenente l'intero programma della manifestazione; realizzazione, stampa, distribuzione e affissione di manifesti cm. 140x200 per un totale di n. 100; realizzazione, stampa e distribuzione n. 300 locandine formato A3; realizzazione, stampa e affissione di n. 3 manifesti maxi formato mt 6x3.

azioni realizzate e risultati ottenuti rispetto a quelli previsti

- realizzazione concerti jazz di qualità ed eventi culturali correlati;
- promozione delle eccellenze culturali del territorio delle colline bolognesi (anche attraverso passeggiate sul territorio e visite guidate nelle ville storiche, palazzi, centri socio culturali e impianti sportivi comunali, percorsi ambientali), di itinerari turistici e prodotti enogastronomici (vino, mortadella, aceto balsamico in particolare) nell'ottica della "traiettoria musicale ed enogastronomica" Bologna-Modena;
- promozione e conoscenza dei vini tipici delle colline bolognesi modenesi direttamente in cantina, con interviste e racconti dei viticoltori o esperti del Consorzio del Pignoletto dell'Emilia Romagna e di una acetaia modenese;
- coordinamento e collaborazione per la promozione, prenotazione, ecc con lo UIT sovracomunale Colline bolognesi di Zola Predosa;
- comunicazione cartacea "duttile", riduzione al minimo del cartaceo e rinviare con QR code al programma online/sito web dedicato;
- promozione di percorsi accessibili a tutti.

I risultati, rilevati tramite la piattaforma di prenotazione e i feedback tramite gli altri canali di comunicazione e informazione, sono in linea con quelli attesi.

soggetti pubblici e/o privati effettivamente coinvolti nel progetto

Territorio tra Zola Predosa, Casalecchio di Reno e Monte San Pietro con "ampliamento" al modenese;

n. 2 partner istituzionali: Comune di Casalecchio di Reno e Comune di Monte San Pietro;

n. 6 Aziende Vitivinicole private, n. 3 ville storiche (Palazzo Albergati, Villa Garagnani e Villa Marescalchi) tutte dei territori interessati all'evento quali location per lo svolgimento dei concerti jazz e performance artistiche;

n.1 Proloco di Zola Predosa

n. 1 Centro Socio Culturale zolese

n. 1 impianto sportivo - piscina - Comunale

Consorzio Pignoletto dell'Emilia Romagna che ha sede a Zola Predosa;

UIT Colli Bolognesi sovracomunale di Zola Predosa;

Rete di Pro Loco Reno Lavino Samoggia

n. 1 acetaia (aceto balsamico) del modenese

attività svolte, segnalando e motivando gli eventuali scostamenti da quanto indicato in fase di presentazione progetto

tutte le attività indicate nel progetto sono state svolte nessun scostamento rispetto a quanto previsto; informazioni e dati utili a dare evidenza dei risultati ottenuti (ad es. il numero dei partecipanti alle iniziative realizzate e/o promosse);

n. 9 appuntamenti /concerti con degustazioni di cui n. 2 con passeggiate nel territorio;

n. 2 visite guidate a Palazzo Albergati

Totale spettatori presenti n. 900

informazioni e dati utili a dare evidenza dei risultati ottenuti (ad es. il numero dei partecipanti alle iniziative realizzate e/o promosse)

//

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

La piattaforma di prenotazione dei vari appuntamenti, individuata in www.prenota.collinebolognaemodena.it è stata sempre attiva, perfettamente funzionante e ha reso il servizio di prenotazione veloce, intuitivo e all'altezza delle aspettative dell'organizzazione e dell'utilizzatore.

- implementazione, attraverso l'Ufficio per il Turismo sovracomunale (con sede a Zola Predosa) della rete di collaborazione con gli operatori turistici del capoluogo (eXtraBo, Bologna Welcome, agenzie viaggi)

correlazione tra promozione e commercializzazione

Durante i concerti è stato possibile acquistare vini direttamente dalle aziende vitivinicole aderenti e il Consorzio del Pignoletto Emilia Romagna ha promosso i vini locali e il lambrusco modenese. L'acetaia modenese coinvolta l'aceto balsamico della zona. Si è promossa la conoscenza e la fruizione delle attività promosse da Villa Edvige Garagnani e di Palazzo Albergati SPA.

Altro (riportare ogni altro elemento ritenuto utile alla valutazione del progetto)

Link da cui si evince programma e tutto il materiale <https://www.zolajazzwine.it/>

ANELLO DELLE GRANDI VIE IN E-BIKE: FLAMINIA MINOR, VIA MATER DEI E VIA DEL FANTINI

PG n. 1686 del 11/01/2024

Integrazione PG n. 11701 del 22/02/2024

presentato da Unione dei Comuni Savena Idice

Comuni coinvolti: Comuni dell'Unione Savena Idice

<p>Il totale della spesa rendicontata è pari a € 14.030,00. Il totale delle spese rendicontate ammissibili ammonta a € 12.764,52 (non ammessi € 1.265,48 relativi a realizzazione di beni durevoli - pannelli). Si conferma l'importo concesso pari a € 4.910,50 a fronte della realizzazione delle azioni previste dal progetto e dei risultati attesi e di una spesa rendicontata ammessa superiore all'80% della spesa progettuale ammessa di € 14.030,00.</p>

descrizione consuntiva del progetto

Il progetto ha dato seguito alle seguenti attività:

1. Completamento analisi del territorio;
2. Tracciatura GPS di un percorso cicloturistico ad anello che raccordi i 3 itinerari
3. Organizzazione di momenti formativi e promozionali
4. Completamento della segnaletica della Via Flaminia Minor
5. Comunicazione: realizzazione di un logo, azioni di social media marketing e web content, creazione di schede, inserimento su piattaforme di escursionismo outdoor
6. Stampa e diffusione di 5000 pieghevoli bilingue

7. Eventi di animazione turistico-culturale
8. Organizzazione di un press tour

obiettivi conseguiti

Creazione di un anello per e-bike per portare gli utenti a pedalare per più giornate sul territorio del Savena-Idice

modalità concrete di attuazione del progetto

Posizionamento di segnaletica direzionale e di cartellonistica che fornisce informazioni turistiche, realizzazione di materiale promozionale distribuito nei principali punti informativi del territorio. Realizzazione tracciati in formato gpx.

azioni realizzate e risultati ottenuti rispetto a quelli previsti

Organizzazione di una conferenza stampa e di un evento sul territorio per promuovere l'itinerario. L'evento con la stampa ha avuto una copertura con le testate locali. L'evento di lancio del percorso ha visto la partecipazione di n. 12 persone in linea con le aspettative.

soggetti pubblici e/o privati effettivamente coinvolti nel progetto

Associazione Parco Museale, Associazione Bologna Montana Bike Area, Movimento Lento

attività svolte, segnalando e motivando gli eventuali scostamenti da quanto indicato in fase di presentazione progetto

Tutte le attività di seguito descritte sono state svolte senza scostamenti da quanto previsto nel progetto

informazioni e dati utili a dare evidenza dei risultati ottenuti (ad es. il numero dei partecipanti alle iniziative realizzate e/o promosse)

Di seguito si dà una descrizione delle attività svolte per la realizzazione del progetto:

1. Completamento analisi del territorio

È stato effettuato un censimento di:

strutture di accoglienza con particolare riferimento a quelle attive o interessate all'accoglienza di turisti in bicicletta servizi di vendita, noleggio e manutenzione di biciclette presenti sull'itinerario o nei territori limitrofi Punti di interesse lungo l'itinerario

Sono stati censiti 139 strutture ricettive, di cui 3 definibili come bike-friendly, ovvero che mettono a disposizione servizi specifici per i cicloturisti, 8 servizi per il cicloturismo e 9 Punti d'Interesse.

2. Tracciatura GPS di un percorso cicloturistico

individuato a livello cartografico un itinerario ciclabile per e-bike che percorra il più possibile i 3 itinerari di base (Via Flaminia Minor, Via Mater Dei, Via del Fantini), salvaguardando la sicurezza dei cicloturisti e garantendone l'effettiva percorribilità in entrambi i sensi.

Dopo numerosi rilievi sul campo e un confronto con l'Associazione Via del Fantini, il comune di Monghidoro e altri stakeholder, è stato definito e tracciato con GPS Garmin E-Trex un itinerario di 147,5 km con 3.440 metri di dislivello positivo, che tocca tutti e 5 i comuni dell'Unione. L'itinerario si sviluppa su fondo sterrato per 52 km. pari al 36% del totale e raggiunge una quota massima di 880 metri s.l.m.

L'itinerario è stato denominato Ciclovía delle Valli Bolognesi.

Successivamente l'itinerario è stato diviso in 3 tappe per renderlo fruibile al pubblico dei cicloturisti.

Ozzano > Monterenzio: 48 km.; 1.220 m. di dislivello; sterrato 16 km. = 34%

Monterenzio > Loiano: 44 km. ; 1.570 m. di dislivello; sterrato 18 km. = 40%

Loiano > Ozzano: 55 km. ; 650 m. di dislivello; sterrato 19 km. = 34%

In senso antiorario i dislivelli delle tre tappe sono:

- Tappa Ozzano > Loiano: 1.290 m
- Tappa Loiano > Monterenzio: 1.070 m
- Tappa Monterenzio > Ozzano: 1.080 m

Le tracce ufficiali del percorso sono depositate presso gli archivi digitali dell'Unione.

3. Organizzazione di momenti formativi e promozionali

Il 20 e 27 novembre 2023 si sono tenuti su piattaforma Google Meet 2 webinar dedicati agli operatori turistici del territorio (vedi link <https://www.securecopy.it/ftp/unione/2023-11-20-WebinarSavenaIdice.mp4> e <https://www.securecopy.it/ftp/unione/2023-11-27-WebinarSavenaIdice-2.mp4>)

L'obiettivo dei webinar era di presentare il progetto agli stakeholders locali, migliorare il loro livello di competenza nell'ambito del cicloturismo e gettare le basi per la creazione di una rete stabile sul territorio.

I webinar sono stati coordinati da Alberto Conte, esperto di cicloturismo in Italia e all'estero, e hanno avuto il seguente programma:

Primo webinar

- Introduzione al cicloturismo e al turismo Slow:
- i numeri e le tendenze del mercato internazionale,
- i numeri e le tendenze del mercato italiano;
- le tipologie di bicicletta,
- le classificazioni dei cicloturisti
- I servizi per i cicloturisti itineranti e quelli per i cicloturisti stanziali.

Secondo webinar

- Come creare un'esperienza cicloturistica
- Come tracciare un itinerario in bicicletta
- Case studies
- Il cliente ideale e i vantaggi competitivi di un'offerta cicloturistica
- Il nuovo anello e-bike come "asse portante" di una destinazione cicloturistica;

4. Completamento della segnaletica

Per rendere fruibile l'itinerario sono stati progettati, realizzati e posizionati 400 segnavia adesivi per ognuno dei 2 sensi di percorrenza dell'anello. I segnavia, realizzati in bianco e rosso per essere ben visibili sui sentieri, riportano il logo della Ciclovía e il senso di percorrenza dell'itinerario.

Inoltre sono stati progettati, realizzati e posati 2 pannelli informativi di dimensioni 90x135 cm, contenenti le principali informazioni sull'itinerario (mappa, dati tecnici, descrizioni del percorso, POI), sia in italiano sia in inglese.

I pannelli sono stati posizionati, in accordo con i comuni interessati, nei seguenti luoghi:

- Ozzano dell'Emilia, all'inizio del Parco Foresta della Vita
- Monghidoro, all'interno del Parco la Martina

5. Attività di comunicazione

5.1 Realizzazione di un logo

Per la Ciclovía delle Valli Bolognesi è stato realizzato un logo ad hoc che unisce le specificità dei 3 itinerari (Via Flaminia Minor, Via Mater Dei, Via del Fantini).

5.2 Azioni di social media marketing

Sono stati redatti i seguenti post sui profili Facebook e Instagram del Movimento Lento.

E' nata la nuova Ciclovía delle Valli Bolognesi

Data: 11 ottobre 2023

Link al post Instagram:

https://www.instagram.com/p/CyPFUefxf2p/?fbclid=IwAR3aRfru5XQ3G8L0WMa8rTfAOpXKM_LsD5_39NlxtQ1Y_YDurcYzJNPd9fg

Link al post Facebook:

<https://www.facebook.com/ilmovimentolento/posts/pfbid051LzV1vnXCHYXybasjmFei9pZsNf8ZNbyLXrPUAtQ7iJY7AigmkL9f27X3nLL4c9l>

Pedalata di inaugurazione

Data: 25 ottobre 2023

Link al post Instagram:

<https://www.instagram.com/p/Cy0Yizfg0Wb/?fbclid=IwAR0nZWVSpN5A9zG3ffQsQo230j9dmHiN2Upg9N39xVowAIYT2ZGx9FCasR8>

Link al post Facebook:

<https://www.facebook.com/ilmovimentolento/posts/pfbid02B6e2PRbYN3qY4cWtavnUXaRwxEWjDe7N6ASDYfDAQHHj8KsJCKxrVtRcTecWRriCl>

Link al post LinkedIn (ItinerAria):

<https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7122898384952131584>

Si è svolto domenica 12 novembre l'evento di inaugurazione della Ciclovía

Data: 14 novembre 2023

Link al post Instagram:

https://www.instagram.com/p/Czn__z8ijus/?fbclid=IwAR3YYDyIVNY03F4HAaKoWTlkP7CO_YcEl8qmI5-3DbuTtYCxAtHVbBFxptE

Link al post Facebook:

<https://www.facebook.com/ilmovimentolento/posts/pfbid02mnQ3bXvr2AjY8JYhiGTMrbMGBrPALujkYqYk3n2JEoh4adZfXCHGjRAraPTddjcUl>

Stiamo tracciando la Ciclovía

Data: 7 dicembre

Link al post Instagram:

<https://www.instagram.com/p/C0kA6f3tmFr/?fbclid=IwAR2Cc8ieaWZRFNIFbvPzrcINFZztxLg2aR3p0IBs5e8tPC00A006-Kn7eXw>

Link al post Facebook:

<https://www.facebook.com/ilmovimentolento/posts/pfbid0wER3yk661ZPDZu8aMkMwq9djCtAP6tJxkUqdw4BCAbseUUy6ciKmrRonntW96sXhl>

Link al post LinkedIn (Itineraria): <https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7138604466169184256>

Link al post LinkedIn (Movimento Lento):

<https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7138605945332445184>

5.3 Creazione di schede

La descrizione dell'itinerario è consultabile ai seguenti link <https://uvsi.it/itinerari/>

<https://www.percorsisavena dice.it/it/resource/tour/ciclovía-delle-valli-bolognesi/>

5.4 Inserimento su piattaforme di escursionismo outdoor

L'itinerario, con descrizione, dati tecnici e immagini è stato inserito sulle seguenti piattaforme:

Komoot

Tappa completa: <https://www.komoot.com/it-it/tour/1387160207>

Tappa 1: <https://www.komoot.com/it-it/tour/1387159588>

Tappa 2: <https://www.komoot.com/it-it/tour/1387159152>

Tappa 3: <https://www.komoot.com/it-it/tour/1387158689>

Outdooractive

Tutti i testi vengono tradotti automaticamente in inglese, per i browser impostati in inglese o in lingue diverse dall'italiano.

Tappa completa:

<https://www.outdooractive.com/it/route/cicloturismo/italia/ciclovía-delle-valli-bolognesi/804115611/>

Tappa 1:

<https://www.outdooractive.com/it/route/bicicletta/italia/ciclovía-delle-valli-bolognesi-tappa-1-da-ozzano-a-monterenzio/804115580/>

Tappa 2:

<https://www.outdooractive.com/it/route/bicicletta/italia/ciclovía-delle-valli-bolognesi-tappa-2-da-monterenzio-a-loiano/804116044/>

Tappa 3:

<https://www.outdooractive.com/it/route/bicicletta/italia/ciclovía-delle-valli-bolognesi-tappa-3-da-loiano-a-ozzano/804116047/>

Movimento Lento

Tappa completa: <https://www.movimentolento.it/mappa-itinerari-in-bicicletta-generale/#804115611>

Tappa 1: <https://www.movimentolento.it/mappa-itinerari-in-bicicletta-generale/#804115580>

Tappa 2: <https://www.movimentolento.it/mappa-itinerari-in-bicicletta-generale/#804116044>

Tappa 3: <https://www.movimentolento.it/mappa-itinerari-in-bicicletta-generale/#804116047>

Inoltre l'itinerario è stato inserito nella newsletter del 14 dicembre 2023 che Movimento Lento invia periodicamente a oltre 40.000 contatti in tutta Italia e inserito tra gli Itinerari DOC al seguente Link alla newsletter

6. Stampa e diffusione di pieghevoli bilingue

Sono state realizzate 5.000 brochure pieghevoli, formato A5 aperto, A6 chiuso, 4 facciate che descrivono le principali caratteristiche dell'itinerario (mappa, POI, dati tecnici), in italiano e inglese.

Le brochure sono state distribuite presso i principali punti informativi turistici sul territorio (eXtraBo, Pro Loco)

7. Eventi di animazione turistico-culturale

Domenica 12 novembre si è svolto l'evento di inaugurazione della Ciclovía delle Valli Bolognesi. I partecipanti sono stati 12 e hanno effettuato un percorso ad anello di 39 km. con partenza ed arrivo a Loiano

8. Organizzazione di un press tour

Il 13 ottobre 2023, presso la sede di eXtraBo a Bologna, è stata organizzata una conferenza stampa per presentare il progetto Ciclovía delle Valli Bolognesi alla stampa di settore.

Prima dell'evento è stato redatto un comunicato stampa che Città di Metropolitana di Bologna ha inviato alla sua mailing list e pubblicato sul proprio sito:

https://www.cittametropolitana.bo.it/portale/Home/Archivio_news/Nasce_la_Ciclovía_delle_Valli_Bolognesi_un_nuovo_percorso_ciclabile_dedicato_alle_e-MTB_nel_territorio_del_Savena_Idice

L'evento ha prodotto alcuni articoli su importanti testate nazionali (es. Resto del Carlino e Corriere di Bologna)

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

Coordinamento con la città Metropolitana di Bologna per la pubblicazione dell'itinerario sul loro sito

https://www.cittametropolitana.bo.it/portale/Home/Archivio_news/Nasce_la_Ciclovía_delle_Valli_Bolognesi_un_nuovo_percorso_ciclabile_dedicato_alle_e-MTB_nel_territorio_del_Savena_Idice

correlazione tra promozione e commercializzazione

Nessuna attività di commercializzazione

PARCO DELLA VENA DEL GESSO ROMAGNOLA E CICLOVIA DEL SANTERNO: UNA PROMOZIONE INTEGRATA PER IL TERRITORIO CIRCONDARIALE

PG n. 2482 del 16/01/2024

presentato da Imola Faenza Tourism Company s.c.ar.l.

Comuni coinvolti: Comune di Borgo Tossignano

Il totale della spesa rendicontata è pari a € 21.390,73. Il totale delle spese rendicontate ammissibili ammonta a € 19.639,91 (non ammessi € 1.750,82 relativi a realizzazione di beni durevoli - pannelli - e a spese coperte da incassi). Si conferma l'importo concesso pari a € 7.385,00 a fronte della realizzazione delle azioni previste dal progetto e dei risultati attesi e di una spesa rendicontata ammessa superiore all'80% della spesa progettuale ammessa di € 21.100,00.

descrizione consuntiva del progetto

Nel corso del 2023, seppur con le problematiche derivanti dai gravi danni provocati dall'emergenza idrogeologica di maggio che hanno coinvolto tutti i Comuni del Nuovo Circondario Imolese ed, in particolar modo, la Vallata del Santerno, sono state realizzate le azioni in ottemperanza a quanto previsto dal progetto, anche se in alcuni casi in forma ridotta o modificata nei tempi e nei luoghi. In particolare sono state sviluppate nuove proposte per coinvolgere il territorio della Vallata del Santerno, del Parco della Vena del Gesso e dei Comuni limitrofi andando ad organizzare eventi tematici; sono stati verificati, rimappati ed implementati ulteriori percorsi esperienziali sul territorio (con il coinvolgimento delle aziende di eccellenza operanti nel Circondario) per riqualificare e dare maggiore visibilità ai percorsi esperienziali già esistenti e, in alcuni casi, gravemente danneggiati da frane e alluvioni, sia per predisporre di nuovi proprio conseguentemente a questi fatti. Ad esempio è stato necessario pensare a percorsi alternativi al tracciato della Ciclovía del Santerno, andando a mappare itinerari limitrofi che fungessero da bypass ed incentrare l'attività prevalentemente sul prodotto hike.

obiettivi conseguiti

Da un punto di vista generale, gli obiettivi e le finalità che IF Tourism Company si era posta sviluppando tale progetto sono stati raggiunti, soprattutto per quanto riguarda la continuità con quelli delineatisi nelle attività dell'ultimo triennio.

Di seguito si elencano gli obiettivi:

-incoraggiare il network creato di differenti tipologie di offerte, opzioni e competenze che devono essere messe a

sistema per creare un prodotto turistico integrato e ottimizzato;

-impostare una comunicazione integrata dando la massima visibilità al marchio Parco e a quello Ciclovía e utilizzare questa novità per generare nuovo interesse nei confronti dell'intero territorio;

-aumentare e favorire l'appel di questo territorio, cercando di renderlo leader per la tematica natura/ambiente integrata dall'ulteriore tematica outdoor/active&slow (bike, trekking, cammini, etc.);

-consolidare il posizionamento del territorio sul mercato nazionale;

-incrementare le posizioni sui mercati esteri, in particolare quelli da cui è possibile raggiungere il nostro territorio attraverso i numerosi voli low cost che stanno sempre più prendendo piede negli aeroporti a noi vicini;

-avviare proposte di soggiorno stimolanti profilate sui target di clientela individuati: mettere a punto nuove proposte promo-commerciali, più complete rispetto alle precedenti, che includano le nuove opportunità offerte;

-sostenere l'incremento della permanenza media degli ospiti, grazie alla creazione di offerte altamente tematiche e stimolanti per i target individuati;

-favorire i periodi di bassa stagionalità, incrementando l'offerta con nuovi prodotti turistici;

-collaborare attivamente con il Territorio Turistico Bologna Modena sulle tematiche individuate.

modalità concrete di attuazione del progetto

E' stato dato un incarico alla società Ecosistema s.c.ar.l. per l'individuazione di itinerari turistici nel territorio della Vallata del Santerno e del Parco della Vena del Gesso, nonché per supporto nell'organizzazione di eventi tematici, per accoglienza a gruppi e scolaresche e per visite guidate. A seguito di ciò la società ha realizzato una serie di iniziative (escursioni, eventi tematici, laboratori per scolaresche, etc.) per valorizzare le principali eccellenze storico-naturalistiche-ambientali del territorio del circondario imolese con particolare riguardo a quelle situate lungo la Vallata del Santerno e nel Parco della Vena del Gesso Romagnola. Ecosistema oltre a coordinare e fornire le guide abilitate per lo svolgimento dei percorsi/passeggiate si è occupata anche della redazione dei contenuti per i materiali promozionali. Per quanto riguarda gli eventi "Aperitivo in terrazza sulla Vena del Gesso" ci si è affidati alla collaborazione di Alessandro Gambetti, mentre gli eventi dedicati alle "Pietre Sonore" sono stati supportati da Aurora Behari e Enrico Angelino per allestimenti, disallestimenti e collaborazione durante lo svolgimento degli eventi stessi e dei laboratori per le scuole. La promozione delle iniziative è stata fatta prevalentemente sul web con inserimento delle esperienze sul sito imolafaenza.it e sui principali social IF (Facebook e Instagram). La gestione dei social è stata affidata a Marco Comissari. Inoltre, sono state effettuate alcune inserzioni pubblicitarie per promuovere le varie iniziative sul quotidiano La Repubblica. Per quanto riguarda i materiali promozionali, sono stati realizzati alcuni gadget tematici (cartoline, calamite, "toppe") ispirati al Parco della Vena del Gesso (promossi, poi, nel corso di un laboratorio tenutosi ad eXtraBO) e distribuiti durante le escursioni e/o le visite e i laboratori con scolaresche, un totem informativo posizionato in prossimità del Museo Geologico della Vena del Gesso di Tossignano pensato per avere una parte di pannellatura "mobile" così da poter riportare costantemente gli aggiornamenti inerenti le iniziative del Parco e della Vallata. Oltre a ciò, è stata "creata" la grafica integrata per n. 6 cartelli da predisporre lungo la Ciclovía e in alcune location del Parco per indicare le distanze ai luoghi d'interesse nei dintorni. I cartelli non sono ancora stati installati poiché, in accordo con i Comuni di Imola e della Vallata e con l'Ente Parchi, si è deciso di rimandarne il montaggio alla primavera 2024, a seguito del completamento dei lavori di ripristino di alcuni tratti della Ciclovía del Santerno che ne garantiranno la piena percorribilità. Per lo stesso motivo, l'Ente Parco ha deciso di rinviare al 2024 la stampa della nuova brochure del Parco (di cui si allega la grafica), anche in considerazione del nuovo bando per l'aggiudicazione del punto di ristoro presso la Casa del Fiume che comporterà un cambio di contatti. Infine, in occasione dell'inaugurazione della mostra "IL SUONO DELLE PIETRE. I litofoni di Luciano Bosi" per promuovere ulteriormente il territorio anche a seguito del recente riconoscimento a patrimonio UNESCO, sabato 4 novembre, alle 15.00, è stata organizzata una visita guidata al Museo della Vena del Gesso riservata alla stampa e agli amministratori locali. Il press tour è stato coordinato dalla società Reset srl che da anni collabora con IF per le azioni di promoter.

azioni realizzate e risultati ottenuti rispetto a quelli previsti

Come già detto, causa emergenza idrogeologica, è stato necessario riprogrammare alcune iniziative, ad esempio per quanti riguarda la fattibilità di percorsi, sia per quanto riguarda le modalità di svolgimento, sia i tempi. La maggior parte delle attività, pertanto, è stata svolta nella seconda parte dell'anno anche nell'ottica di una campagna di rilancio del territorio, "***Il modo migliore per supportare il territorio è viverlo!***", divenuto il nostro slogan. Sono stati organizzati n. 5 eventi tematici che a seguire si descrivono nel dettaglio:

-Mercoledì 26 luglio - Postural Yoga Therapy alla Casa del Fiume

Nella splendida cornice del Centro visite Casa del Fiume a Borgo Tossignano, un'attività all'aria aperta dedicata al benessere fisico e interiore. A partire dalle 18.45 un'esperta insegnante guiderà in un'esperienza immersiva attraverso la percezione del corpo e l'esplorazione delle emozioni riscoprendo il contatto diretto con la natura e con

l'energia positiva che trasmette. L'evento si è svolto in collaborazione con Officina do Corpo – IFS Italian Fitness School.

-Giovedì 27 luglio - Aperitivo e musica in terrazza sulla Vena del Gesso

Una serata inedita sulla bellissima terrazza panoramica del Palazzo Baronale di Tossignano che ospita il Museo Geologico della Vena del Gesso Romagnola, per rilanciare il territorio della Vallata e godersi ottima musica e buon cibo e vino locale. A partire dalle 19.00 visita guidata al Museo della Vena del Gesso e, a seguire, un aperitivo in terrazza con prodotti del territorio e il Live Show degli Afterglow Nicoletta Bassetti & Andrea de Marco che hanno proposto un mix di musica medievale celtica irlandese per violino e chitarra.

-Giovedì 21 settembre - Aperitivo e musica in terrazza sulla Vena del Gesso

Stesso format dell'evento precedente, leggermente anticipato negli orari di svolgimento: dalle 18.30 visita guidata al museo della Vena del Gesso e dalle 19.00 aperitivo in terrazza con prodotti del territorio e Live Show del TRIO MARIQUITA & Andrea de Marco, un trio d'archi che spazia elegantemente dalla classica al pop attraversando generi e stili differenti.

-Dal 4 novembre al 17 dicembre (Museo Geologico della Vena del Gesso/Palazzo Baronale) – mostra “Il Suono delle Pietre. I litofoni di Luciano Bosi al Museo Geologico della Vena del Gesso Romagnola”

Un percorso espositivo che si integra con la storia geologica del Parco Regionale della Vena del Gesso Romagnola e del territorio, raccontata all'interno del Palazzo Baronale di Tossignano. La mostra è stata inaugurata sabato 4 Novembre con una performance speciale del litomusicista Luciano Bosi. I “Litofoni”, o pietre sonore, sono dei veri e propri strumenti musicali, realizzati ed intagliati con maestria e precisione: le sonorità originali, primitive e intense saranno portate in vita durante dallo stesso Bosi.

Inizio e culmine di questa originale esposizione è la performance live: un'esperienza che fluttua tra l'essenza di un concerto, di un rito, ma anche di un racconto, di una conferenza sulle storie dei litofoni ed il rapporto tra l'uomo e la pietra. Due le date dedicate a questi particolari momenti:

sabato 4 novembre - ore 15.00 con inaugurazione su invito per le istituzioni e la stampa e a seguire alle ore 16.00 apertura al pubblico; domenica 17 Dicembre - ore 15.00 Live performance di chiusura della mostra.

Oltre alla performance musicali, presso il Museo della Vena del Gesso di Tossignano, sono stati organizzati quattro laboratori gratuiti dedicati alle scuole primarie del territorio nelle date di lunedì 27 novembre (pomeriggio alle ore 14.30 e alle ore 15.30) e di martedì 28 novembre (mattina alle ore 10.00 e alle ore 11.00). Ai laboratori dal titolo “COSA SI CELA ALL'INTERNO DELLA PIETRA?” hanno partecipato le classi terze di Borgo Tossignano e Fontanelice e le quarte di Casalfiumanese e Riolo Terme.

E' stato, inoltre, realizzato presso la sede di eXtraBO, sabato 2 settembre alle ore 16.30, un laboratorio per bambini a partire dai 5 anni dal titolo PICCOLA GUIDA ALLE TRACCE DEGLI ANIMALI (laboratorio a cura di Martina Tonello). Quando camminiamo nel bosco, lungo il sentiero, non capita spesso di vedere i suoi abitanti. Eppure ci sono tantissimi animali selvatici! E anche se non li vediamo, possiamo trovare i segni che lasciano al loro passaggio: impronte, gusci roscicciati, penne...Come veri investigatori possiamo interpretare queste tracce, osservando con attenzione, e cercare di capire chi le ha lasciate. In questo laboratorio è stata realizzata una piccola guida per aiutare a farlo e da portare alla prossima escursione. Un modo per incentivare la visita al territorio.

Per quanto riguarda, invece, passeggiate ed escursioni, a seguire si riportano le date:

3 agosto UN CIELO STELLATO E UNA MONTAGNA DI CRISTALLO (escursione notturna – guida Oriano Spazzoli)

14 agosto ESCURSIONE STELLATA PER FAMIGLIE (escursione notturna – guida Stefano Schiassi)

14 ottobre I GESSI E IL FIUME (escursione a piedi – guida Riccardo Raggi)

21 ottobre IMOLA DOZZA TRA LE DOLCI COLLINE (escursione cicloturistica – guida Alessandro Sturaro)

28 ottobre INTORNO ALL'AUTODROMO (escursione a piedi – guida Enrico Montanari)

4 novembre DI VALLE IN VALLE DA CASTEL SAN PIETRO A DOZZA (escursione cicloturistica – guida Alessandro Sturaro)

Come già detto per lo sviluppo della comunicazione inerente questo progetto è stato fortemente utilizzato lo strumento di sponsorizzazione delle attività sul territorio per ampliare e fidelizzare il nostro pubblico di riferimento. In particolare abbiamo promosso: le iniziative e appuntamenti (escursioni a piedi e in bici, gli eventi organizzati in maniera integrata tra Parco e territorio, etc.), nonché le experience coadiuvate da extraBo (infopoint a Bologna di cui gestiamo una postazione con nostro operatore). Tutti eventi previsti anche nell'ottica della campagna per il rilancio del territorio a seguito dell'emergenza idrogeologica. L'utilizzo delle sponsorizzate ci ha permesso di arrivare più velocemente a profili intarget che ancora non erano a conoscenza dei nostri canali, di trasformarli non solo in follower ma anche in clienti delle esperienze promosse. Probabilmente anche grazie a questo lavoro di comunicazione e all'accurato censimento relativamente alla percorribilità in sicurezza dei percorsi, vi è stato un buon ritorno da parte dell'utenza.

soggetti pubblici e/o privati effettivamente coinvolti nel progetto

1. Ente di Gestione Parchi e Biodiversità – Romagna
2. Comuni del Nuovo Circondario Imolese – in particolare i Comuni della Vallata del Santerno: casalfiumanese, Borgo Tossignano, Fontanelice, Castel del Rio
3. ASCOM, CONFESERCENTI, CIA e COLDIRETTI Imola/Bologna
4. Aziende Agricole, strutture ricettive, ristoranti, operatori locali
5. Noleggiatori bike
6. Consorzio del Marrone di Castel del Rio
7. Guide turistiche, escursionistiche e guide specializzate bike
8. Musei Civici Imola
9. Ceas Nuovo Circondario
10. CAI Imola
11. Ecosistema
12. Associazioni Pro Loco dei Comuni del Circondario
13. Uffici IAT/UIT del Nuovo Circondario Imolese
14. Punto eXtraBO

attività svolte, segnalando e motivando gli eventuali scostamenti da quanto indicato in fase di presentazione progetto

Rispetto a quanto indicato in fase di presentazione del progetto, è stata rispettata la realizzazione di tutte le azioni previste, seppur, in alcuni casi, in forma ridotta (come, ad esempio per la parte di stampa di materiali). La situazione di crisi verificatasi dopo le alluvioni di maggio ha inevitabilmente portato il territorio tutto ad una riconsiderazione delle priorità anche in termini di realizzazione delle iniziative.

informazioni e dati utili a dare evidenza dei risultati ottenuti (ad es. il numero dei partecipanti alle iniziative realizzate e/o promosse)

La campagna social (storie, post, contenuti, etc.) ha ottenuto complessivamente un ottimo successo. Ai laboratori tematici hanno partecipato circa 90 bambini, mentre i partecipanti agli eventi e alle escursioni sono stati circa 170.

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

//

correlazione tra promozione e commercializzazione

Sulla base di un lavoro già avviato da IF in questi anni, è necessario proseguire affinché venga realizzata in maniera ancora più forte l'organizzazione di tour per gruppi e singoli che desiderino scoprire il territorio in particolari occasioni, svolgendo attività di sostegno alle guide ed agli accompagnatori turistici operanti sul territorio (ad esempio andando sempre più a coinvolgere le Guide del Parco). Vista l'attività bike che si vuole incrementare anche in considerazione del ripristino della Ciclovía dopo lo stop dovuto alle alluvioni, si intende proseguire nel lavoro di coinvolgimento degli operatori perché diventino sempre più "bike friendly".

OUTDOOR TOURS: TURISMO SOSTENIBILE ED ESPERIENZIALE PG n. 2315 del 15/01/2024

presentato da Comune di Castel San Pietro Terme

Comuni coinvolti: Castel Guelfo di Bologna, Casalfiumanese, Dozza, Medicina.

Il totale della spesa rendicontata è pari a € 52.418,60. Il totale delle spese rendicontate ammissibili ammonta a € 50.492,96 (non ammessi € 1.925,64 in seguito dettagliati). Si conferma l'importo concesso pari a € 13.370,00 a fronte della realizzazione delle azioni previste dal progetto e dei risultati attesi e di una spesa rendicontata ammessa superiore all'80% della spesa progettuale ammessa di € 38.200,00.

Nello specifico non sono state ammesse le seguenti spese:

- per quanto riguarda il Comune di Castel Guelfo di Bologna, € 150,00 spese sostenute in contanti e € 75,64 per stampe di materiale non riconducibile al progetto;
- per quanto riguarda il Comune di Casalfiumanese, € 1.700,00 relative a cd video non coerente coi tempi di realizzazione del progetto.

descrizione consuntiva del progetto

Il Comune di Castel San Pietro Terme, Comune capofila del progetto insieme ai Comuni di Medicina (BO), Dozza (BO), Castel Guelfo di Bologna (BO) e Casalfiumanese (BO) ha realizzato il progetto OUTDOOR TOUR: TURISMO SOSTENIBILE ED ESPERIENZIALE, finanziato dalla Città Metropolitana di Bologna nell'ambito del Programma Turistico di Promozione Locale P.T.P.L. 2023 – Ambito 2. Il progetto è stato interamente realizzato nel corso dell'anno 2023 e si è sviluppato in maniera coordinata attraverso un'offerta di attività outdoor accessibili, sostenibili e sicure per contribuire alla percezione turistica di un territorio fruibile tutto l'anno, collegata a possibilità di visite presso aziende del territorio per la degustazione e conoscenza di prodotti tipici. A tal fine le opportunità di visita sono state spesso abbinata a manifestazioni di promozione enogastronomica, collegate a iniziative culturali ed artistiche, convegni, esposizioni ed eventi di intrattenimento e svago complementari atti ad attrarre sul territorio turisti e visitatori. Per tale finalità gli eventi nei Comuni aderenti, sono stati calendarizzati durante l'anno in periodi diversi al fine di offrire una variegata opportunità di esperienze sia a coloro che, già da anni, conoscono il brand "Outdoor Tours" e ritornano con periodicità agli appuntamenti consolidati, sia nei confronti di nuovi mercati grazie alla diversificata campagna promozionale, anche con nuovi strumenti di comunicazione (video). Grazie a ciò, le proposte realizzate nei singoli Comuni hanno riscontrato successo di pubblico proveniente in massima parte dal territorio metropolitano e regionale, registrando anche presenze di turisti e visitatori di altre regioni e stranieri, già presenti sul territorio metropolitano. L'edizione 2023 del Progetto ha sicuramente risentito, specie per la parte "outdoor" riguardante percorsi in aree del territorio duramente colpite dall'evento alluvionale di Maggio 2023, con conseguente necessità di maggiori risorse in termini economici, di personale e di collaborazione da parte di associazioni, enti, istituti ed aziende per il ripristino in sicurezza dei tracciati, laddove possibile, ovvero per l'individuazione di nuove tipologie e proposte di escursioni.

obiettivi conseguiti

L'ampio raggio di azione territoriale di questo Progetto, ha consentito di proporre e consolidare il brand "OUTDOOR TOURS" a livello turistico, quale ambito per godere delle medesime tipologie di esperienze in montagna, in collina e in pianura, consentendo di apprezzarne le peculiarità e le eccellenze che le contraddistinguono. Così facendo gli "OUTDOOR TOURS" hanno proposto escursioni, camminate, bike tour, esperienze, manifestazioni, intrattenimenti, visite guidate ed eventi che hanno avuto come tra le finalità principali la promozione e la valorizzazione delle eccellenze enogastronomiche, dei centri storici, dei paesaggi dei Comuni coinvolti, con approfondimenti legati al cibo, al turismo dell'olio, del vino, del miele e dei prodotti locali. Quindi con le molteplici offerte il progetto è risultato quindi efficace per la promozione e diffusione del territorio attraverso la valorizzazione delle risorse naturali e il recupero della cultura e delle tradizioni locali legate all'agricoltura, all'enogastronomia e all'ambiente rurale. Particolarmente apprezzato, specie a seguito dell'evento alluvionale di Maggio 2023, è stato l'obiettivo di rivalutare i borghi dei territori coniugandoli con un turismo sostenibile e accessibile a tutti, valorizzando le qualità dei piccoli Centri dei Comuni, da conoscere passeggiando anche in alternativa ad esperienze su percorsi montani o collinari. Come previsto in progetto grande attenzione ed impegno è stato profuso nella promozione, particolarmente necessaria nel periodo post-alluvione, anche su indicazione della Destinazione turistica, al fine di assicurare i turisti in merito alla accessibilità e sicurezza delle esperienze proposte. A tal fine sono state attivate anche forme promozionali con audiovisivi e spot radiofonici.

modalità concrete di attuazione del progetto

I programmi delle attività sono stati realizzati coinvolgendo le diverse realtà del territorio, attività economiche, associazioni, fondazioni e altri stakeholder. Le iniziative sono state realizzate in un'ottica di basso impatto ambientale per stimolare comportamenti al turismo sostenibile e alla riduzione dello spreco alimentare, con particolare attenzione alla sicurezza e all'accessibilità, in modo da rendere le iniziative fruibili da tutti, senza alcun tipo di discriminazione. Per la promozione dei programmi si è realizzata una comunicazione sia online che offline, con particolare attenzione ai quotidiani e settimanali sia agli strumenti digitali in modo integrato e coordinato sulla base delle indicazioni della Territorio Turistico Bologna Modena. Preliminarmente sono state realizzate riunioni con i comuni coinvolti al fine di coordinare il calendario delle iniziative e delle manifestazioni. Purtroppo gli eventi alluvionali di Maggio 2023 ha causato un rallentamento nella programmazioni degli eventi (specie quelli che prevedevano escursioni su tracciati e percorsi coinvolti da frane e smottamenti tali da renderli impraticabili e non sicuri), pertanto sono state effettuati incontri urgenti per verificare modalità operative per ovviare ad alcune problematiche e, in alcune ipotesi la sostituzione e/o riorganizzazione di alcune iniziative. Particolare attenzione e impegno sono stati applicati nell'organizzazione di eventi che garantissero sicurezza per i partecipanti, con modalità operativi, mezzi, ricognizioni e personale - consulenti specializzati; fattori tutti che hanno comportato la necessità di maggiori risorse.

azioni realizzate e risultati ottenuti rispetto a quelli previsti

Sono stati realizzati percorsi cicloturistici, escursioni, trekking, camminate, esperienze, promozione delle eccellenze enogastronomiche, visite guidate e attività all'aria aperta come messaggio di benessere e condivisione. Le manifestazioni organizzate hanno sviluppato iniziative volte a promuovere le eccellenze enogastronomiche dei territori interessati (in particolare Cipolla di Medicina, Vini tipici con coinvolgimento delle Cantine e degustazioni guidate in collaborazione con sommelier specializzati, Convegni sull'Olio EVO in collaborazione con Città dell'Olio, ecc.). I risultati ottenuti si evidenziano con l'alto numero di partecipanti e iscrizioni agli eventi a numero chiuso (es. passeggiate, camminate, ecc.). Si sottolinea quindi che i risultati ottenuti, pur con le difficoltà descritte sopra evidenziate, sono in coerenza con gli obiettivi previsti, con particolare riferimento alla valorizzazione e fidelizzazione del brand "OUTDOOR TOUR", quale prodotto turistico rappresentativo dell'area di riferimento, su cui puntare per campagne di promozione e marketing.

soggetti pubblici e/o privati effettivamente coinvolti nel progetto

- IF – Imola Faenza Tourism Company
- Associazione Nazionale Cittaslow International
- Associazione Nazionale Città dell'Olio
- Enoteca regionale dell'Emilia
- Osservatorio Nazionale Miele
- CONAPI Consorzio Nazionale Apicoltori
- Istituto alberghiero I.I.S. "Bartolomeo Scappi"
- Consorzio della Cipolla di Medicina
- Oasi di protezione della fauna selvatica del Quadrone (Cooperativa L.A.C.ME)
- Associazioni di categoria (settori turismo, commercio, artigianato e agricoltura)
- Imprese di settore (strutture ricettive, cantine vinicole, aziende agricole e agrituristiche, ristoratori, fattorie)
- Aziende di settore nell'enogastronomia
- APS I portici di Medicina
- Pro Loco di Castel San Pietro Terme
- Pro Loco di Medicina
- Pro Loco Castel Guelfo di Bologna
- CAI
- FAI
- Fondazione Dozza Città d'Arte
- Associazione Nazionale Città dell'Olio
- Associazione Squacquerone di Romagna D.O.P.
- Associazioni sportive, turistiche, culturali dei settori interessati
- Polisportiva di Sassoleone apd
- Associazione Federica Negri
- Pro loco di Casalfiumanese
- Guide ambientali escursionistiche e guide turistiche
- Cooperative agricole

attività svolte, segnalando e motivando gli eventuali scostamenti da quanto indicato in fase di presentazione progetto

Castel San Pietro Terme

Il programma realizzato nel Comune di Castel San Pietro Terme ha risposto a uno specifico segmento del turismo outdoor, sia slow che active, per promuovere esperienze a contatto con la natura, valorizzando le eccellenze proprie eccellenze enogastronomiche con particolare attenzione al turismo dell'olio.

Very Slow Sabato 15 e Domenica 16 aprile 2023

- VERY SLOW. Esposizione e degustazione delle eccellenze enogastronomiche ed artigianali in collaborazione con Cittaslow International , Associazione Città dell'Olio e AIES Associazione Italiana Sommelier , Accademia della Cucina, IIS Istituto Alberghiero Bartolomeo Scappi.
- BORGO DEI SAPORI. Esposizione di tipicità agroalimentari .
- LA PIAZZA DELL' AGRICOLTURA. Esposizione Prodotti locali a km 0.
- I GRANDI MIELI D' ITALIA E LE ECCELLENZE CASTELLANE. Degustazioni , percorsi sensitivi guidati in collaborazione con Osservatorio Nazionale Miele
- OIL EXPERIENCE, LE NUOVE PROSPETTIVE DEL TURISMO DELL'OLIO. Convegno in collaborazione con Associazione Città dell'Olio.
- BIKE TOUR TRA GLI ULIVETI . Tour guidato da guide specializzate nelle colline, con tappe tra gli uliveti YOUNG STREET - GIOCHI ECOLOGICI PER BAMBINI E RAGAZZI
- DIREZIONE DE.CO. (Denominazione Comunale d'Origine) Stand eccellenze gastronomiche e delle cantine del territorio , con degustazioni dei prodotti Tipici (in specie: Castrato, Formaggio Castel San Pietro , Savoiaro di Castel San Pietro)
- OIL EXPERIENCE Esperienza sensoriale tra gusto e olfatto con degustazioni di olio extravergine, in collaborazione con i produttori di olio locali
- LORENZO BAGLIONI IN CONCERTO
- ROBERTA GIALLO IN CONCERTO

Bike tour

Pur con le difficoltà riscontrate nel tracciamento a causa di problematiche di agibilità e tracciamento derivanti dall'alluvione di Maggio 2023, nel corso del 2023 sono stati tracciati da guide specializzate, n.4 percorsi per appassionati di bike, e-bike , MTB, Gravel:

- “Bike tour tra gli ulivi” che va dal centro storico di Castel San Pietro sino alla frazione di Varignana
- “Bike Tour a Gaiana e Liano” una visita in pianura e collina
- “Bike tour dei castelli” , un nuovo percorso tra le colline per visitare gli antichi Borghi
- “Antica Via dell'Olio in bike”, un tour impegnativo che unisce le due Città dell'Olio dell'Emilia Romagna di Castel San Pietro Terme e Brisighella

Per tutti i percorsi è prevista la possibilità di visualizzazione GPX. Per garantire la realizzazione del Calendario degli eventi Programmato , stanti le maggiori problematiche inerenti la sicurezza sono state sostenute maggiori spese.

Merende nell'Oliveta

Domenica 7 maggio 2023 si è tenuta la “Merenda nell'Oliveta” nella location della Tenuta del Castellazzo – L'olio di Liano con degustazione gratuita di olio extravergine di oliva accompagnato da intrattenimento musicale, Domenica 14 maggio 2023 si è tenuta la “Merenda nell'Oliveta” nella location di Palazzo di Varignana con degustazione gratuita di olio extravergine di oliva accompagnato da intrattenimento musicale. Realizzato in collaborazione con Associazione Nazionale Città dell'Olio.

Camminata tra gli Olivi

Il 29 ottobre 2023 è stata organizzata la “Camminata tra Olivi” in due location: la prima presso la “Tenuta del Castellazzo – L'olio di Liano” e la seconda presso “Palazzo di Varignana”. Le visite sono state illustrate dai titolari delle aziende, con offerta di degustazioni guidate gratuite di Olio EVO. Realizzato in collaborazione con Associazione Nazionale Città dell'Olio.

Dozza

Le attività svolte a Dozza hanno riguardato principalmente l'organizzazione di iniziative consistenti in visite guidate in abbinamento a illustrazioni storiche e ambientali e eventi correlati con allestimenti dedicati. Nello specifico:

- 2 luglio 2023: visita guidata alle opere del Muro Dipinto di Dozza con performance di Tango Argentino (musica e ballo) e degustazione con sommelier: creazione e preparazione del percorso guidato, allestimento e disallestimento palco e attrezzature, accoglienza partecipanti e artisti, guida, degustazioni e somministrazione dei vini tipici.
- 15 settembre 2023: inaugurazione della mostra “La nascita di mille inferni” di Elisabetta Cameli a cura di Lucrezia Caliani. Visita guidata alle opere in mostra e aperitivo con vini e prodotti tipici: allestimento cortile per mostra e aperitivo (sedie, tavoli, piatti, bicchieri...), somministrazione aperitivo, allestimento per inaugurazione (impianto audio, proiettore, pc...). Rispetto alla fase di presentazione del progetto, c'è stato un piccolo o scostamento su alcune spese. In un'ottica di riguardo per l'ambiente e l'ecologia, si è preferito ridurre al RENDICONTAZIONE PTPL 2023 – AMBITO 2 14 minimo la stampa di materiali cartacei, puntando maggiormente su scelte comunicative legate al digitale (social networks, siti, newsletter, ecc.).

Medicina

Il progetto si è incentrato sulla Promozione del prodotto tipico “Cipolla di Medicina” con evento dedicato organizzato sul modello di una antica fiera rurale, prevede esposizioni di macchine agricole d'epoca e moderne, esposizioni, spettacoli d'intrattenimento, ma soprattutto proposte di degustazione di specialità gastronomiche a base di cipolla nei vari punti di ristoro e in occasione di iniziative speciali realizzati con la collaborazione del Consorzio Cipolla di Medicina e dall'Associazione Pro Loco di Medicina. In particolare:

- Show Cooking con realizzazione frittata con la cipolla
- Passeggiata guidata “Lungo il Canale di Medicina”
- Degustazione “DiVini Profumi nel Chiostro”

Castel Guelfo di Bologna

Nel Comune di Castel Guelfo di Bologna si è realizzata un'escursione attraverso un percorso ciclistico gravel. Al termine dell'escursione si è allestita una degustazione di prodotti del territorio con accompagnamento musicale. Durante il percorso, i partecipanti hanno potuto apprezzare il territorio sia da un punto di vista paesaggistico e naturalistico che culturale, in particolare con visita alle eccellenze storico culturali dell'oratorio della zona di Santa Croce e dell'oratorio di San Barnaba della Fantuzza.

Casalfiumanese

Il Comune di Casalfiumanese, gravemente segnato dall'alluvione che ha colpito i territori emiliano romagnoli a Maggio 2023, ha trovato enormi difficoltà nella realizzazione di percorsi sulle proprie zone collinari e montane, in gran parte inagibili a causa di frane e smottamenti. Per tali motivi ha ritenuto di particolare importanza promozionale a livello turistico il territorio proponendo nuove opportunità di visita con caratterizzazione di interesse culturale, con particolare riferimento alle terre in cui Papa Onorio II ha vissuto ed è stato protagonista. A tal fine è stato realizzato un audiovisivo con un video di promozione turistica del territorio di Casalfiumanese. Ciò con lieve uno scostamento rispetto a quanto indicato in progetto.

informazioni e dati utili a dare evidenza dei risultati ottenuti (ad es. il numero dei partecipanti alle iniziative realizzate e/o promosse)

Il turismo outdoor rappresenta un elemento chiave e fondamentale per i piccoli borghi e paesi per vivere esperienze immersi nella natura e degustare le tipicità del territorio. L'edizione 2023 del Progetto OUTDOOR TOUR ha rafforzato l'identità ed il valore di prodotto turistico dello stesso, grazie anche alla possibilità di fruizione dei percorsi e degli itinerari proposti nel corso degli eventi organizzati durante tutti i mesi dell'anno, offrendo quindi opportunità di attrazione in periodi “destagionalizzati”. Si stima una presenza complessiva al Progetto di circa 12.000 persone.

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

Tutte le azioni sono state realizzate in coerenza con le Linee di indirizzo pluriennali 2021 – 2023 della Destinazione turistica Bologna – Modena.

correlazione tra promozione e commercializzazione

Tutte le azioni sono state gratuite e accessibili a tutti. Promuovere il territorio in senso ampio da un punto di vista paesaggistico, naturale, culturale ed enogastronomico ha contribuito a creare un'immagine positiva di un territorio turistico fruibile 365 giorni all'anno con il contestuale coinvolgimento delle attività del commercio e dei servizi e conseguente indotto economico tale da generare un impatto positivo per le aziende locali.

LA NOTTE CELESTE 2023 – TERME IN FESTA

PG n. 2211 del 15/01/2024

Integrazione PG n. 11675 del 22/02/2024

Integrazione PG n. 14374 del 04/03/2024

presentato da Comune di Castel San Pietro Terme

Comuni coinvolti: Comune di Alto Reno Terme

Il totale delle spese rendicontate ammissibili ammonta a € 25.469,99. Si conferma l'importo concesso pari a € 7.000,00 a fronte della realizzazione delle azioni previste dal progetto e dei risultati attesi e di una spesa rendicontata ammessa superiore all'80% della spesa progettuale ammessa di € 20.000,00.

descrizione consuntiva del progetto

“LA NOTTE CELESTE 2023 – TERME IN FESTA finanziato dalla Città Metropolitana di Bologna, nell'ambito del Programma Turistico di Promozione Locale (PTPL – AMBITO 2) è stato realizzato nella giornata di sabato 24 giugno 2023 nei Comuni di Castel San Pietro Terme e di Alto Reno Terme, sedi di due stabilimenti termali: Terme di Castel San Pietro e Terme di Porretta. L'edizione del 2023 dell'evento “Notte Celeste” è stata realizzata, su iniziativa di APT regionale, nella medesima data in tutti i comuni sedi di stabilimenti termali presenti sul territorio regionale. La Notte Celeste, infatti, è grande festa annuale delle Terme dell'Emilia-Romagna, finalizzata a promozione delle realtà termali emiliano romagnole in maniera unitaria, con il coinvolgimento degli stabilimenti termali regionali ed i comuni in cui sono ubicati, nonché le destinazioni e territori turistici di riferimento. Come da Progetto presentato, in linea con le indicazioni regionali, l'evento realizzato nei due comuni dell'area bolognese, ha previsto diverse azioni di attrazione turistica:

- intrattenimento e svago: concerti, spettacoli, esibizioni, ecc.
- esperienze nonché di conoscenza ambientale, storica, culturale del territorio: camminate, escursioni, visite guidate, ecc.
- esperienze presso gli Stabilimenti termali: terme aperte anche in notturna, percorsi sensoriali, ecc.
- iniziative legate all'enogastronomia: street food delle eccellenze territoriali, degustazioni di vini tipici, ecc.

Data l'importanza delle acque per il nostro territorio, in particolare quelle termali sulfuree e quelle salsobromoiodiche, nonché quelle fluviali del Torrente Sillaro e del Fiume Reno, il tema “acqua” è stato sicuramente il punto di partenza a cui si sono collegate le varie iniziative realizzate (tra queste, in particolare le passeggiate di conoscenza termale- culturale “Porretta Terme, le sue acque e il Fiume Reno” e, oltre alla “Camminata delle Terme” all'interno del Parco Storico delle Terme di Castel San Pietro, l'inaugurazione di alto valore storico-termale de “Il gazebo delle Terme” sito all'interno del Parco medesimo che, in occasione di lavori di recupero e restauro della struttura, ha consentito il rinvenimento di “terme sotterranee”, con accesso dalla antica edicola di acqua sulfurea, riportata alla sua struttura originaria). Come previsto il Programma delle iniziative è stato ampiamente promosso a livello nazionale - regionale da APT Servizi e dalla Città Metropolitana. In aggiunta a tali azioni i Comuni aderenti al Progetto in oggetto hanno effettuato campagne promozionale attraverso propri social e web in condivisione ed accordo con gli Stabilimenti termali, nonché specifiche promozioni sui mass media a livello locale e regionale (quotidiani, settimanali, spot radiofonici). Complessivamente per l'anno 2023 i partecipanti alle numerose iniziative in programma hanno mantenuto la frequentazione numerica della precedente edizione (circa 6.000,00 presenze complessive), rilevando tuttavia una frequentazione di maggior durata temporale nell'arco della giornata. Tale positivo risultato è da ricondurre alla migliore programmazione degli eventi tali da poter offrire opportunità di visita e intrattenimento durante tutto il corso della giornata, favorendo anche l'utilizzo di servizi turistici correlati, in primis quelli alberghieri ed extralberghieri. La provenienza dei partecipanti è da ricondurre ad un turismo di prossimità, la maggior parte dei quali, del territorio regionale, registrando tuttavia la presenza e anche di turisti nazionali e internazionali già presenti sul territorio dell'area bolognese per altri motivi e che hanno piacevolmente aderito alla “Notte Celeste”, venendone a conoscenza grazie alla campagna promozionale a livello metropolitano.

obiettivi conseguiti

- Promozione del turismo termale e degli stabilimenti termali presenti nei due comuni aderenti al progetto
- Offerta turistica omogenea con consolidamento del brand “Notte Celeste”
- Offerta di Programma eventi a tema variegato e complementare, tale da offrire opportunità di intrattenimenti ed eventi di intrattenimento e svago interessanti per un pubblico eterogeneo
- Consolidamento della co progettazione e collaborazione tra Comuni e aziende termali
- Incremento delle opportunità per le attività commerciali e di servizio presenti sul territorio, con un impatto positivo sul tessuto economico.

modalità concrete di attuazione del progetto

Il progetto si è realizzato con le seguenti modalità:

- Partecipazioni a incontri via call con APT finalizzati ad individuare il periodo di svolgimento di Notte Celeste 2023, il brand e le azioni di comunicazione, le iniziative e tematiche comuni su tutto il territorio regionale
- Condivisione della progettualità e dei contenuti con gli Stabilimenti Termali di riferimento;
- Condivisione e coinvolgimento di soggetti del territorio interessati a partecipare alla realizzazione del progetto (associazioni, strutture ricettive, esercizi di ristorazione, operatori del settore);
- Individuazione percorsi, con mappatura e organizzazione iniziative verifica di nuovi itinerari accessibili a seguito degli Eventi alluvionali Maggio 2023;
- Individuazione guide turistiche ed ambientali e servizi di supporto (es.navette);
- Individuazione esperti accompagnatori (es. ornitologi, astrofisici, storici, ecc.)
- Progettazione grafica condivisa, previa verifica in loco di accessibilità dei percorsi
- Promozione
- Realizzazione di n.15 Esperienze
- Individuazione e mappatura percorsi, e redazione grafica della brochure "ITINERARI BE IN WONDERLAND 2024".

azioni realizzate e risultati ottenuti rispetto a quelli previsti

Il fulcro centrale della manifestazione, in entrambi i Comuni termali aderenti al progetto, si è concentrato dal pomeriggio alla tarda serata di sabato 24 agosto 2023, segnalando comunque anche iniziative di estremo interesse durante l'intera giornata e, nel comune di Alto Reno Terme anche il giorno successivo Domenica 25.6.23.

I Programmi realizzati, tenuto conto anche degli indirizzi regionali, hanno riguardato :

- escursioni tematiche inerenti le “acque” e i “fiumi” del territorio
- intrattenimenti musicali e di svago (tra questi “Tributo a Adriano Celentano”, “Spettacolo di Fontane Danzanti”, intrattenimenti DJ Set)
- animazioni e giochi per bambini (laboratori, cantastorie, antichi giochi, giocoleria, ecc.)
- degustazioni prodotti tipici (street food e degustazioni tematiche)
- iniziative culturali (tra queste l'inaugurazione dell'Antica edicola con sottostanti Terme nel Parco delle Terme di Castel San Pietro, presentazione libri, ecc.)
- info point promozionali (con distribuzione di gadget logati “Notte Celeste” e materiale turistico - promozionale del territorio metropolitano e, in specie del NCI).

Particolare attenzione è stata posta nella condivisione degli obiettivi e delle iniziative con gli operatori del settore turistico e dei servizi (ospitalità, ristorazione, cantine ed eccellenze enogastronomiche in genere) a cui è stata data opportunità di proporre, anche in abbinamento con i servizi termali, pacchetti e promozioni dedicate.

Gli obiettivi progettuali sono quindi stati realizzati in coerenza con le finalità del progetto, coinvolgendo diverse realtà del territorio.

Tutte le iniziative organizzate all'interno della manifestazione hanno avuto grande partecipazione in termini di pubblico, generando un'immagine positiva del territorio.

La comunicazione del progetto è stata realizzata in collaborazione con APT regionale con l'utilizzo sia dei canali tradizionali (comunicati, brochure, locandine, manifesti e volantini) sia con i canali digitali, in particolar modo attraverso il sito internet www.notteceleste.it, nonché attraverso i canali istituzionali dei Comuni interessati.

Come previsto in Progetto, pertanto, l'obiettivo realizzato di valorizzazione del prodotto terme nell'ottica complessiva di promozione dell'offerta turistico - territoriale nel suo insieme, ha confermato che la redazione in maniera coordinata con tutti gli attori coinvolti di un ricco programma di appuntamenti è un “format” vincente da consolidare in quanto in grado di proporre in maniera sistematica opportunità di esperienze per tutte le tipologie di turista, in primis coloro che sono interessati al relax e per la salute del corpo e della mente, grazie agli effetti salutari dell'acqua termale. Particolare interesse, in tal senso, ha destato, come hanno dimostrato le tante persone

che si sono soffermate presso gli “Info-point” , l’acquisizione delle informazioni sul prodotto “Terme” che, sotto il profilo turistico e salutistico, considerata l’apertura annuale degli stabilimenti, sono particolarmente idonee visitate e fruite anche in periodi di destagionalizzazione, contribuendo così a raggiungere l’obiettivo di “ridistribuire le presenze turistiche” nel corso dell’anno.

soggetti pubblici e/o privati effettivamente coinvolti nel progetto

- 1) Terme di Castel San Pietro Terme
- 2) Terme di Porretta
- 3) A.P.T. Servizi Regione Emilia Romagna
- 4) Città Metropolitana di Bologna
- 5) COTER – Consorzio Terme Emilia Romagna
- 6) Appennino Slow
- 7) Associazione Turistica Pro Loco di Castel San Pietro Terme
- 8) Bologna Welcome
- 9) I.F. Imola Faenza Tourism
- 10) Associazioni culturali, di promozione sociale, del turismo, sportive e di volontariato
- 11) Associazioni di categoria (settori turismo, commercio, artigianato e agricoltura)
- 12) Consulenti esperti di settore
- 13) Imprese di settore (aziende agricole e agrituristiche, ristoranti, aziende di settore)

attività svolte, segnalando e motivando gli eventuali scostamenti da quanto indicato in fase di presentazione progetto

Comune di Castel San Pietro Terme

- Terme aperte. La piscina terapeutica e i percorsi vascolari con acqua salsobromoiodica sono stati aperti al pubblico gratuitamente, previa prenotazione
- Street food delle terme. Un’ oasi di tipicità e stuzzicherie da gustare
- Il parco dei ragazzi. Divertimento per i più piccoli con giochi antichi, laboratori, giocolieri, maghi
- Terme Park. Luna park con attrazioni per bambini.
- Camminata delle Terme. Storia e curiosità alla scoperta del Parco delle Terme e del Territorio con particolare riferimento alle curiosità ambientali del Torrente Sillaro
- Inaugurazione del Gazebo delle Terme. L’ antica edicola dell’acqua sulfurea è stata riportata alla sua struttura originaria con rinvenimento delle “terme sotterranee”.
- Presentazione del libro “Tutto torna”.
- Musica, intrattenimento e dj set.
- Fontane in concerto. Show di acqua, luci, musica e lame di fuoco.

Comune di Alto Reno Terme

- Visita alla galleria Ottocentesca. Esplorazione con guida della galleria delle Terme di Porretta con affaccio sulle sorgenti termali.
- Porretta Terme, le sue acque e il fiume Reno: Passeggiata storico-naturalistica nel centro di Porretta alla scoperta delle sue acque termali e del fiume Reno.
- Concerto “Lui e gli amici del Re”. Concerto dal vivo, tributo ad Adriano Celentano, presso Rufus Thomas Park;
- Spettacoli presso il Parco delle Terme di Porretta
- Concerto di beneficenza presso il Rufus Thomas Park

informazioni e dati utili a dare evidenza dei risultati ottenuti (ad es. il numero dei partecipanti alle iniziative realizzate e/o promosse)

La manifestazione nel territorio metropolitano, è stata eseguita in coerenza con gli input e gli obiettivi individuati da APT e ha quindi contribuito in toto ad accrescere e valorizzare il brand “Notte Celeste” che , da oltre un decennio, si ripete, sempre con maggior efficacia a livello regionale, quale appuntamento di spicco per far conoscere il wellness tourism, in ambito termale.

Si è stimata la presenza totale di circa 6.000 partecipanti.

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

Come sopra descritto, “Notte Celeste” essendo una manifestazione che si tiene in tutti Comuni sedi degli stabilimenti termali della Regione Emilia Romagna, ha come caratteristica essenziale quella della integrazione e

derivazione con le azioni di promozione turistica a livello regionale individuate da APT che la attua, appunto, in collaborazione con COTER - I Circuito Termale dell' Emilia Romagna e con con gli Enti locali, gli stabilimenti termali e le diverse realtà attive nei territori. Un evento unico in Italia: una notte dedicata al benessere termale che si festeggia contemporaneamente in 7 province – con 23 centri termali.

correlazione tra promozione e commercializzazione

Le attività di promozione realizzate in occasione della Notte Celeste hanno creato un impatto su tutta la filiera turistica e dei servizi generando proposte e opportunità a livello commerciale ed economico.

LAGOLANDIA 2023

PG n. 2098 del 15/01/2024
Integrazione PG n. 14831 del 05/03/2024

presentato da Unione dei Comuni dell'Appennino Bolognese

Comuni coinvolti: Comune di Castel di Casio, Comune di Camugnano, Comune di Castiglione dei Pepoli, Comune di San Benedetto Val di Sambro (con la direzione artistica di Articulture)

Il totale della spesa rendicontata è pari a € 31.082,09, interamente ammessa. Si conferma l'importo concesso pari a € 13.450,50 a fronte della realizzazione delle azioni previste dal progetto e dei risultati attesi e di una spesa rendicontata ammessa superiore all'80% della spesa progettuale ammessa di € 38.430,00.

descrizione consuntiva del progetto

Tra giovedì 3 e domenica 6 agosto si è svolta la decima e ultima edizione di “Lagolandia – Villeggiatura Contemporanea”, progetto che dal 2014 si è proposto di esplorare in modo originale e “giocosamente” l'area appenninica dei Laghi di Bologna, per valorizzare le bellezze naturalistiche e le eccellenze di un territorio spesso sconosciute agli stessi residenti e ai cittadini dei capoluoghi limitrofi. Un progetto turistico, ma soprattutto culturale nato con l'obiettivo di riappropriazione del territorio da parte della sua comunità residente e di ri-definizione di un'identità collettiva. Dieci edizioni dopo, oltre 150 ospiti da tutta Italia, 3.500 camminatori coinvolti e un importante percorso sia dal punto di vista culturale che dello sviluppo territoriale, d'accordo con le amministrazioni locali e i partner di progetto si è deciso di chiudere l'esperienza con un'edizione speciale, che concentrasse le energie e l'attenzione su un unico lungo weekend di esplorazione attraverso i laghi di Suviana, Brasimone, Santa Maria e Castel dell'Alpi.

Per l'occasione, infatti, è stato proposto un itinerario che collegasse tutti e quattro i laghi, concependo l'evento sia come unitario – per cui un gruppo di camminatori ha percorso in 4 giornate/tappe l'intero sentiero –, sia come la composizione di 8 segmenti/sotto tappe, a cui era possibile aderire singolarmente, confermando in questo modo una delle caratteristiche principali della manifestazione, ovvero l'accessibilità della sua offerta a target più e meno esperti. Invariata la formula dei “sentieri culturali” guidati da ospiti d'eccezione: il geografo Franco Farinelli, che ha inaugurato il cammino, l'archeologo Andrea Augenti e il divulgatore scientifico Lorenzo Monaco, i giornalisti Sarah Gainsforth e Luca Martinelli, l'antropologa Maria Molinari, l'attore Alessandro Tampieri e il progetto human specific MetRozero. Il Centro Ricerche Enea, partner del progetto dal 2014, ha aperto le porte della sua centrale del Lago Brasimone per la consueta visita guidata dagli ingegneri e ricercatori dell'Enea, e ha ospitato all'interno dell'iconico edificio PEC il reading illustrato e sonorizzato di Massimo Zamboni, Bestiario selvatico, preceduto da una conversazione con il faunista Sandro Nicoloso.

obiettivi conseguiti

- 1) Promozione di modalità di fruizione ed esplorazione originali del territorio appenninico, dove locale e sovralocale si incontrano, per scoprire nuove forme dell'abitare e del turismo sostenibile
- 2) Consolidamento della compagine pubblica-private che sostiene il progetto
- 3) Proposta artistica e culturale di qualità, con ospiti di caratura nazionale e nel rispetto dei vincoli di budget, confermata dal successo di pubblico
- 4) Incremento dell'indotto sul territorio durante le giornate della manifestazione, soprattutto in termini di pasti consumati e pernotti
- 5) 50 km di cammino proposti e 20 camminatori che hanno percorso l'intero itinerario da Suviana a Castel dell'Alpi
- 6) Consolidamento della relazione con Centro di Ricerche Enea Brasimone, che ha patrocinato l'iniziativa e co-organizzato le attività all'interno dei suoi spazi, e della collaborazione con l'Associazione U.S.C.A di

Castel dell'Alpi

- 7) Lancio del progetto del venturo Sentiero dei Laghi di Bologna con ottimi riscontri da parte della stampa e del pubblico
- 8) alcuni appuntamenti erano adatti anche a famiglie con bambini
- 9) tutti gli interventi artistici sono stati realizzati nell'assoluto rispetto delle norme di sicurezza e contrattuale
- 10) Ottima copertura stampa on e off line e traffico social nelle tre settimane prima della manifestazione e durante il weekend

modalità concrete di attuazione del progetto

ideazione di un Sentiero che unisca i laghi di Suviana, Brasimone, Santa Maria e Castel Dell'Alpi, 8 "sentieri culturali", 1 reading sonorizzato, 1 live musicale, 1 djset.

azioni realizzate e risultati ottenuti rispetto a quelli previsti

gennaio-aprile 2023

Riunioni di coordinamento con i partner di progetto e le amministrazioni locali coinvolte

Definizione del budget

Sopralluoghi per verificare lo stato dei sentieri

Definizione di un itinerario che collegasse i 4 laghi e confronto con le amministrazioni locali Contatti con ospiti e artisti

maggio-luglio 2023

Sopralluoghi definitivi e conferma dell'itinerario

Chiusura accordi con ospiti e artisti

Finalizzazione del programma: 8 "sentieri culturali", 1 reading sonorizzato, 1 live musicale, 1 djset

Aggiornamento identità visiva Lagolandia e declinazione sui vari supporti promozionali (locandina, manifesti, cartolina)

Riattivazione community sui social e aggiornamento sito

Attività di ufficio stampa (organizzazione conferenza stampa e recall giornalisti e stakeholder) e comunicazione on e off line (affissioni comunali, distribuzione locandine e cartoline nei principali luoghi di interesse del territorio, post e sponsorizzate Fb e IG, invio newsletter)

Apertura prenotazioni

Agosto 2023

4 giornate di evento

Attività di follow up

soggetti pubblici e/o privati effettivamente coinvolti nel progetto

Lagolandia è sostenuta da una compagine solida ed eterogenea, capitanata da Articolture/Bottega Bologna, casa di produzione culturale bolognese, e dal collettivo di camminatori-ricercatori Boschilla Il suono del tuo passo, che vede la piena partecipazione dell'Unione Appennino Bolognese, per conto dei quattro Comuni promotori, ovvero il Comune di Camugnano, il Comune di Castiglione dei Pepoli, il Comune di Castel di Casio e il Comune di San Benedetto Val di Sambro, in partnership con il Centro di ricerche ENEA Brasimone.

La decima edizione è stata inserita in Bologna Estate 2023, il cartellone di attività promosso e coordinato dal Comune di Bologna e dalla Città metropolitana di Bologna - Territorio Turistico Bologna-Modena.

attività svolte, segnalando e motivando gli eventuali scostamenti da quanto indicato in fase di presentazione progetto

Giovedì 3 agosto | Prima tappa: Suviana > Brasimone (via Stagno)

h. 9 | Sentiero In-between con Franco Farinelli, geografo

h. 14.30 | Sentiero migrante con Maria Molinari, antropologa e guida ambientale, e Giacomo Agnetti, illustratore e regista

h. 17 | Sentiero energetico Visita al Centro Ricerche Brasimone, con gli ingegneri e i ricercatori di ENEA

h. 21.30 | Massimo Zamboni, Bestiario Selvatico Reading illustrato e sonorizzato, presso il Centro Ricerche ENEA Brasimone

Venerdì 4 agosto | Seconda tappa: Brasimone > Santa Maria (via Abetina e Monte Bagucci)

h. 9 | Sentiero fantalitterario con Lorenzo Monaco, divulgatore scientifico e fondatore di Tecnoscienza

h. 14.30 | Sentiero delle possibilità con Sara Giordani, performer e insegnante di yoga, e Alessandro Tampieri, attore e regista - progetto human specific MetROzero

h. 21 | Donna Ginevra e le Stazioni Lunari Live di Ginevra di Marco, Castiglione dei Pepoli

Sabato 5 agosto | Terza tappa: Santa Maria > Baragazza (via Rasora e Sentiero dei Minatori)

h. 9 | Sentiero archeologico con Andrea Augenti, archeologo e divulgatore

- h. 14.30 | Sentiero dell'abitare con Sarah Gainsforth, scrittrice e ricercatrice indipendente
h. 21 | Sentiero degli astri con Alessandro Tampieri, attore e regista
Domenica 6 agosto | Quarta tappa: Baragazza > Castel dell'Alpi (via Bruscoli e Passeggere)
h. 9 | Sentiero del futuro con Luca Martinelli, giornalista indipendente
h. 14.30 | Sentiero verticale con Febo Del Zozzo, regista e fondatore di Compagnia Laminarie
h. 18:30 | @ Lago di Castel dell'Alpi "UN'ESTATE AL LAGO" - LAGOLANDIA CLOSING PARTY

informazioni e dati utili a dare evidenza dei risultati ottenuti (ad es. il numero dei partecipanti alle iniziative realizzate e/o promosse)

- 7 degli 8 sentieri culturali proposti sono andati in pochi giorni sold out ed è stata attivata una lista di attesa per un totale di oltre 200 camminatori coinvolti su 4 giornate
- 20 camminatori che hanno percorso l'intero itinerario da Suviana a Castel dell'Alpi (4 gg)
- oltre 90 persone presenti al reading di Massimo Zamboni a Brasimone (capienza della location ampiamente raggiunta)
- oltre 200 persone a brindare sulle sponde del lago di Castel dell'Alpi per la festa di chiusura del weekend
- 160 persone presenti al concerto di Ginevra di marco presso il Teatro di castiglione dei Pepoli

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

L'evento è stato inserito all'interno del cartellone di Bologna Estate

correlazione tra promozione e commercializzazione

Sono state attivate collaborazioni con imprese locali che agiscono in ambito di promo-commercializzazione.

BACCANALE 2023. RASSEGNA CULTURALE ED ENOGASTRONOMICA

PG n. 1084 del 09/01/2024

presentato da Comune di Imola

Comuni coinvolti: Comuni del Nuovo Circondario Imolese

Il totale delle spese rendicontate ammesse ammonta a € 40.000,00. Si conferma l'importo concesso pari a € 14.000,00 a fronte della realizzazione delle azioni previste dal progetto, dei risultati attesi e di una spesa rendicontata ammessa pari alla spesa progettuale ammessa di € 40.000,00.

descrizione consuntiva del progetto

Il 21 ottobre si è dato avvio all'edizione 2023 del "Baccanale", rassegna culturale ed enogastronomica che si svolge con successo da oltre trent'anni a Imola. Elemento fondamentale per la riuscita di una manifestazione che ha conquistato il cuore dei cittadini e dei numerosi visitatori che scelgono il periodo autunnale per visitare la città è un'attenzione sempre costante alla creazione di un calendario di eventi ricco, innovatore e che unisca cultura e tradizione enogastronomica. Al centro del Baccanale infatti risiedono temi importanti e strettamente legati al territorio: promozione e conoscenza delle tradizioni popolari, valorizzazione delle attività produttive e della ricettività del territorio. L'unione tra cultura e gastronomia non potrebbe essere più felice; dopo aver assistito agli oltre cento eventi che ogni anno vengono organizzati nel periodo, si può scegliere tra tanti ristoranti in cui gustare un menù a tema appositamente creato e adattato al tema dell'anno.

Il tema scelto per l'edizione 2023 è "mediterraneo", un termine che racchiude tutta la ricchezza e le molteplici sfaccettature della tradizione culinaria italiana. Sulle tavole mediterranee la natura è sempre protagonista con i prodotti della terra, delle vigne e degli orti ma anche con semplici piatti di mare e carne, esaltati dall'uso sapiente delle erbe aromatiche che crescono in maniera spontanea lungo le coste. Il cibo assume, nelle tradizioni popolari mediterranee, una forza evocativa che parla di passato, presente e futuro; condividere il cibo è un meccanismo di inclusione, integrazione e di relazione tra autoctoni e stranieri. La scelta di questo tema è stata particolarmente apprezzata perché, grazie alla vastità delle sue possibili declinazioni, ha consentito a ristoratori, esercenti, enti, associazioni del territorio, produttori agricoli, di spaziare tra argomenti molto diversi tra loro, di approfondire temi importanti, di sperimentare in cucina, di ampliare il proprio orizzonte anche a tradizioni non italiane.

Un Baccanale davvero denso di novità quello che ha impegnato nel 2023 la Città di Imola, innanzitutto per quanto riguarda il periodo di svolgimento. La prima, rilevante novità infatti è stata l'"Anteprima Baccanale", un weekend

nel mese di maggio (26-28 maggio) che ha rappresentato un vero e proprio “assaggio” di quanto poi sarebbe avvenuto nel corso dell’edizione autunnale. Una tre giorni dedicata in primo luogo a presentare il tema dell’anno attraverso laboratori del gusto per bambini e adulti, spettacoli a tema, show cooking, proposte gastronomiche dei ristoranti imolesi, degustazioni e talk con la partecipazione di esperti, giornalisti, chef, gastronomi (Eleonora Cozzella, Cristiano Tomei, Jessica Rosval solo per citarne alcuni). Un format totalmente nuovo, per un appuntamento richiesto a gran voce da tutti gli operatori del settore e dai cittadini, per declinare, in maniera originale, una manifestazione che tradizionalmente è legata ad un periodo dell’anno, l’autunno, e alla stagionalità dei prodotti ad esso legati. Elemento fondamentale e nuovo, la location della centralissima piazza Matteotti, con uno stand/area eventi che ha costituito il fulcro delle attività dell’intero weekend e i gazebo allestiti per i ristoratori imolesi che hanno proposto ai numerosi visitatori un loro menù collettivo a tema mediterraneo. L’iniziativa, inserita in un contesto non semplice considerato gli eventi drammatici del mese di maggio, ha anche assunto un valore solidaristico nel momento in cui, i ristoratori coinvolti hanno scelto di versare parte del ricavato del weekend a sostegno degli alluvionati, dimostrando il forte legame tra le imprese locali e il territorio. Il grande successo ottenuto dall’Anteprima ha indotto l’Amministrazione comunale a riproporre, anche per il periodo autunnale, il medesimo assetto della piazza nei quattro weekend della manifestazione che sono stati animati da attività a tema tra cui: laboratori, degustazioni, incontri, presentazioni di libri e talk tematici con ospiti di rilievo nazionale.

Ha contribuito a rinnovare e arricchire il programma di eventi del Bacchanale 2023 un evento di portata nazionale, la mostra “Gusto! Gli italiani a tavola. 1970-2050”, che dopo Mestre-Venezia e Parma è arrivata a Imola nella sala museo dell’Autodromo Enzo e Dino Ferrari. La mostra, realizzata dalla Fondazione Museo M9 di Venezia Mestre e curata da Massimo Montanari e Laura Lazzaroni, pone al centro della riflessione la parola “gusto”, in un viaggio ideale nella relazione tra gli italiani e il cibo. La mostra, aperta al pubblico per tutta la durata della rassegna a ingresso gratuito, è stata l’occasione per poter organizzare, prima volta per il Bacchanale, un dossier di attività didattiche a tema “cibo” dedicate alle scuole imolesi, con proposte di visita guidata e laboratori creativi tematici a cui hanno aderito cinque classi della scuola primaria e secondaria.

Fondamentale per la riuscita dell’esposizione la collaborazione con l’Autodromo di Imola, che testimonia, anno dopo anno, la continuità che esiste tra le iniziative organizzate in centro storico e presso il circuito non in concorrenza tra di loro, ma a creare un asse culturale importante tra i due poli di attrazione principali della città. In coerenza con questo principio una piccola sezione fotografica della mostra dedicata ai prodotti del territorio ha trovato posto, nella modalità delle “Mostre in centro” sui portici di piazza Gramsci in Centro storico.

Gli spazi occupati dalla mostra in Autodromo hanno inoltre ospitato nel primo fine settimana l’evento inaugurale del Bacchanale 2023 e nell’ultimo fine settimana il “Banco d’assaggio dei vini e dei prodotti dell’imolese” e la rassegna tematica dedicata alla filiera olearia del territorio, “Olimola”.

Le novità permettono di rivitalizzare una manifestazione già solida, ma sono come sempre affiancate ad alcuni momenti tradizionali che rappresentano il cuore e il successo della rassegna: le conferenze di personalità di rilevanza internazionale (l’antropologa Elisabetta Moro, lo storico Massimo Montanari), ospitate nello splendido salone di Palazzo Sersanti, le numerose attività legate alla promozione dei prodotti del territorio, e come ogni anno i menù a tema dei 34 ristoratori che hanno scelto di aderire all’edizione 2023, partner e attori fondamentali nella riuscita della manifestazione.

obiettivi conseguiti

In occasione dell’edizione 2023, il Bacchanale ha riconfermato la propria posizione di appuntamento centrale del programma culturale imolese, testimoniato da un significativo gradimento del pubblico e numerosi apprezzamenti da parte di tutti i partecipanti. L’anteprima nel mese di maggio ha visto un’ottima partecipazione, nonostante le circostanze difficili in cui si è svolto. L’Amministrazione comunale ha dimostrato di essere all’ascolto delle esigenze dei portatori di interesse e del pubblico, coniugando tali richieste con la necessità di innovare un format di grande successo.

modalità concrete di attuazione del progetto

La novità introdotta con l’edizione 2023, l’“Anteprima Bacchanale”, ha consentito di sperimentare un allestimento originale e nuovo per la piazza principale della Città che ha costituito il fulcro di tutta la rassegna. Un grande stand centrale nella quale si sono susseguiti i talk, occasioni di approfondimento della tematica del Bacchanale, in un formato più dialogico, rapido e che ha visto coinvolte diverse personalità che gravitano intorno al mondo legato alla cultura del cibo. Produttori agricoli che hanno illustrato le eccellenze che il territorio ha da offrire, e ancora chef stellati, nutrizionisti, giornalisti che hanno saputo vivacizzare la piazza raccontando il “mediterraneo”, ognuno in una declinazione diversa. Non soltanto talk ma anche show cooking, dimostrazioni pratiche e laboratori condotti da esperti.

L'edizione 2023 è riuscita a vincere la scommessa di raddoppiare gli appuntamenti, creando una programmazione ad hoc per il periodo primaverile e quello autunnale. Questa doppia organizzazione ha permesso infatti di creare un fil rouge tra i due momenti, proponendo alcune attività/momenti in continuità, e prevedere invece eventi specifici pensati per una delle due occasioni. Un elemento di continuità, piazza Matteotti, come centro nevralgico delle attività tematiche. Dopo il successo ottenuto dall'Anteprima Bacchanale, anche per l'edizione autunnale si è deciso di riproporre la stessa tipologia di assetto della piazza, superando l'allestimento dei due anni precedenti che prevedeva i "Palchi del gusto", stand distribuiti in tutto il centro storico. La decisione di prevedere un unico punto focale delle attività si è dimostrata vincente, consentendo di individuare con immediatezza e semplicità, lo svolgimento della rassegna a chiunque transitasse per il centro storico.

Il programma tematico della rassegna autunnale ha visto un'articolazione dei weekend in sotto temi, scelti per valorizzarne al meglio la ricchezza con occasioni di approfondimento più specifiche. Un primo weekend, idealmente collegato a quanto accaduto nel mese di maggio è stato dedicato alla solidarietà e alle imprese del territorio colpite dagli eventi alluvionali; il secondo weekend è stato dedicato al pesce, il penultimo weekend ha raccontato le ricchezze della terra e dei prodotti agricoli (le verdure) e infine, nell'ultimo weekend una carrellata di proposte tematiche dedicate al mondo dei cereali. Uno di questi sotto temi si è sicuramente distinto per originalità e valore dell'offerta proposta: il Bacchanale è riuscito a portare "Il mare a Imola" tra il 27 e il 29 ottobre, grazie alla collaborazione con "Chef to chef Emiliaromagnacuochi", associazione culturale che si impegna a favorire l'evoluzione della gastronomia regionale e la sua affermazione a livello nazionale ed internazionale. Nelle tre giornate, con ospiti importanti, chef stellati e operatori del settore sono state proposte attività dedicate al mondo del pesce, incontri divulgativi, laboratori, conferenze che hanno contribuito ad approfondire in questo modo il rapporto tra filiera produttiva, utilizzo delle materie prime che il territorio della Regione ha da offrire e valorizzazione di queste varietà regionali in cucina.

In continuità con quanto avvenuto per l'edizione precedente, sono state rafforzate attività specifiche che hanno ottenuto un buon riscontro. Da un lato, le visite alle realtà produttive del territorio (filiera produttiva dell'olio, delle noci, del vino) che hanno permesso di vivere, in maniera diretta, gli aspetti probabilmente meno noti legati a prodotti che consumiamo quotidianamente sulle nostre tavole. D'altro canto, la volontà di avvicinare il Bacchanale ad un pubblico giovane, e tradizionalmente più distante dalla rassegna, si è tradotta in una fruttuosa collaborazione con il centro giovanile comunale Cà Vaina, che ha organizzato attività dedicate ad un pubblico "young" nell'ultimo weekend della rassegna dedicato ai cereali, con un talk tematico e un affollato laboratorio under-35 dedicato alla pizza, condotto da un giovane pizzaiolo imolese.

azioni realizzate e risultati ottenuti rispetto a quelli previsti

Per favorire un ampliamento del pubblico coinvolto nella rassegna, si è deciso di apportare alcune modifiche al piano della comunicazione.

Sono stata confermate, come per l'edizione 2022, le affissioni pubbliche dei manifesti, con la bella illustrazione realizzata dallo street artist veronese "Cibo": hanno coperto un territorio vasto raggiungendo, oltre Imola e tutti i Comuni del Circondario imolese (Borgo Tossignano, Casalfiumanese, Castel del Rio, Castel Guelfo di Bologna, Castel San Pietro Terme, Dozza, Fontanelice, Medicina, Mordano) le città di Bologna, Budrio, Carpi, Cento, Cesena, Ferrara, Firenzuola, Lugo, Bagnacavallo, Massa Lombarda, Modena, Parma, Ravenna, Riccione, Rimini, San Lazzaro di Savena, Sant'Arcangelo di Romagna. In parallelo, per rispondere all'esigenza di riduzione del materiale cartaceo, si è scelto di utilizzare un unico stampato in formato tabloid, contenente il programma della rassegna e i menu a tema dei ristoranti, che è stato distribuito nelle buchette di tutte le famiglie dei dieci Comuni del Circondario imolese (n. 66820 copie) e in vari luoghi in città, edicole, luoghi degli eventi, uffici turistici di Imola, Castel Guelfo e Bologna. A fronte della diminuzione della promozione cartacea, il Bacchanale 2023 è stato promosso grazie ad azioni specifiche rivolte da un lato ad una tradizionale promozione sulla stampa, e dall'altro da una presenza web/social implementata rispetto al passato. In primo luogo, si è affidato il servizio di supporto all'ufficio stampa ad una ditta esterna al Comune, attiva a livello nazionale e specializzata in relazioni con i media tradizionali e digitali, con l'obiettivo di ottenere la massima attenzione da parte dei media. Il coinvolgimento, sin dalla conferenza stampa, ha permesso di attirare l'attenzione su Imola e sulla rassegna (erano presenti in conferenza stampa i giornalisti appartenenti a 15 testate giornalistiche di livello nazionale). L'interesse per la stampa tradizionale è stato evidenziato ancora una volta dalla collaborazione con Bologna Welcome che ha organizzato un viaggio stampa con un piccolo gruppo di giornaliste per scoprire le bellezze di Imola declinate in chiave "Bacchanale". Un weekend (l'ultimo di ottobre) all'insegna delle visite guidate in città alternate alla partecipazione ad eventi del Bacchanale. L'esito di questo weekend di promozione è apparso sul web: (<https://www.fsnews.it/it/eventi/gourmet/2023/11/3/treno-bacchanale-2023-imola-.html>).

L'obiettivo di valorizzare l'importanza della rassegna e le sue specificità anche attraverso le piattaforme social più diffuse per consentire ad un pubblico più ampio di conoscerla contribuendo in questo modo ad una più ampia e

capillare diffusione delle informazioni, ha contribuito alla decisione di affidare la comunicazione social ad una ditta specializzata, la cui attività, in stretta collaborazione con il personale interno, si è concentrata nella progettazione di un piano editoriale e di copywriting studiato appositamente per valorizzare i momenti salienti della manifestazione, nella realizzazione professionale di servizi fotografici, riprese e montaggi video, utilizzati con ottimi risultati nella comunicazione social.

soggetti pubblici e/o privati effettivamente coinvolti nel progetto

Il Nuovo Circondario Imolese è stato partner organizzativo del Bacchanale 2023. Hanno contribuito ad arricchire la rassegna con eventi a tema e attività a tema “mediterraneo”: Imola Faenza Tourism Company, Cia Imola, Confagricoltura Bologna, Unione Generale Coltivatori CISL, Associazione turistica Proloco Imola, Frantoio Valsanternò, Consorzio Vini di Romagna Comitato Colli d’Imola DOC, Accademia italiana della cucina, Associazione Periti Agrari ex Allievi Istituto Agrario G. Scarabelli, Università Aperta, Associazione “I Difensori della Rocca”, Associazione Astrofili Imolesi, Montecatone Rehabilitation Institute, Università di Bologna (sede di Imola), Associazione Chef to Chef Emilia-Romagna cuochi, Scuole dell’Infanzia Carducci e Vespignani, Compagnia del Garganello, Touring Club italiano (comitato di Imola), Slow Food, Associazione Trama di Terre, AUSL Imola, Associazione “Nel giardino, nella natura”, Officina Immaginata soc. coop., centri sociali del territorio, oltre ai 37 ristoranti e ai pubblici esercizi del Circondario imolese con i loro menù a tema e fuori menù.

attività svolte, segnalando e motivando gli eventuali scostamenti da quanto indicato in fase di presentazione progetto

Con la scelta del tema 2023 “mediterraneo” l’organizzazione del Bacchanale ha affrontato le attività programmate seguendo lo schema previsto che prevede lo sviluppo del programma della rassegna attraverso le principali linee di intervento riferite alla cultura del cibo e alla valorizzazione e promozione della città e del territorio in particolare attraverso la sua enogastronomia. Un tema così ampio ma non banale e di grande attualità ha portato con sé una ricchezza di spunti e di contenuti da approfondire e raccontare che è stato uno degli elementi più qualificanti di questa edizione.

Particolare importanza ha assunto la riflessione e le conseguenti azioni condotte per ampliare e rinnovare le modalità di comunicazione e promozione della rassegna, mantenendo comunque la tradizionale capillare informazione rivolta alle famiglie dei dieci comuni del Circondario imolese e implementando la comunicazione digitale.

Da segnalare in particolare la creazione dell’evento di “anteprima” che ha riscosso un notevole successo di pubblico e riconoscimenti da parte degli addetti ai lavori.

La presenza in piazza Matteotti di stand gastronomici e uno stand per eventi sempre attivi dal venerdì alla domenica con un programma ricco e differenziato e proposte tematiche, di intrattenimento e gastronomiche progettate ad hoc, ha portato il risultato auspicato di rendere più evidente la presenza del Bacchanale in città, con partecipazione numerosa di cittadini e turisti nelle vie del centro animate e frequentate.

Portare a Imola una grande mostra tematica è stato un impegno importante per l’organizzazione, ripagato dagli apprezzamenti delle numerose persone che hanno avuto modo di visitarla.

informazioni e dati utili a dare evidenza dei risultati ottenuti (ad es. il numero dei partecipanti alle iniziative realizzate e/o promosse)

La manifestazione è stata, come ogni anno, molto partecipata. “Anteprima Bacchanale”, svoltasi sicuramente in un periodo particolarmente propizio a godere del bel tempo e dell’aria aperta, ha ottenuto un ottimo successo considerato il fattore novità, con oltre 5000 presenze nelle sole serate di venerdì e sabato e la domenica. In autunno invece, ottimi numeri dei partecipanti alle attività in programma: confermati, come l’anno scorso, l’interesse e l’alta partecipazione ai laboratori di cucina e del gusto, a dimostrazione del successo di una rassegna che sempre di più si propone di far “mettere le mani in pasta” ai visitatori. L’interesse ad approfondire la conoscenza delle tradizioni gastronomiche del territorio, passa anche dall’esigenza di metterle in pratica e questo aspetto, trasversale tra le varie fasce d’età, interessa un pubblico già esperto ma anche i più giovani. Le conferenze, fiore all’occhiello della rassegna, hanno saputo interessare un pubblico già sensibilizzato ai temi cari del Bacchanale; il richiamo di nomi importanti del mondo accademico (prof. Montanari, prof.ssa Moro) ha confermato il Bacchanale come rassegna dall’alto valore qualitativo. I talk, novità dell’anno, hanno saputo mettere in campo un gruppo piuttosto variegato di personalità legate al mondo della cultura del cibo e della gastronomia (lo chef Cristiano Tomei, per citare forse il più famoso) ma anche del mondo dello spettacolo, che hanno saputo catturare il pubblico grazie ad una vivacità nell’esposizione, ad una facilità nel contatto con il pubblico e ad una maggiore immediatezza e velocità negli scambi e nel racconto dei contenuti. In questo senso, la decisione di organizzare tutti i talk in piazza ha favorito la presenza di un pubblico crescente e vario.

La mostra “Gusto!” ha registrato una buona partecipazione di pubblico (oltre 2000 visitatori e 5 scolaresche coinvolte nelle attività didattiche).

In crescita per il Bacchanale anche la presenza nei social e nella rete.

La comunicazione social gestita con il supporto di una ditta specializzata ha avuto esiti molto positivi: la pagina Facebook del Bacchanale ha ottenuto un +682 nel numero di follower nel periodo della manifestazione (raggiungendo un totale di 6.683 fan totali). Le impressioni, ovvero il numero di volte in cui una singola inserzione è stata visualizzata sullo schermo, ha raggiunto + 53.000. I post che hanno avuto maggiormente successo, quelli dedicati a presentare il programma specifico di ciascun weekend (con una particolare attenzione al weekend dedicato al pesce a Imola, nonché gli eventi organizzati in Autodromo: Banco d’assaggio dei vini e prodotti dell’imolese e Olimola). Anche la pagina Instagram è cresciuta nel periodo della rassegna: il numero di follower ha raggiunto la cifra di 1900 (con un +124 nelle settimane della manifestazione). Il pubblico iscritto alla pagina, costituito principalmente da donne, è basato soprattutto ad Imola (per un 39,7%) e in altre città della Regione (Bologna, Faenza, Castel San Pietro Terme, Lugo, Ravenna, Dozza, Medicina, Mordano e Forlì) a testimonianza del fatto che il pubblico interessato alla rassegna è soprattutto quello di prossimità.

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

Grazie alla partecipazione di IF, Imola Faenza Tourism Company, sono state organizzate visite guidate alla città e ai monumenti più importanti a destinazione di un pubblico di turisti stranieri (le visite guidate si sono svolte in lingua inglese). Principale centro di attenzione di queste visite, la mostra “Bertozzi&Casoni: tranche de vie”. La mostra, che si sviluppa sulle tre sedi espositive della Città (Palazzo Tozzoni, Museo San Domenico, Rocca Sforzesca) è dedicata alle creazioni dei due famosi ceramisti evidenziandone il legame con la città. Per creare una felice sinergia tra il “Bacchanale”, i musei cittadini e la mostra, si è offerto un ingresso gratuito alla sede espositiva della Rocca Sforzesca a tutti coloro che hanno scelto di gustare uno dei numerosi menù a tema proposti dai ristoranti di Imola e del Nuovo Circondario Imolese.

correlazione tra promozione e commercializzazione

Partner fondamentali della buona riuscita della manifestazione, i ristoratori e pubblici esercizi di Imola e del Nuovo Circondario Imolese che hanno aderito alla manifestazione. L’adesione è stata duplice: chi ha partecipato all’edizione primaverile, proponendo specialità “da asporto” o partecipando all’evento in piazza Matteotti, per un Bacchanale da passeggio (aspetto favorito anche dal clima mite della stagione primaverile) e chi ha aderito invece alla più classica e molto attesa edizione autunnale con veri e propri menù a tema costruiti ad hoc. Il tema scelto ha riscontrato un particolare successo; diversi ristoratori hanno scelto di proporre menù settimanali diversi declinando in cucina tutte le mille sfaccettature del tema “mediterraneo”. La decisione di concentrare le attività in particolar modo nel corso dei weekend ha permesso a cittadini e visitatori di godere a pieno del centro storico e dei suoi esercizi e attività commerciali.

EMOZIONARSI IN PIANURA

PG n. 2489 del 16/01/2024

Integrazione PG n. 16098 del 11/03/2024

presentato da Comune di San Giovanni in Persiceto

Comuni coinvolti: Comune di Anzola dell’Emilia, Comune di Argelato, Comune di Bentivoglio, Comune di Budrio, Comune di Castello d’Argile, Comune di Castel Maggiore, Comune di Crevalcore, Comune di Galliera, Comune di Pieve di Cento, Comune di San Giorgio di Piano, Comune di San Pietro in Casale, Comune di Sant’Agata Bolognese

<p>Il totale delle spese rendicontate ammissibili ammonta a € 18.762,70. Si rimodula l’importo inizialmente concesso pari a € 11.529,00 in € 8.208,68 a fronte della realizzazione delle azioni previste dal progetto e dei risultati attesi e di una spesa rendicontata ammessa inferiore all’80% della spesa progettuale ammessa di € 32.940,00. Si realizza pertanto un’economia pari a € 3.320,32.</p>
--

descrizione consuntiva del progetto

//

obiettivi conseguiti

1^ azione

Costruzione di un archivio fotografico e di video da utilizzare per implementare il sito Turismo in Pianura e creare una strategia di promozione visiva del sub Ambito Pianura. Sono state pianificate diverse azioni per i comuni afferenti alla Pianura di seguito dettagliate:

LUOGO	POI	N° SCATTI	VIDEO	DURATA
ANZOLA	7	21	1	60''
BARICELLA	5	15	1	30''
BUDRIO	16	48	1	69/90''
CASTELLO D'ARGILE	2	6	1	30''
GRANAROLO DELL'EMILIA	4	12	1	30''
CREVALCORE	14	42	1	60''
MINERBIO	7	21	1	30''
SALA BOLOGNESE	7	21	1	30''
SAN GIOVANNI IN PERSICETO	21	63	1	60/90''
SAN PIETRO IN CASALE	7	21	1	30''
ARGELATO	9	27	1	30''
BENTIVOGLIO	9	27	1	30''
CALDERARA DI RENO	6	18	1	30''
CASTEL MAGGIORE	13	39	1	60''
GALLIERA	4	12	1	30''
MALALBERGO	1	5	1	30''
MOLINELLA	4	12	1	30''
PIEVE DI CENTO	15	45	1	60/90''
SAN GIORGIO DI PIANO	2	6	1	30''
SANT'AGATA BOLOGNESE	4	12	1	30''
PIANURA			1	90''

https://drive.google.com/drive/folders/1hJd-05uRuU_JNA1cdhkUYFabg9SuFo7z?usp=sharing

2^ azione

Promozione dell'intero Territorio sub ambito Pianura all'interno di eventi metropolitani (Ciclofesta e Anello di Pianura – Domeniche Ciclabili) e la Fiera di Settembre di Persiceto

modalità concrete di attuazione del progetto

Il progetto nella prima fase, 2023, ha previsto l'esecuzione del materiale fotografico mentre la realizzazione del video sarà svolta nel 2024.

azioni realizzate e risultati ottenuti rispetto a quelli previsti

Grazie al supporto di Sustenia che ha affiancato la WILDLAB (Ditta affidataria dell'esecuzione del materiale fotografico e di riprese) si è riuscito ad avere una pronta risposta dai comuni afferenti la Pianura ed un buon coinvolgimento per l'apertura di luoghi solitamente chiusi.

soggetti pubblici e/o privati effettivamente coinvolti nel progetto

Nel progetto sono stati coinvolti Bologna Welcome come consulente per la scelta della tipologia di agenzia a cui affidare l'incarico e Sustenia Gestore del punto informativo ExtraBo e soggetto operativo per la promo-commercializzazione del tracciato della Ciclovía del Sole.

attività svolte, segnalando e motivando gli eventuali scostamenti da quanto indicato in fase di presentazione progetto

Rispetto al progetto originale ci è stato un discostamento sulle attività di promozione trasversali da mettere in campo.

informazioni e dati utili a dare evidenza dei risultati ottenuti (ad es. il numero dei partecipanti alle iniziative realizzate e/o promosse)

Le attività svolte riferite all'azione 2 hanno visto una buona partecipazione di cittadini ed un ottimo interessamento per le proposte del territorio.

Nello specifico lo IAT in fiera ha visto:

148 persone sabato: provenienza territorio Pianura, 39 provincia di Modena, 2 inglesi ed 1 tedesco.

292 persone domenica: provenienza territorio Pianura, 16 provincia di Modena, 3 Bolzano, 3 Verona, 2 Ferrara, 4 inglesi, 2 Como, 2 Reggio Emilia Maggiore interesse per le Ciclovie (c'è necessità di maggior materiale e aggiornare con maggiori dettagli quello esistente)

Ciclovía del Sole richiesta di maggiori dettagli sui punti di accesso e collegamenti verso Verona e Bologna

Ciclovie del Reno e Del Navile richiesta di collegamenti con le maggiori infrastrutture ciclabili

Bicipolitana richiesta di collegamenti con le maggiori infrastrutture ciclabili

Materiale relativo ad eventi ed attività sono risultati di interesse

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

//

correlazione tra promozione e commercializzazione

//

ARTE DIFFUSA IN APPENNINO: LABORATORI, ESCURSIONI, PROIEZIONI E MUSICA

PG n. 1929 del 12/01/2024

presentato da Comune di Lizzano in Belvedere

Integrazione PG n. 15129 del 06/03/2024

Comuni coinvolti: Comune di Alto Reno Terme

Il totale delle spese rendicontate ammissibili ammonta a € 10.060,30. Si rimodula l'importo inizialmente concesso pari a € 4.807,28 in € 1.867,26 a fronte della realizzazione delle azioni previste dal progetto e dei risultati attesi e di una spesa rendicontata ammessa inferiore all'80% della spesa progettuale ammessa di € 19.229,10. Si realizza pertanto un'economia pari a € 2.940,02.

descrizione consuntiva del progetto

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 ed operatori economici locali, sempre al servizio dei turisti di tutta l'area, al fine di formare una rete composta a soggetti pubblici e privati, 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 Alto Reno Terme iniziato nel 2002: sono state 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 ha previsto per il 2023 nuove emozionanti esperienze.

obiettivi conseguiti

- Miglioramento dei servizi turistici di base (accoglienza, informazione e offerta di attività turistiche);
- Creazione di una buona rete turistica cooperativa tra territori diversi;
- Maggior apprezzamento del 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;
- Maggior rafforzamento tra il territorio e i suoi visitatori;
- Maggiori presenze nelle strutture ricettive, nelle strutture della ristorazione e commercio locali;
- Sono stati creati pacchetti turistici dedicati, per la valorizzazione dei servizi offerti;
- Fidelizzazione del turista in visita, in modo che si generi anche un buon passaparola.

modalità concrete di attuazione del progetto

I progetti sono stati realizzati dall'amministrazione comunale in collaborazione con l'associazione Cinema La Pergola, La Cooperativa Madreselva e l'associazione Porretta Cinema.

azioni realizzate e risultati ottenuti rispetto a quelli previsti

Le attività sono state svolte come da progetto presentato e come meglio descritte nei volantini in allegato: sono stati realizzati laboratori, proiezioni cinematografiche ed escursioni guidate che hanno visto la partecipazione non solo dei nostri residenti, ma anche di turismo proveniente dalle regioni limitrofe come pure da turisti stranieri. Tali eventi hanno raggiunto nella maggior parte dei casi la capienza massima di partecipazione.

soggetti pubblici e/o privati effettivamente coinvolti nel progetto

I soggetti che effettivamente sono stati coinvolti nel progetto sono il Comune di Alto Reno Terme, l'Associazione Porretta Cinema (privato), la Cooperativa Madreselva (privato), l'Associazione Cinema la Pergola (privato), la Cineteca di Bologna (privato), la Farmacia "Val Carlina" (privato).

attività svolte, segnalando e motivando gli eventuali scostamenti da quanto indicato in fase di presentazione progetto

//

informazioni e dati utili a dare evidenza dei risultati ottenuti (ad es. il numero dei partecipanti alle iniziative realizzate e/o promosse)

//

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

//

correlazione tra promozione e commercializzazione

Le azioni di promozione hanno coinvolto i siti web, social relativi di ogni ente partecipante, newsletter degli Uffici IAT, servizio whatsapp del comune, volantini, radio locale RDM, nonché i calendari dell'Unione dei Comuni dell'Appennino Bolognese e il calendario di Bologna Estate.

L'APPENNINO RITROVATO: ESCURSIONI, NATURA E CULTURA ALLA SCOPERTA DEL TERRITORIO. EDIZIONE 2023

PG n. 2150 del 15/01/2024

presentato da Comune di Alto Reno Terme

Comuni coinvolti: Comune di Lizzano in Belvedere

Il totale delle spese rendicontate ammesse ammonta a € 8.500,00. Si conferma l'importo concesso pari a € 1.800,00 a fronte della realizzazione delle azioni previste dal progetto, dei risultati attesi e di una spesa rendicontata ammessa superiore all'80% della spesa progettuale ammessa di € 9.000,00.

descrizione consuntiva del progetto

Il progetto "L'Appennino Ritrovato" proposto per l'estate 2023, ha confermato la formula e progettazione degli ultimi anni e ha previsto la calendarizzazione delle escursioni dal 2 luglio al 2 settembre, prevedendo due escursioni guidate a settimana nelle giornate del sabato e della domenica. Le escursioni si sono svolte all'interno del territorio comunale di Alto Reno Terme e quattro appuntamenti sono stati invece dedicati al territorio di Lizzano in Belvedere. Sono stati identificati itinerari che prevedessero diversi gradi di difficoltà per permettere la partecipazione di una diversificata tipologia di partecipanti, dalle visite turistiche in centro paese a Porretta Terme, a itinerari escursionistici con diverso chilometraggio e dislivello. Le escursioni del sabato, di tipologia escursionistica, si sono svolte sui numerosi sentieri del territorio, prevedendo itinerari per lo più ad anello con lunghezza variabile dai 5 ai 12 km adatti quindi ad escursionisti allenati, ma anche a persone con un basso livello di allenamento fisico. Le tematiche, scelte per la valorizzazione dei territori, vanno da quelle naturalistiche e ambientali (fauna, flora, geologia e geomorfologia) a quelle storiche (storia antica, medievale, storia moderna, seconda guerra mondiale e linea gotica), artistiche (arte religiosa, maestri comacini e scalpellini) ed enogastronomiche. Le escursioni e visite guidate programmate la domenica invece sono state dedicate al centro storico di Porretta Terme ed itinerari limitrofi di difficoltà turistica o escursionistica facile. Le tematiche hanno previsto la storia di Porretta e del territorio, le acque termali e la storia delle Terme porrettane, la cultura religiosa e l'arte sacra, la storia del Porretta Soul Festival e dei murales ad esso dedicati. Si è cercato di coinvolgere gli operatori del territorio, in particolare aziende agricole e di ristorazione, per favorire la valorizzazione delle produzioni locali e l'enogastronomia. Importante la collaborazione con associazioni e proloco del territorio per la valorizzazione dei piccoli borghi e un'accoglienza dei clienti dedicata. Le escursioni proposte hanno avuto durata variabile di mezza giornata o giornata intera, in modo da incontrare le esigenze sia di visitatori e famiglie senza allenamento particolare, sia di escursionisti più esperti. È stata prevista la possibilità di visite guidate personalizzate in giornate diverse dal sabato e dalla domenica: i clienti hanno potuto scegliere l'escursione in base ai propri interessi, contattando direttamente la guida. È inoltre stata garantita la disponibilità telefonica da parte della guida sette giorni su sette, per informazioni e necessità turistiche dei clienti. La guida che si è occupata interamente del progetto, è Michela Marcacci, guida ambientale escursionistica regolarmente autorizzata dalla Regione Emilia Romagna (tesserino n 33 rilasciato il 23/09/2019 Prov Bo) e provvista di assicurazione RC (assicurazione AIGAE Tessera n ER444).

obiettivi conseguiti

Migliorare l'immagine del territorio e farlo conoscere a 360 gradi; instaurare rapporti di collaborazione con il Comune di Lizzano in Belvedere; offrire al turista escursioni gratuite che lo spingano a soggiornare almeno un week-end nel nostro territorio favorendo il ritorno economico locale. Obiettivo futuro del Comune e del progetto sarà quello di ampliare il numero di escursioni e i territori coperti in modo da migliorare l'offerta per i turisti di anno in anno.

modalità concrete di attuazione del progetto

Realizzazione di n. 33 escursioni guidate sul territorio con guida ambientale escursionistica certificata così come da calendario in allegato nel periodo da giugno a settembre.

azioni realizzate e risultati ottenuti rispetto a quelli previsti

Anche quest'anno, così come per gli anni precedenti, i risultati ottenuti sono soddisfacenti per i turisti ed escursionisti che si recano nei nostri territori. Molti sono i feedback che vengono lasciati soprattutto elogiando la competenza della guida scelta. Gli itinerari mettono in risalto i maggiori punti di interesse naturalistico e culturale della zona, con attenzione alla collaborazione con le realtà produttive locali. Le escursioni guidate rappresentano certamente una modalità intelligente per stimolare un turismo di qualità e produrre conoscenza, attraverso la scoperta del territorio Appenninico, così ricco di storia, di tradizioni, di arte e di bellezze naturali. Il progetto e le escursioni sono stati molto richiesti. La partecipazione è stata molto elevata: in particolare le escursioni del sabato sono sempre state al completo tanto da creare alcune liste d'attesa. Numerosissime sono state le prenotazioni che arrivavano dalle vicine città e paesi, in particolare da Bologna ed è constatabile come, attraverso uno straordinario passaparola, contribuiscano a far conoscere l'Appennino. I clienti degli alberghi sono certamente stati maggiormente presenti nelle visite guidate della domenica e richiesto anche visite guidate personalizzate infrasettimanali.

soggetti pubblici e/o privati effettivamente coinvolti nel progetto

Comune di Lizzano in Belvedere per l'organizzazione e la scelta degli itinerari sul territorio di loro competenza.

attività svolte, segnalando e motivando gli eventuali scostamenti da quanto indicato in fase di presentazione progetto

Non sono stati rilevati scostamenti progettuali rilevanti.

informazioni e dati utili a dare evidenza dei risultati ottenuti (ad es. il numero dei partecipanti alle iniziative realizzate e/o promosse)

Di seguito i dettagli relativi al programma delle escursioni e all'adesione dei clienti:

- Sabato 24 giugno - visita guidata a tema "acqua e terme" in occasione della "Notte Celeste", presenti 21 persone.
- Domenica 2 luglio - visita guidata inserita all'interno della rassegna "Festival Crinali": "Porretta, il soul e la street art". Erano presenti 24 persone prenotati attraverso la piattaforma di Crinali/Bologna Welcome e 4 prenotate direttamente.
- Sabato 8 luglio: escursione guidata "Le brughiere d'alta quota e il lago Scaffaiolo" (appuntamento dedicato al territorio di Lizzano in Belvedere). Il gruppo era al completo con 20 persone di cui 10 alloggiavano ad Alto Reno Terme, 5 a Lizzano in Belvedere e 5 provenienti da Bologna e provincia.
- Domenica 9 luglio: escursione guidata "Porretta Terme e la sua storia". Erano presenti 20 persone tutte alloggianti ad Alto Reno Terme e Lizzano in Belvedere.
- Lunedì 10 luglio: visita guidata personalizzata dedicata al centro di Porretta, il soul e la street art. Erano presenti 5 persone in villeggiatura ad Alto Reno Terme.
- Martedì 11 luglio visita guidata personalizzata dedicata al centro di Porretta e la sua storia. Erano presenti 6 persone in villeggiatura ad Alto Reno.
- Sabato 15 luglio: escursione guidata "Il sentiero dei sette casoni" (appuntamento dedicato al territorio di Lizzano in Belvedere). Il gruppo era al completo con 7 persone in villeggiatura ad Alto Reno Terme, 7 persone provenienti da Bologna e provincia e 6 persone in villeggiatura a Lizzano in Belvedere.
- Domenica 16 luglio: visita guidata "Porretta Terme, Monte della Croce, Madognana". Erano presenti 8 persone in villeggiatura ad Alto Reno Terme e 12 persone provenienti da Bologna.
- Martedì 18 luglio: visita guidata personalizzata dedicata al centro di Porretta il soul e la street art. Erano presenti 9 persone.
- Mercoledì 19 luglio: visita guidata personalizzata dedicata al centro di Porretta il soul e la street art. Erano presenti 6 persone in villeggiatura ad Alto Reno Terme.
- Sabato 22 luglio: escursione guidata "Monteacuto delle Alpi e il borgo di Tresana" (appuntamento dedicato al territorio di Lizzano in Belvedere). Il gruppo era al completo con 20 partecipanti (e lista d'attesa). Erano presenti 7 persone in villeggiatura ad Alto Reno Terme, 5 persone in villeggiatura a Lizzano in Belvedere, 5 persone provenienti da Bologna e provincia e 3 persone provenienti da Lucca.

- Domenica 23 luglio: escursione guidata “Porretta Terme, il soul e la street art”. Visto l’alto numero di richieste, sono stati organizzati due turni di visita guidata ai murales. Erano presenti 25 villeggianti di Alto Reno Terme.
- Lunedì 24 luglio: visita guidata personalizzata dedicata al centro di Porretta, il soul e la street art. Erano presenti 5 clienti dell’Hotel Helvetia di Porretta Terme.
- Sabato 29 luglio: escursione guidata “La Valle del Randaragna e l’alta valle del Reno”. Le prenotazioni erano al completo (con lista d’attesa) n. 20 turisti.
- Domenica 30 luglio: visita guidata “I Bagni della Porretta, la storia e le Terme”. Erano presenti 20 villeggianti di Alto Reno Terme.
- Martedì 1 agosto: visita guidata personalizzata dedicata a Porretta e la sua storia, per 4 ospiti dell’Hotel Helvetia.
- Mercoledì 2 agosto: escursione guidata personalizzata a Tresana e al Santuario di Madonna del Faggio per una famiglia con due bambini in villeggiatura ad Alto Reno Terme.
- Sabato 5 agosto: escursione guidata “Antiche vie tra Granaglione e Lustrola”. Le prenotazioni al completo e la giornata è stata organizzata in collaborazione con l’Associazione Ca' Nostra Lustrola.
- Domenica 6 agosto: escursione guidata “Porretta Terme, Monte della Croce, Madognana. Erano presenti 16 persone tra cui: 10 villeggianti di Alto Reno Terme e 6 villeggianti di Lizzano in Belvedere.
- Lunedì 7 agosto: escursione guidata personalizzata al Santuario di Madonna del Faggio. Erano presenti 5 persone in villeggiatura ad Alto Reno Terme.
- Mercoledì 9 agosto: visita guidata personalizzata dedicata al centro di Porretta, il soul e la street art. Erano presenti 3 clienti dell’Hotel Helvetia.
- Sabato 12 agosto: escursione guidata “I mulini del Randaragna”. Il gruppo era al completo con 15 persone (e una lunga lista d’attesa). Giornata organizzata in collaborazione con la proloco Il Quinto di Casa Calistri.
- Domenica 13 agosto: visita guidata “I Bagni della Porretta, storia e le Terme”. Il gruppo era al completo con 16 persone.
- Lunedì 14 agosto: visita personalizzata del centro storico di Porretta. Erano presenti 4 clienti dell’Hotel Italia.
- Sabato 19 agosto: escursione guidata “Granaglione e la Croce del Cigno” Il gruppo era al completo con 3 villeggianti di Lizzano in Belvedere, 8 villeggianti di Alto Reno Terme e 4 persone provenienti da Bologna e provincia.
- Domenica 20 agosto: visita guidata “Porretta Terme, le sue acque e il fiume Reno”. Erano presenti 15 persone, tra cui 12 villeggianti di Alto Reno Terme e 3 persone provenienti da Bologna e provincia.
- Lunedì 21 agosto: visita guidata personalizzata del centro di Porretta per 4 villeggianti di Alto Reno Terme.
- Mercoledì 23 agosto: visita guidata personalizzata del centro di Porretta Terme, dedicata alla sua storia, per 2 clienti dell’Hotel Santoli e 2 clienti dell’Hotel Helvetia.
- Sabato 26 agosto: escursione guidata “le cascate del Dardagna” (appuntamento dedicato al territorio di Lizzano in Belvedere). Le prenotazioni erano al completo con una lunga lista d’attesa.
- Domenica 27 agosto: escursione guidata “Sulle tracce di Guglielmo Marconi: Porretta Terme – Le Croci e ritorno. Erano presenti 7 persone nonostante la minaccia di temporali.
- Lunedì 28 agosto: escursione guidata personalizzata a Castelluccio, per 3 clienti dell’hotel Santoli
- Martedì 29 agosto: visita guidata personalizzata del centro di Porretta per 4 persone in villeggiatura ad Alto Reno Terme.
- Sabato 2 settembre: visita guidata inserita all’interno della rassegna “Festival Crinali”: “Porretta, il soul e la street art”. Erano presenti 22 persone prenotati attraverso la piattaforma di Crinali/Bologna Welcome.

Al termine di molte di queste escursioni, soprattutto quelle nel centro di Porretta Terme o con rientro, gli escursionisti e turisti sono stati portati presso aziende locali per degustazioni di prodotti tipici con eventualmente suggerimenti di prodotti da acquistare.

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

Sabato 24 giugno, in occasione della “Notte Celeste delle Terme dell’Emilia Romagna”, è stata attivata un’escursione tematica dal titolo “Porretta Terme: le sue acque e il fiume Reno”.

correlazione tra promozione e commercializzazione

Per la promozione del progetto e delle escursioni, diversi sono stati i mezzi utilizzati:

- Invio di newsletter con cadenza settimanale ad un database di circa 1800 contatti privati, IAT e UIT della provincia di Bologna, Pistoia e Modena, associazioni e centri sociali di Bologna e provincia.

- Comunicazione attraverso radio locali tra cui Radio Dimensione Musica, Radio Radar e la web radio Radio Frequenza Appennino, con inserimento nelle rispettive agende di eventi, interviste dedicate e articoli pubblicati sui siti web e social. – Social web: promozione attraverso la piattaforma Facebook; si è provveduto all’ animazione della pagina dedicata al progetto “L’Appennino Ritrovato”, pubblicando periodicamente i programmi dettagliati delle escursioni e notizie utili alla promozione stessa del territorio; si è inoltre continuato ad utilizzare per continuità anche la pagina “Michela Marcacci – GuidAppenninoTrekking” che conta oltre 1900 follower con aggiornamenti periodici. Sono state fatte sponsorizzazioni a pagamento per promuovere alcuni post e relative escursioni.
- Creazione e stampa di un dépliant pieghevole e una locandina con il calendario completo che si è provveduto a distribuire e diffondere tra alberghi e strutture ricettive di Alto Reno Terme e Lizzano in Belvedere, attività commerciali del centro di Porretta Terme (edicole, tabaccherie, bar, negozi ecc.) Uffici IAT dell’Appennino e presso il punto informativo ExtraBo della città metropolitana di Bologna.
- Creazione e stampa del programma dettagliato, settimana per settimana, con volantinaggio dedicato, ad alberghi e strutture ricettive di Alto Reno Terme, attività commerciali del centro di Porretta Terme (edicole, tabaccherie, bar, negozi ecc.)
- Partecipazione al bando “Bologna Estate” ed inserimento nel cartellone di eventi promossi dalla Città Metropolitana di Bologna (sito web, articoli su quotidiani, stampa di materiale promozionale dedicato, piattaforme social ecc.). L’inserimento nel cartellone di eventi di Bologna Estate permette la realizzazione

THE SOUND OF IMOLA PER IL TERRITORIO TERRE&MOTORI

PG n. 1366 del 10/01/2024

presentato da Imola Faenza Tourism Company s.c.ar.l.
per conto di Comune di Imola

Il totale delle spese rendicontate ammonta a € 26.943,00, interamente ammesse. Si conferma l’importo concesso pari a € 6.500,00 a fronte della realizzazione delle azioni previste dal progetto, dei risultati attesi e di una spesa rendicontata ammessa superiore all’80% della spesa progettuale ammessa di € 32.500,00.

descrizione consuntiva del progetto

Nel corso del 2023 tramite il brand denominato THE SOUND OF IMOLA si è cercato di ampliare la visibilità di tutto il territorio dei Comuni del Nuovo Circondario Imolese, ma, in senso più ampio anche del Territorio Turistico Bologna Modena e della Motor Valley, puntando alla promozione tramite un unico calendario dei grandi appuntamenti dello sport e della musica. In sostanza, il progetto ha visto la realizzazione di azioni dove THE SOUND OF IMOLA è diventato:

- brand “comune” a tutti gli eventi “musica e motori”
- format grafico che ha caratterizzato il city dressing e tutte le attività di comunicazione per promuovere il calendario di eventi ed iniziative.
- inoltre, la visual identity della campagna di comunicazione ha previsto anche l’inserimento del brand capofila TERRE&MOTORI e dei loghi degli enti istituzionali e dei partner del progetto

obiettivi conseguiti

Nonostante i gravi eventi idrogeologici di maggio 2023 che, oltre a portare all’annullamento del Gran Premio di F1 e di vari eventi concomitanti e successivi, hanno obbligato a ripensare alcune iniziative, si può dire che gli obiettivi e le finalità a cui si mirava con la realizzazione del progetto sono stati in linea generale raggiunti:

- sfruttare i grandi eventi per creare un sistema permanente di marketing turistico e visibilità dei nostri territori, comunicando al meglio quello che offrono in termini di intrattenimento, sport, cultura, turismo, enogastronomia;
- consolidare il claim (e un’identità) che possa “raccontare” il posizionamento del territorio come sistema capace di ospitare e attrarre i grandi eventi, con focus sui concerti e il motorsport;
- promuovere una comunicazione efficace e coordinata del calendario eventi attraverso azioni on line e off line;
- vestire e coinvolgere la città attraverso allestimenti ed iniziative che mettano a sistema l’evento con il territorio e gli operatori;
- creare opportunità di promozione e engagement per i partner che sostengono il progetto;
- migliorare la gestione turistica distribuendo i flussi turistici durante tutto l’arco dell’anno.

modalità concrete di attuazione del progetto

Per prima cosa è stata instaurata una collaborazione in primis con il Comune di Imola e Formula Imola (società che gestisce l'Autodromo Enzo e Dino Ferrari), ma anche con il CON.AMI che detiene il brand TERRE&MOTORI, per realizzare un calendario di eventi comprensivo dei principali appuntamenti da comunicare. Di conseguenza sono state messe a punto e realizzate le azioni inerenti il “city dressing”, ovvero la campagna di “vestizione” della città di Imola andando a presidiare i punti più strategici in termini di contatto e visibilità:

- uscita A14
- direttrici e zone di accesso al centro e all'autodromo (ad esempio ponte sul Santerno/via Emilia; ponte sul Santerno accesso Viale Dante, rotonde cittadine, etc.)
- zone pedonali (ad esempio percorso stazione FFSS/centro storico/autodromo)

In termini di comunicazione è stata organizzata una campagna in chiave digital, utilizzando canali social e portali web istituzionali e turistici. A tal proposito è stata realizzata una landing page di atterraggio della comunicazione a cui accedere anche da QR Code inserito nei vari materiali realizzati (ad esempio banner e vele); è stata sviluppata la connessione tramite linkaggio o tag a siti e canali social del territorio così da collaborare in un'ottica di aumento della visibilità (ad esempio imolafaenza.it e terremotori.it); sono state prodotte le grafiche per allineare la comunicazione (ad esempio immagini/banner per siti, cornici per post, etc.)

- <https://thesoundofimola.it/en/>
- <https://www.facebook.com/thesoundofimola/> (post eventi autodromo, condivisioni, etc)
- thesoundofimola (profilo IG statico con calendario 2023 come da indicazioni dell'agenzia che ha creato il brand)

E' stato dato l'incarico alla società RESET srl per il coordinamento generale del progetto e più nel particolare per la gestione delle azioni di comunicazione web/social/pubblicità, nonché redazione testi e contenuti e supporto realizzazione city dressing. Inoltre, la società RESET ha fornito supporto all'azienda Garvan Acoustic per la realizzazione delle riprese del contest “AudioPista” legato ai suoni delle esperienze motoristiche e musicali. Ci si è avvalsi della collaborazione di Valentina Accordi e Riccardo Rinaldi per il supporto all'influencer Carolina Tedeschi nel gestire interviste a personaggi in occasione di alcuni particolari eventi quali lo show cooking dei piloti durante la SUPERBIKE, del concerto di Placebo e di quello successivo dei rapper Sfera Ebbasta, Luchè e Shiva, nonché per la distribuzione in concomitanza con gli eventi di volantini riportanti il calendario THE SOUND OF IMOLA con QRCode di rimando al sito.

L'elaborazione di tutte le grafiche del progetto è stata affidata ad Elisa Sangiorgi. Mentre la realizzazione dei materiali (cubo presso autostrada, banner degli eventi, teli bifacciali e stendardi per viali cittadini, vele, etc.) è stata affidata prevalentemente alla ditta Allestimenti&Pubblicità spa con il supporto di Publy New srl.

azioni realizzate e risultati ottenuti rispetto a quelli previsti

Ad inizio 2023 è stata realizzata la struttura del “cubo” allestito nella rotonda in prossimità del casello autostradale di Imola con n. 4 banner in pvc con grafica personalizzata (n. 2 banner con elenco appuntamenti musica/motor dell'anno, n. 1 banner con logo 70 anni dell'autodromo, n. 1 banner con elenco loghi istituzionali e partner del progetto). Successivamente uno dei banner con il calendario degli appuntamenti è stato di volta in volta sostituito con uno contenente la grafica dell'evento del periodo. A tal proposito sono stati realizzati i banner per i seguenti eventi: Formula 1, SUPERBIKE e Historic Minardi Day.

In previsione degli importanti eventi motoristici di maggio (ELMS e Formula 1) sono state realizzate 50 vele bifacciali con grafica tematizzata The Sound of Imola e Terre&Motori posizionate sui ponti di accesso alla città (ponte sul Santerno/via Emilia) e all'Autodromo (ponte sul Santerno accesso da Viale Dante). Purtroppo le straordinarie condizioni atmosferiche verificatesi hanno completamente distrutto questi materiali, rendendo necessario il rifacimento successivo delle stesse in occasione della WSBK.

Sempre in previsione di promuovere il calendario di appuntamenti in occasione degli eventi motoristici di maggio, sono stati realizzati n. 50 teli bifacciali con grafica tematizzata The Sound of Imola e Terre&Motori montati lungo il tratto pedonale che da Viale Dante porta all'Autodromo. Ogni pannello, oltre a recare i loghi istituzionali, era provvisto di QRCode di rimando al sito The Sound of Imola. Nonostante la forza degli eventi idrogeologici non è stato necessario sostituire tutti i pannelli, ma solo una piccola parte.

In occasione della WSBK è stato organizzato un momento ludico con i piloti che hanno partecipato ad uno show cooking nella centrale piazza Matteotti. Anche in questo caso è stata data visibilità al brand The Sound of Imola e ai loghi dei partner istituzionali, realizzando un fondale utilizzato per foto, firma autografi ed interviste fatte dall'influencer Carolina Tedeschi.

Nel corso del 2023 è stata, inoltre, stretta una collaborazione con la ditta Garvan Acoustic di Faenza che si occupa di “suono”. Nell'ambito di quello che è stato denominato contest “AudioPista – storie e suoni” sono state messe in campo una serie di azioni per documentare il suono dei motori e le emozioni che lo stesso è in grado di generare. I

contenuti hanno riguardato sia attività musicali, sia motoristiche. Da marzo a dicembre i ragazzi della Garvan Acoustic hanno realizzato video, articoli, podcast con pubblicazioni a cadenza regolare anche in base al calendario dell'Autodromo. Il tutto è stato documentato su canali social dedicati Facebook: <https://www.facebook.com/audiopista>
Instagram: <https://www.instagram.com/audiopista/>

soggetti pubblici e/o privati effettivamente coinvolti nel progetto

Comune di Imola, CON.AMI, Territorio Turistico Bologna Modena, Motor Valley, Comuni del Nuovo Circondario Imolese, Formula Imola.

attività svolte, segnalando e motivando gli eventuali scostamenti da quanto indicato in fase di presentazione progetto

Rispetto a quanto indicato in fase di presentazione del progetto, è stata rispettata la realizzazione di tutte le azioni previste, anche se in maniera più ridotta. La situazione di crisi verificatasi dopo le alluvioni di maggio ha inevitabilmente portato il territorio tutto ad una riconsiderazione delle priorità anche in termini di realizzazione delle iniziative.

informazioni e dati utili a dare evidenza dei risultati ottenuti (ad es. il numero dei partecipanti alle iniziative realizzate e/o promosse)

La campagna social (storie, post, contenuti, etc.) ha ottenuto un buon incremento di visualizzazioni come è possibile vedere dagli screenshot inseriti nella cartella riguardante i materiali realizzati. A seguire il link da cui è possibile scaricare i materiali realizzati, le foto e gli screenshot:

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

Il programma di eventi si integra con le azioni di promozione turistica messe in campo dal Territorio Turistico Bologna Modena, da Apt Servizi e dalla Regione Emilia Romagna

correlazione tra promozione e commercializzazione

I grandi eventi sportivi che accendono i riflettori su un intero territorio rappresentano una straordinaria occasione di sviluppo e attrattività turistica e in tal senso vanno sfruttati offerte e pacchetti studiati per integrare i soggiorni degli ospiti. Durante il 2023 nella sezione <https://booking.imolafaenza.it/> sono state inserite proposte di ospitalità e experience anche collegate agli eventi.

“L'ANTICO CASTELLO” DANTE PRIMO TURISTA TRA EMILIA E ROMAGNA – XIII EDIZIONE

PG n. 2254 del 15/01/2024

presentato da Associazione Turistica Pro Loco Castel San Pietro Terme APS

Il totale delle spese rendicontate ammonta a € 8.262,16, interamente ammissibili. Si conferma l'importo concesso pari a € 1.825,12 a fronte della realizzazione delle azioni previste dal progetto e dei risultati attesi e di una spesa rendicontata ammessa superiore all'80% della spesa progettuale ammessa di € 9.125,60.
--

descrizione consuntiva del progetto

La manifestazione “L'Antico Castello” Dante Primo Turista tra Emilia e Romagna - XVIII edizione è stata realizzata nel weekend 9-10-11 novembre 2023 a Castel San Pietro Terme e aree limitrofe, con momenti culturali e turistici fra storia, arte, enogastronomia, visite guidate ed intrattenimenti.

L'Associazione Turistica Pro Loco di Castel San Pietro Terme APS ha ideato, tredici anni fa, l'evento “L'Antico Castello”, nell'ambito del progetto Dante Primo Turista tra Emilia e Romagna, nell'intento di valorizzare la testimonianza ed il racconto di un Dante curioso osservatore di stili di vita, ambienti urbani e naturalistici, sempre con il taccuino degli appunti al seguito per fissare nella memoria tempi, usi e costumi oggi lontani, come Dante stesso racconta nella “Vita nuova”. Dante è così a pieno titolo considerato uno dei primi turisti d'Italia e, seguendo le sue orme, abbiamo ripercorso il suo cammino e le aree citate nei suoi scritti.

Il progetto ha ottenuto il patrocinio del Comune di Castel San Pietro Terme ed è stato inserito nella programmazione del Baccanale di Imola.

Il progetto ha visto la direzione scientifica del Professor Angelo Chiaretti, studioso di Dante, autore di molteplici pubblicazioni e fondatore del Centro Studi Danteschi di San Gregorio in Conca, insignito della medaglia del Presidente della Repubblica per meriti culturali.

obiettivi conseguiti

- Valorizzazione del patrimonio immateriale storico, culturale, sociale ed ambientale del territorio come valido strumento di incoming per la città di Castel San Pietro Terme e le aree limitrofe interessate.
- Promozione di un turismo esperienziale e family friendly che sa cogliere appieno il valore autentico della realtà che si sta visitando.
- Coinvolgimento fattivo delle associazioni, delle strutture ricettive, degli esercizi commerciali, della ristorazione e dei vari attori della comunità, in sinergia con le Linee Pluriennali della Destinazione Turistica Metropolitana.
- Qualificazione dell'offerta turistica del territorio, con iniziative di interesse locale e regionale, per aumentare il numero di presenze e la permanenza media dei turisti in loco, in un momento dell'anno che si colloca al di fuori della normale stagionalità dei flussi turistici.
- Promozione dell'evento attraverso la stampa di materiali promozionali cartacei (pieghevoli, locandine, pannelli, ecc.), contenuti veicolati sulla stampa (La Repubblica) e sui principali siti web e social network di Pro Loco Castel San Pietro Terme, degli altri soggetti coinvolti, dei Comuni di riferimento e di altri canali del settore (Comune di Castel San Pietro Terme, Baccanale del Comune di Imola, IF Imola Faenza Tourism Company ecc.);

modalità concrete di attuazione del progetto

Il progetto si è concretamente attuato attraverso la realizzazione di azioni quali la predisposizione di percorsi turistici e visite outdoor, installazioni artistiche e mostre di livello nazionale, conferenze, organizzazione di eventi ed accoglienza di turisti e visitatori. Si specificano le singole azioni nel punto a seguire.

azioni realizzate e risultati ottenuti rispetto a quelli previsti

1. Predisposizione di percorsi turistici e visite outdoor alla scoperta di luoghi inediti, personaggi ed antiche testimonianze del territorio. In particolare, si sono esplorate aree di interesse storico-culturale, andando alla ricerca di curiosità, personaggi storici, luoghi inediti, antiche lavorazioni artigiane e prodotti locali. Sabato 11 novembre 2023 si è svolta una visita guidata nel Centro Storico di Castel San Pietro Terme dal titolo "1306-1338. L'Università bolognese a Castel San Pietro Terme", riguardante il rapporto tra la città e l'università di Bologna, con un focus sui personaggi più importanti di quel periodo tra cui il medico legale Bartolomeo Da Varignana. La visita guidata (su prenotazione) ha raggiunto il numero massimo di partecipanti e ha permesso a turisti e visitatori di calarsi in un'esperienza a 360° tra storia, cultura e tipicità. Si è potuto evidenziare l'interesse dei fruitori per il percorso anche tramite le recensioni positive sui social network e il numero delle visite sulle piattaforme digitali.
2. Installazione artistica a tema dantesco presso la Sala Espositiva di Via Matteotti 79 dal titolo "A Dante dedicata" a cura dell'Associazione per le arti Francesco Francia. La mostra comprendeva opere di pittura, scultura e grafica, omaggio delle arti figurative ove la letteratura diviene protagonista, riproponendo la rassegna già dedicata a Dante per il VII Centenario a Bologna. La mostra ha registrato un'ampia partecipazione di pubblico per tutta la sua apertura, anche con momenti mattutini dedicati agli studenti delle scuole del territorio. Si è potuto evidenziare l'interesse dei fruitori per la proposta anche tramite le recensioni positive sui social network e il numero delle visite sulle piattaforme digitali.
3. Conferenze presso la Sala Espositiva di Via Matteotti 79: giovedì 9 novembre incontro e degustazione "Liquor d'ulivi" (cit. XXI canto del Paradiso). L'Olio dai tempi di Dante Alighieri" a cura di Mirco Paltrinieri – Sommelier dell'Olio – Fondazione Italiana Sommelier; venerdì 10 novembre incontro "Da Bartolomeo da Varignana (XIV secolo) a Giovanni Battista Codronchi (XVI-XVII secolo): la medicina legale nella storia" a cura del Dott. Giovanni Chierogatti. Gli eventi hanno registrato una buona affluenza di pubblico ed il gradimento dei presenti che, a seguire, hanno potuto visitare la mostra "A Dante dedicata".
4. Realizzazione dell'evento in Centro Storico a Castel San Pietro Terme dal titolo "L'Antico Castello si anima per l'intera giornata" di sabato 11 novembre. I visitatori hanno potuto gustare il Centro Storico di Castel San Pietro Terme con mercatini a tema, cortei storici, sbandieratori, antichi mestieri, arcieri, rievocazioni, duelli, falconeria, giochi del passato e antiche ricette. Sono state presentate lavorazioni come l'essiccazione di erbe officinali ed essenze, l'allevamento dei bachi da seta, la tessitura a telaio e la tintura dei tessuti, nonché momenti di intrattenimento a tema con arcieri, sbandieratori, spadaccini e giullari. È

stata predisposta un'area ristoro promossa anche nella programmazione del Bacchanale di Imola dal titolo "Antichi sapori in Piazza" con ricette a tema con prodotti a km 0. Ospiti della giornata anche le varie Pro Loco coinvolte nel progetto, per presentare le proprie tipicità ed eccellenze, strettamente legate agli appunti del turista Dante Alighieri.

soggetti pubblici e/o privati effettivamente coinvolti nel progetto

Il progetto ha visto il coinvolgimento, come già indicato in precedenza, delle Pro Loco della rete di Bologna est (Borgo Tossignano, Castel Guelfo di Bologna e Ozzano dell'Emilia), delle Pro Loco di Budrio e Casola Valsenio, di associazioni, strutture ricettive, esercizi commerciali e di vari attori della comunità. Ha ottenuto il patrocinio del Comune di Castel San Pietro Terme e del Bacchanale di Imola. Ha visto la partecipazione del professor Angelo Chiaretti come direttore scientifico e relatore.

attività svolte, segnalando e motivando gli eventuali scostamenti da quanto indicato in fase di presentazione progetto

Le attività svolte, indicate nel punto precedente, hanno rispettato gli obiettivi e quanto si era pensato in fase di presentazione del progetto.

informazioni e dati utili a dare evidenza dei risultati ottenuti (ad es. il numero dei partecipanti alle iniziative realizzate e/o promosse)

Le visite guidate hanno raggiunto sempre il numero massimo di partecipanti, così come una buona presenza di pubblico si è registrata per tutti gli eventi proposti. Recensioni positive sui social network e il numero delle visite sulle piattaforme digitali ha permesso di evidenziare l'interesse dei fruitori per le proposte.

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

Il progetto si è collocato in sinergia con le azioni delle imprese del comparto turistico territoriale eXtraBO e IF (Imola Faenza Tourism Company), nonché dell'U.N.P.L.I. Regionale Emilia-Romagna e Provinciale Bologna. Programma, approfondimenti e contenuti sono stati veicolati attraverso i canali di comunicazione degli enti coinvolti, con un'attenzione particolare ai social network.

correlazione tra promozione e commercializzazione

Il progetto ha inteso potenziare il collegamento operativo con le imprese del comparto turistico territoriale (eXtraBO e IF Imola Faenza Tourist Company), nell'ottica della promo-commercializzazione dei percorsi e delle offerte del territorio.

ORME SULL'ACQUA

PG n. 1563 del 11/01/2024
Integrazione PG n. 13991 del 01/03/2024

presentato da Associazione Vitruvio A.s.d.

Il totale delle spese rendicontate ammissibili ammonta a € 15.140,50. Si conferma l'importo concesso pari a € 2.800,00 a fronte della realizzazione delle azioni previste dal progetto e dei risultati attesi e di una spesa rendicontata ammessa superiore all'80% della spesa progettuale ammessa pari a € 14.000,00.

descrizione consuntiva del progetto

ORME SULL'ACQUA è un articolato insieme di sei iniziative che rientra perfettamente nell'ambito delle linee di prodotto indicate nelle "Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2022-2024".

Natura e benessere

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

ORME SULL'ACQUA ha rivitalizzato il territorio metropolitano e sovra-metropolitano interessando aree estese per target differenti: famiglie con bambini, adulti, amanti dell'attività motoria in ambiente e del trekking urbano. Sei diverse iniziative alla scoperta del territorio muovendosi in bicicletta, a piedi, in gommone.

Il progetto originale presentato prevedeva ulteriori tre iniziative, qui escluse, che interessavano solo zone in ambito sovra-metropolitano (anche se queste aree sono indicate come oggetto di attenzione e valorizzazione nelle "Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2022-2024").

obiettivi conseguiti

Le favorevoli condizioni meteo hanno limitato il numero di annullamenti, semplificando anche le modalità di prenotazione. Le iniziative di maggior richiamo sono state quelle che si sono svolte lungo la ciclopedonale del Navile nei Comuni di Bologna e Castel Maggiore.

Più precisamente:

B) Com'è Profondo il...Navile: Il canale d'acqua che trasmette Dalla - 4/3 (compleanno Lucio Dalla), 18/3 e 26/3 (Giornata mondiale dell'acqua), 25/4, 1/5, 2/6, 1/7, 6/8, 10/9, 1/10.

C) Verso la pianura - 18/3 e 25/3 (Giornata mondiale dell'acqua), 1/10, 23/4, 14/5, 17/6, 3/9.

D) Wunderchannel, quando il Navile meraviglia - 18/3 e 26/3 (Giornata mondiale dell'acqua), 16/4, 14/5, 25/6, 4/10.

E) Raccontando Bologna Città d'Acqua - 26/2, 5/3, 18/3 e 26/3 (Giornata mondiale dell'acqua), 25/4, 1/5, 14/5, 20/5, 28/5, 18/6, 16/7, 10/9, 23/9, 1/10, 4/10 15/10, 3/12, 10/12, 23/12.

Le due iniziative che richiedevano maggior tempo libero e maggiore attività motoria sono state molto apprezzate dai partecipanti, ma sono state le meno richieste.

A) Lucrezia Borgia, orme sull'acqua: viaggio dall'alba al tramonto lungo le vie d'acqua da Bologna a Ferrara - 19/3 e 25/3 (Giornata mondiale dell'acqua), 2/6, 16/7, 3/9.

F) Scontro fra leoni: pedalando da Bologna al mare - 18/3 e 26/3 (Giornata mondiale dell'acqua), 18/6, 30/7.

Il percorso Bologna – mare e Bologna – Ferrara lungo le vie d'acqua è molto affascinante, ma ancora poco noto.

modalità concrete di attuazione del progetto

Vitruvio ha da sempre concentrato il suo impegno nella valorizzazione delle vie d'acqua, e quindi ha una profonda conoscenza del territorio, degli aspetti naturalistici e storici. Questo ha consentito di definire contenuti affascinanti e curiosi.

L'iniziativa B) dedicata a Lucio Dalla in occasione dei suoi ottant'anni ha visto la presenza di due grandi artisti e polistrumentisti, Gabriele Baldoni e Umberto Cavalli, con finale a sorpresa presso la sede del Gruppo 7Gold, dove si trova la famosa "panchina di Lucio Dalla" dello scultore Carmine Susinni. L'utilizzo dei linguaggi dell'Arte, come la musica ed il teatro, hanno divertito ed emozionato i tanti prenotati.

azioni realizzate e risultati ottenuti rispetto a quelli previsti

Quanto previsto in fase progettuale è stato realizzato in modo lineare, senza sorprese o contrattempi, tranne qualche limitato annullamento per avverse condizioni meteo, con soddisfazione dei presenti.

soggetti pubblici e/o privati effettivamente coinvolti nel progetto

- 1) Associazione Ca' Bura
- 2) Comitato Salviamo il Canale Navile
- 3) Associazione Oasi dei Saperi
- 4) Gruppo 7Gold
- 5) Tour Sound

attività svolte, segnalando e motivando gli eventuali scostamenti da quanto indicato in fase di presentazione progetto

Tutte le iniziative erano a prenotazione obbligatoria, promossa in particolare grazie alla ns. newsletter settimanale che conta ormai oltre 30.000 indirizzi. Da segnalare anche una piacevole novità: gruppi privati che hanno prenotato le iniziative in date extra calendario, in numero maggiore rispetto al passato. L'interesse per l'asta del Navile si sta diffondendo e le proposte che vanno oltre la "semplice" passeggiata sono sempre più apprezzate.

informazioni e dati utili a dare evidenza dei risultati ottenuti (ad es. il numero dei partecipanti alle iniziative realizzate e/o promosse)

Complessivamente possiamo considerare 51 date per un totale di 1.170 presenze, concentrate in particolare nelle iniziative B) C) D) E).

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

//

correlazione tra promozione e commercializzazione

I social, per quanto riguarda il ns. target di riferimento, sono stati meno efficaci delle ns. newsletter settimanali, poiché la fidelizzazione è maggiore. Anche i quotidiani, se la notizia è riportata con un semplice trafiletto, non sono particolarmente incisivi.

CITTÀ METROPOLITANA DI BOLOGNA

COMUNICAZIONE E PROMOZIONE TURISTICA

La spesa sostenuta complessivamente per la realizzazione del progetto “Comunicazione e promozione turistica” della Città metropolitana di Bologna è risultata di € 54.558,76 maggiore della spesa progettuale ammessa pari a € 52.526,46.

TREKKING COL TRENO

Trekking col treno raccoglie un ricco programma di appuntamenti escursionistici che hanno come obiettivo la valorizzazione delle emergenze del territorio metropolitano. Un'iniziativa di grande valore storico e ambientale, realizzata in collaborazione con il CAI Bologna, di anno in anno sempre più apprezzata dai cittadini e dai turisti, che in questo modo hanno la possibilità di vivere il loro soggiorno in maniera più autentica.

In continuità con le edizioni passate, la Città metropolitana di Bologna in collaborazione con Bologna Welcome ha supportato Trekking col Treno, lo storico appuntamento che propone escursioni lungo i sentieri più o meno conosciuti del territorio bolognese. L'edizione 2023 è partita l'8 aprile con un ricco calendario di 44 escursioni alla scoperta a piedi o in bicicletta dell'area metropolitana di Bologna. La prenotazione delle escursioni è stata possibile tramite widget dedicato sul sito di Trekking col Treno.

Come nel 2022, è stata attivata la collaborazione con la rassegna di eventi musicali gratuiti Crinali che in 4 occasioni ha permesso ai partecipanti di Trekking col Treno di assistere, dopo l'escursione, a un evento musicale.

Attività

Si riepilogano le attività svolte nell'ambito del servizio di supporto e promozione relative all'edizione 2023:

- Revisione e adattamento contenuti forniti dal CAI: revisione 44 schede escursioni e adattamento dei contenuti delle schede alla formattazione del sito;
- Traduzione in inglese delle 44 schede escursioni;
- Inserimento delle nuove escursioni sul sito e revisione testi generali sito e aggiornamento sito per la versione 2023;
- Modifiche effettuate per conto del CAI sulle schede escursione che hanno richiesto dei cambiamenti in corso d'opera per: modifiche percorso, cambio data, cambio accompagnatore;
- Declinazione immagine coordinata sui materiali promo: banner per social/news/siti partner.
- Caricamento delle esperienze sul profilo merchant di Trekking col Treno con tutte le caratteristiche tecniche dell'esperienza indicate dal CAI;
- Creazione di un widget di prenotazione per ogni esperienza inserita all'interno del sito
- Predisposizione dell'invio automatizzato, tramite il sistema di e-commerce, di una e-mail di conferma prenotazione agli utenti con tutte le indicazioni per usufruire del servizio;
- invio automatizzato, tramite il sistema di e-commerce, della lista partecipanti all'indirizzo e-mail indicato dal CAI ogni venerdì alle 18:00.

TREKKING URBANO

È stato realizzato un minisito dedicato alla manifestazione Trekking Urbano 2023 che interessa trasversalmente il territorio.

La rassegna di trekking si è svolta il 31 ottobre e 1 novembre, con 21 percorsi totali di cui 11 a Bologna capoluogo e 10 nell'area metropolitana, compresi anche 3 percorsi inclusivi e 1 percorso in lingua inglese. Il sito è stato messo online il 3 ottobre ed è stato inserito un rimando nella newsletter di Bologna Welcome inviata lo stesso giorno. Si è provveduto inoltre alle attività di data entry relative, caricando sul minisito i diversi materiali testuali e fotografici per ciascuna delle pagine principali (es: homepage, pagine di snodo) e per ciascuna delle schede relative ai singoli tour del programma. Lo spazio online prevede una HomePage generalista che introduce la manifestazione, le sue caratteristiche e le sue finalità, aprendo lo sguardo ai contenuti singoli. A partire da tale snodo introduttivo sono state realizzate n.2 sottosezioni (c.d. ‘Tab’) dedicate ciascuna a una delle due giornate del cartellone. Ha completato l'offerta informativa una pagina dedicata alle modalità di prenotazione.

TARTUFESTA

Anche per il 2023 la Città metropolitana di Bologna - Territorio Turistico Bologna-Modena ha coordinato e promosso Tartufesta, la grande manifestazione diffusa dedicata al Tartufo bianco pregiato dei Colli bolognesi. Il

programma di Tartufesta 2023 prevedeva sette fine settimana, tra ottobre e novembre, in 12 comuni del territorio con eventi, mercatini e menù a tema.

Il lavoro ha visto l'aggiornamento del sito web con tutti i programmi e i materiali delle singole Tartufeste in programma nei Comuni della Città metropolitana di Bologna nei mesi di ottobre e novembre 2023.

Le azioni intraprese sono state:

- Rielaborazione testi e inserimento n.13 schede evento, in alcuni casi corredate da materiali aggiuntivi (immagini, locandine, pdf attività);
- Realizzazione e aggiornamento logo Tartufesta;
- Adattamento sito web a esigenze promozionali Tartufesta;

SAGRE E FESTE DEL TERRITORIO BOLOGNESE

Anche per il 2023, come per le edizioni precedenti, gli appuntamenti enogastronomici del territorio bolognese sono stati raccolti e pubblicati online sul sito dedicato a Sagre e Feste (www.cittametropolitana.bo.it/sagrefeste/). Questa raccolta costituisce uno strumento di conoscenza e promozione del patrimonio di tradizioni, saperi e sapori dell'enogastronomia bolognese, in cui la genuinità dei cibi e la convivialità delle persone sono elementi qualificanti dell'offerta turistica legata alla cultura del cibo.

Dopo aver intrapreso un'attività di raccolta informazioni sul territorio, si è provveduto al caricamento degli eventi online:

- Numero di aprile-maggio 2023: 69 eventi caricati/aggiornati;
- Numero di giugno-luglio 2023: 141 eventi caricati/aggiornati;
- Numero di agosto-settembre 2023: 82 eventi caricati/aggiornati;
- Numero di ottobre-novembre 2023: 75 eventi caricati/aggiornati;
- Numero di dicembre 2023-gennaio 2024: 84 eventi caricati/aggiornati.

Per ogni evento è stato indicato: Titolo, Descrizione (tipo di evento: enogastronomico puro o di altro genere, ma che comunque preveda la ristorazione), Che cosa si mangia (quali piatti e specialità), Orari di apertura, Eventuale costo, Altre informazioni utili a cogliere la specificità della manifestazione, Numero di telefono per informazioni.

Per la prima parte dell'anno, gli eventi sono stati suddivisi in base alla tipologia nelle corrispondenti sezioni del sito: Sagre gastronomiche tipiche, Sagre paesane e religiose, Fiere ambientali e agricole, Rievocazioni storiche, Feste di strada e carnevali, Mercati contadini, Speciale Tartufesta, Eventi natalizi (mercatini, eventi, presepi).

Da metà giugno, a seguito di un incontro con Città metropolitana, è stato modificato il sito di Sagre e Feste al fine di organizzare gli appuntamenti in un calendario che fosse filtrabile anche per Comune, svincolandosi dalla pubblicazione bimestrale. La modifica è stata eseguita a livello strutturale dai tecnici di Città metropolitana.

Infine, ogni mese sono stati realizzati banner grafici per il sito ed è stata avviata un'attività di coordinamento con l'Ufficio Stampa di Città metropolitana per la promozione.

ACCORDI DI SVILUPPO TERRITORIALE

Anche nel 2023 la Città metropolitana di Bologna - Territorio Turistico Bologna-Modena si è impegnata per supportare l'attivazione di strategie e politiche turistiche per rendere il territorio sempre più attrattivo e migliorare la qualificazione dell'offerta, anche nell'ottica della sostenibilità ambientale, con una particolare attenzione ai Cammini appenninici, secondo quanto intrapreso negli anni precedenti. In questo ambito in particolare si è dato spazio alle già consolidate "Via degli Dei" e "Via della Lana e della Seta" e alla rinnovata promozione della "Via Mater Dei". Di seguito il dettaglio delle azioni:

□ VIA DEGLI DEI

La Città metropolitana di Bologna ha sostenuto il progetto di valorizzazione e promozione dell'itinerario denominato "La Via Degli Dei": antica strada di collegamento tra Bologna e Firenze attraverso l'Appennino Tosco Emiliano che tocca parte dei territori di due regioni e nello specifico i comuni di Bologna, Casalecchio di Reno, Sasso Marconi, Monzuno, San Benedetto Val di Sambro, Firenzuola, Barberino di Mugello, Scarperia e San Piero a Sieve, Borgo San Lorenzo, Vaglia, Fiesole e Firenze. Il progetto ha una valenza di promozione turistico-naturalistica e ha l'obiettivo di diffondere la cultura del turismo lento e a contatto con la natura, mettendo in rete le eccellenze dei due territori confinanti, quello emiliano-romagnolo e quello toscano.

Per la Via degli Dei il 2023 è stato un anno difficile a causa delle alluvioni di maggio, che hanno comportato numerosi danni al percorso, sia a livello logistico che a livello di immagine nei mesi successivi. Nonostante quanto accaduto si stimano 22.000 camminatori nel 2023, in linea con il 2022, anche se è evidente il gap che si è creato tra i primissimi mesi dell'anno (in larga crescita) e lo stop di maggio – giugno - luglio.

Durante le alluvioni di maggio 2023 è stata attivata comunicazione d'emergenza attraverso sito web, social, uffici turistici, App Walk+ e un numero di telefono straordinario per tenere aggiornati i camminatori, i Comuni e gli operatori coinvolti. La Cabina di regia del Territorio Turistico Bologna-Modena ha organizzato un tavolo di crisi per coordinare al meglio l'attività durante i concitati momenti dell'alluvione. La collaborazione tra Enti, CAI, volontari, operatori, coordinati da Appennino Slow, ha permesso di riaprire la Via degli Dei a soli 7 giorni dall'emergenza.

Il progetto La Via degli Dei è supportato da una convenzione tra gli enti locali dei territori attraversati che si rinnova triennialmente (attualmente in essere la Convenzione 2023-2025). Città metropolitana contribuisce alla realizzazione di un piano promozionale condiviso che nel 2023 si è articolato nelle seguenti azioni principali:

COMUNICAZIONE:

- SITO INTERNET. Nel 2023, oltre all'attività di gestione ordinaria del sito, si segnala il periodo dell'alluvione con aggiornamenti quasi quotidiani attraverso comunicazioni e condivisione di tracce gpx sicure, e la trasformazione da finestre a pagine dinamiche per le strutture e gli operatori associati ed inseriti sul sito. Indirizzo: www.viadeglidei.it
- APP WALK+. Lanciata nel 2021, è uno strumento che facilita il dialogo fra utenti operatori e territori. A maggio 2023 è stata arricchita dai punti di controllo, punti virtuali inseriti sulla piattaforma in grado di monitorare il passaggio degli escursionisti con l'applicazione attiva nel raggio di 50 metri dal punto GPS impostato.
- SOCIAL NETWORK. Gestione dei profili Facebook e Instagram e coinvolgimento community fornendo comunicazioni costanti su pernottamenti e altre informazioni chiave. Novità l'attivazione di profilo TikTok.
- EDUCATIONAL E PRESS TOUR. Supporto ai giornalisti per press tour e realizzazione di articoli su testate generaliste e tematiche; a marzo 2023 organizzazione di un educational per Volontari nel Mondo RTM in Kosovo. Nel corso del 2023 supporto a Iniziative Editoriali Srl – Gruppo Icaro per la produzione del documentario “La strada che incanta. Storia della scoperta della Via degli Dei”.

ANIMAZIONE TERRITORIALE:

- PARTECIPAZIONE A EVENTI SUL TERRITORIO per la promozione della Via.
- COLLABORAZIONI E DOCENZE. Attività di presentazione della Via come best practice presso Festival, iniziative, Università, enti, associazioni

AZIONI DI MARKETING:

- COMMERCIALIZZAZIONE DI PROPOSTE TURISTICHE. Collaborazione con le DMC di riferimento per la commercializzazione di pacchetti B2B relativi al territorio della Via degli Dei.
- PARTECIPAZIONE A WORKSHOP E FIERE DI SETTORE, direttamente o in collaborazione con eXtraBO, in particolare: Salon Destination Nature Parigi-Fa' la cosa giusta Milano, Agri Travel & Slow Travel Expo Bergamo, Workshop operatori B2B e postazione B2C, Salone del Camper Parma, Italian Bike Festival Misano Adriatico, TTG Travel Experience Rimini, Matka Travel Fair Helsinki, FESPO Zurigo, ITW NOVA Desenzano del Garda, Workshop Paesi Nordici Stoccolma, WTM Londra, Roadshow Benelux Bruxelles e Amsterdam.

PROGETTO SPECIALE: CERTIFICAZIONE GSTC (Global Sustainable Tourism Council):

La Via degli Dei ha intrapreso un percorso per ottenere il certificato GSTC, attestato internazionale riconosciuto in particolare nel mondo del turismo. Sarebbe il primo cammino al mondo ad ottenerlo.

Il percorso per l'ottenimento della GSTC è lungo ed è stato affrontato per step. Il 2023 in particolare è stato l'anno della mappatura della destinazione, del coinvolgimento degli stakeholders (pubblici e privati) attraverso incontri e riunioni, dell'individuazione delle opportunità e criticità principali del cammino. Il coinvolgimento degli stakeholders ha visto una partecipazione complessiva di più di 100 persone, in particolare operatori economici, associazioni, guide GAE, tour operator, Amministratori.

□ VIA DELLA LANA E DELLA SETA

La Via della Lana e della Seta è un cammino di 130 km di media difficoltà realizzabile in sei o più giorni che attraversando i Comuni di Casalecchio di Reno, Sasso Marconi, Marzabotto, Grizzana Morandi, Camugnano, Castiglione dei Pepoli, Vernio, Cantagallo e Vaiano unisce due centri storici di grande valore: Bologna, la città della Chiusa e dei canali, per secoli capitale della seta, e Prato, la città del Cavalciotto, delle gorie e delle gualchiere, capitale del distretto della lana e del tessile.

Nel 2023 il numero di camminatori lungo la Via è rimasto costante rispetto al 2022, stimato attorno a 5.000 persone, nonostante maggio 2023 abbia visto un periodo di forte criticità legato agli smottamenti dovuti all'alluvione.

Oggetto di una convenzione triennale tra i territori emiliani e toscani attraversati dall'itinerario, il progetto di sviluppo turistico della Via della Lana e della Seta ha messo in campo nel 2023 una serie di azioni di promozione che la Città metropolitana ha supportato per sua quota parte.

Di seguito il dettaglio delle azioni:

ANIMAZIONE:

- incontri e momenti di confronto con i vari stakeholders del territorio per presentare le attività e per raccogliere criticità e spunti o consigli su sentieristica, eventi, formazione, progetto Arte Pubblica
- coordinamento tecnico-operativo con gli Uffici Turistici del cammino, in particolare durante l'emergenza di maggio e novembre.
- Organizzazione della festa annuale della Via della Lana e della Seta, che si è svolta il 24 e 25 giugno e ha visto una partecipazione stimata intorno alle 2.500 unità nei due giorni. Per la festa è stato sviluppato un piano di comunicazione specifico.
- Partecipazione ai principali eventi del territorio individuati dal tavolo di coordinamento con stand tematico e promozionale.

PROMOZIONE E COMUNICAZIONE:

- Sito web www.viadellalanaedellaseta.com. Aggiornamento costante e creazione nuove sezioni blog e operatori. Gli utenti sostano sul sito visitando una media di 2,3 pagine a sessione, dato che viene sottolineato come superiore alla media per questa categoria. Come contenuti infatti, è un sito molto ricco e sviluppato. La pagina "a piedi" è quella maggiormente visitata con permanenza maggiore.
- Social media. Gestione pagina facebook (visualizzazioni +27,5%) e profilo Instagram
- Blog. Strumento di racconto del cammino a 360°, con tipologie di articoli pensate non solo per raccontare il percorso e le sue peculiarità ma anche per dare risalto agli operatori e ai protagonisti, grazie alle interviste, o per creare contenuti sul mondo del trekking: "consigli utili" tecnici e pratici
- Newsletter. Inviata 13 campagne mail con un tasso di apertura medio del 54,5%. Nel 2023 si è sperimentato l'invio di mail "tematiche", dedicate ad esempio agli eventi, un modo per variare il contenuto e rinnovare il taglio di comunicazione per gli iscritti.
- App Walk+. Nell'anno 443 camminatori hanno percorso il cammino utilizzando la App come strumento di orientamento.
- Ufficio Stampa. A giugno 2023 è stato invitato Davide Fiz, ideatore dello Smart Walking, a percorrere la Via. Davide per l'occasione ha creato molti contenuti, dai post, ai reels alle stories. Ha anche redatto un approfondito articolo sul suo blog. <https://www.smartwalking.eu/2023/07/08/via-della-lana-e-della-seta/>

ATTIVITÀ DI MARKETING:

- Promozione della Credenziale del cammino. Promozione attraverso il sito, post dedicati sui social, newsletter e attraverso la risposta alle email di richiesta di informazione
- Organizzazione del sistema di monitoraggio. Nel 2023 è stato possibile, per la prima volta, raccogliere un campione di dati per l'analisi più dettagliata delle buyer personas della Via della Lana e della Seta. Gli indicatori sono stati: i dati delle strutture ricettive, le registrazioni alla credenziale online e i numeri di download della app ufficiale Walk+, l'acquisto del materiale ufficiale (credenziale e cartoguida). Questo sistema ha fornito un campione di circa 500 persone da cui è stato ricavato un primo target di riferimento.
- Commercializzazione di proposte turistiche. Nel corso del 2023 è stata modificata la comunicazione commerciale, puntando sui servizi ma anche sul racconto del territorio e su un'identità marcata.
- Partecipazione a workshop e fiere di settore. In particolare: Matka Travel Fair Helsinki, FESPO Zurigo, Salon Destination Nature Parigi, Fa' la cosa giusta Milano, Agri Travel & Slow Travel Expo Bergamo,

ITW NOVA Desenzano del Garda, Salone del Camper Parma, Italian Bike Festival Misano Adriatico, TTG Travel Experience Rimini, Workshop Paesi Nordici Stoccolma, WTM Londra, Roadshow Benelux Bruxelles e Amsterdam

□ VIA MATER DEI

La Via Mater Dei è il cammino dedicato ai Santuari Mariani dell'Appennino Bolognese. È un percorso di circa 157 km che si sviluppa in sette tappe su crinali di media montagna e che collega la città di Bologna a nove comuni dell'Appennino Bolognese: Pianoro, Monterezeno, Loiano, Monghidoro, San Benedetto Val di Sambro, Castiglione dei Pepoli, Camugnano, Grizzana Morandi, Vergato e al Comune di Firenzuola, in territorio toscano. Il progetto MATER DEI è supportato da una convenzione tra Città metropolitana di Bologna, Unione dei Comuni dell'Appennino bolognese e Unione Savena - Idice per il sostegno alla promozione turistica della "Via Mater Dei" nell'Appennino bolognese. Città metropolitana contribuisce alla realizzazione di un piano promozionale condiviso che nel 2023 si è articolato nelle azioni principali elencate di seguito.

Si premette che il 2023 è stato fortemente segnato dagli eventi alluvionali del mese di maggio, con notevoli danni subiti dal tracciato. A molti mesi dall'evento, la prima tappa risulta ancora non percorribile e non ci sono tempi certi per il suo ripristino. La situazione ha influito in maniera negativa sulla realizzazione delle attività previste.

MANUTENZIONE, CURA E REVISIONE DEL TRACCIATO:

L'attività del 2023 è stata stravolta dagli eventi di maggio, quindi si distinguono due fasi dell'anno:

- Prima parte: supervisione, manutenzione e verifica del percorso, soprattutto relativamente alla nuova tracciatura per il percorso mountain bike inserito nel sito; effettuate piccole modifiche al tracciato per renderlo più agevole da percorrere; manutenzione della segnaletica; individuazione punti per la collocazione di nuovi cartelli; verifica della disponibilità di nuovi servizi;
- Seconda parte: analisi del tracciato post alluvione per individuare criticità; verifica e ripristino della seconda metà del tracciato in tempi relativamente brevi, mentre per una serie importante di problemi la prima metà ha richiesto molto più tempo e presenta ancora criticità; monitoraggio costante per valutare la stabilità del percorso

RACCOLTA MATERIALE PER LA NUOVA CARTOGUIDA:

In virtù delle modifiche, anche se piccole, effettuate al tracciato, e della previsione di lancio dell'itinerario mountain bike, è iniziata la raccolta del nuovo materiale che verrà utilizzato per la stampa della nuova cartoguida, che si stima essere necessaria per la stagione 2025.

ATTIVITÀ DI PROMOZIONE:

Incontri con associazioni locali per gestire la situazione; realizzazione di un'agile brochure di presentazione della Via; revisione sito web e gestione social network (Facebook–Instagram) con comunicazioni legate all'emergenza; realizzazione del testimonium per chi percorre il cammino; collaborazione con il portale privato Cammini d'Italia per la promozione (<https://camminiditalia.org>); preparazione di materiale informativo sul cammino; avviamento di un'attività di realizzazione di contenuti multimediali da inserire nel sistema che gestisce i beacon (trasmettitori) con informazioni sui principali punti di interesse anche quando chiusi; collaborazione con il Circuito dei Santuari dell'Appennino Bolognese (bicicletta) per itinerari, promozione e organizzazione di eventi congiunti; collaborazione con APT Servizi per la promozione tramite il portale dei cammini dell'Emilia-Romagna e gli eventi legati alla manifestazione Monasteri Aperti.

ATTIVITÀ ESCURSIONISTICHE:

- sono state comunque svolte alcune attività lungo il cammino, sia all'interno di rassegne, come il Festival Narrativo del Paesaggio o il Festival IT.A.CA, che in maniera indipendente, al fine di promuovere il tracciato anche come situazione ottima per escursioni giornaliere o di un paio di giorni;
- è stato fornito supporto informativo, logistico e di accompagnamento ai diversi gruppi che hanno percorso il cammino, soprattutto durante l'emergenza.

FESTA:

In data 4 e 5 Novembre 2023, nel borgo di Qualto (San Benedetto Val di Sambro) si è svolta una manifestazione enogastronomica con il fine di promuovere il cammino presso nuovi potenziali turisti e camminatori.

MODENA

RELAZIONE

LOST IN MODENA

PG n. 2486 del 16/01/2024

presentato da Comune di Modena

Altri soggetti coinvolti:

1. Modenatur Srl;
2. IAT e UIT del territorio provinciale;
3. Responsabili dei principali musei e poli turistici pubblici e privati del territorio provinciale.

Il totale delle spese rendicontate ammissibili ammonta a € 39.125,40 a fronte di spese ammesse di € 40.000,00. Si conferma l'importo concesso pari a € 20.000,00 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.

descrizione consuntiva del progetto

“Lost in Modena – The crush course” è il titolo dell’azione di influencer marketing promossa dal Comune di Modena, in collaborazione con Modenatur, e ideata dall’agenzia di comunicazione e web marketing Integra Solutions, nel corso del 2023.

“The crush course”, titolo che richiama sia un’infatuazione che un’esperienza intensiva e imprevedibile, si proponeva di far scoprire i tesori del territorio, anche quelli più nascosti, portando i testimonial a “perdersi” non solo fisicamente ma anche attraverso le emozioni: i diversi influencer infatti, sono stati catapultati fuori dalla propria zona di comfort per trovarsi alle prese con esperienze lontane dalle loro sfere di competenza in modo da aumentare il senso della scoperta e la curiosità della reazione.

La campagna ha valorizzato i cluster turistici di riferimento di Modena e del suo territorio: Food, Arte e cultura, Travel e Motori, sui quali sono stati costruiti gli itinerari a sorpresa per ciascun influencer. A ognuno sono state proposte tre esperienze: due coerenti con il proprio interesse principale e una, invece, completamente diversa. Mescolando le carte e coinvolgendo l’ospite in un’attività inaspettata, che doveva incuriosire anche la community online, dando vita a un viaggio diverso che li ha portati a scoprire non solo luoghi sconosciuti ma anche una nuova passione. Gli influencer hanno dialogato direttamente con la loro community e, allo stesso tempo, sono stati ripresi dalle telecamere di un videomaker, così che la loro esperienza riassunta in video promozionali, è stata pubblicata anche sul portale visitmodena.it.

Con “Lost in Modena – The crush course”, l’influencer è rimasto in secondo piano rispetto all’offerta della destinazione, ma in lui ogni potenziale visitatore ha potuto immedesimarsi per farsi coinvolgere in esperienze inattese. Gli influencer sono arrivati anche nei giorni feriali e non solo nel weekend per dimostrare ancora meglio che Modena come destinazione turistica può essere vissuta in qualsiasi momento”. Gli influencer coinvolti sono stati 4: Riccardo Maccaferri (@nicetoeexploreyou), travel designer e attore teatrale, appassionato di musica, cinema e teatro, Azzurra Gasperini, in arte @azzuchef, food blogger e chef, con un passato da ingegnera edile, che vanta esperienze anche nel ristorante di Carlo Cracco, Federica Leone, in arte@ginevradellago, appassionata di viaggi, della natura e di cavalli, è infatti allevatrice e amazzone professionista, dal 2019 ha intrapreso una nuova avventura nel mondo dei motori dando vita insieme al compagno a Befuel, la prima officina custom italiana interamente dedicata al mondo dei social ed ai servizi digital e la star di Tik Tok Davide Dalmonte, un cantante che ha già raccolto con le sue cover oltre 100 milioni di views e 20 milioni di like, e vanta un’apparizione nel “Bobby Bass’ rendition of Hans Zimmer’s Hoist The Colours” (brano incluso nella colonna sonora dei “Pirati dei Caraibi”).

obiettivi conseguiti

La campagna ha perseguito l'obiettivo generale di far conoscere l'offerta turistica ed esperienziale del territorio, promuovendo un'immagine di destinazione turistica da scoprire, per esaltarne le eccellenze, le esperienze e i “segreti”, presentando il mix dei prodotti arte, sapori, motori, natura, musica. Particolare attenzione è stata data alla costruzione di itinerari turistici da Modena (principale hub di accesso turistico) in direzione del territorio al fine di promuovere esperienze in grado di generare l'aumento della permanenza media.

Obiettivi specifici raggiunti:

- Incremento del livello di awareness engagement e sviluppo leads di qualità verso la città e il suo territorio;
- Generazione di traffico qualificato verso il portale istituzionale del turismo modenese visitmodena.it;

- Consolidamento della collaborazione tra IAT del territorio e principali musei e poli turistici e qualificazione delle relazioni fiduciarie con lo IAT di Modena;
- Coordinamento strategico dell'informazione e della promozione con azioni di promo-commercializzazione di luoghi, esperienze, prodotti, sistema della ricettività e ristorazione.

modalità concrete di attuazione del progetto

La progettazione e la realizzazione della campagna è stata affidata dal Comune di Modena all'agenzia di comunicazione Integra Solutions srl con la quale è stata definita la strategia, il concept e la pianificazione.

L'organizzazione e la logistica delle esperienze degli influencer è stata effettuata con la collaborazione di Modenatur e con i responsabili dei poli turistici in cui si sono svolte le esperienze.

Sul sito visitmodena è stata creata una landing page dedicata alla campagna dove è stato possibile visionare i video delle esperienze nonché prenotare pacchetti di soggiorno che includevano le esperienze effettuate dagli influencer.

<https://www.visitmodena.it/it/lostinmodena2>

Le esperienze proposte agli influencer per far conoscere l'offerta turistica ed esperienziale del territorio sono state le seguenti:

Riccardo Maccaferri

Esperienza Crush

- Giro in pista Autodromo di Modena
- Visita MEF

Esperienze Comfort

- Visita al Mercato Albinelli
- Trekking sulla via Vandelli

Azzurra Gasperini

Esperienza Crush

- Lezione di canto al teatro Pavarotti Freni

Esperienze Comfort

- Visita al Mercato Albinelli
- Visita al Museo dell'Aceto Balsamico
- Visita al Caseificio San Giorgio

Ginevra Del Lago

Esperienza Crush

- Spesa al Mercato Albinelli
- Lezione di Cucina presso Modena Food Lab

Esperienze Comfort

- Tour in auto d'epoca sulle colline di Castelvetro
- Visita al Museo Pagani Auto

Davide Dalmonte

Esperienza Crush

- Tour in e-bike nell'Appennino

Modenese

Esperienze comfort

- Visita all'ex Albergo Diurno
- Visita alla Casa Museo Pavarotti
- Laboratorio Stampa T-shirt personalizzata

azioni realizzate e risultati ottenuti rispetto a quelli previsti

Azioni realizzate:

- Definizione della strategia e definizione del concept creativo: Lost in Modena è stato pensato per dialogare in perfetta armonia con la campagna di promozione turistica della Regione Emilia-Romagna e ai suoi testimonial del territorio come Alberto Tomba, Andrea Delogu e Stefano Accorsi. La suggestione in comune è la meraviglia della scoperta, attraverso i tesori artistici, le bellezze naturalistiche e i luoghi che fanno la storia della Motor Valley e della Food Valley. Si è puntato sul senso di straniamento dei suoi protagonisti, catapultati fuori dalla loro zona di comfort e alle prese con attività e esperienze esclusive ben lontane dalla loro personalità o abilità specifiche.
- Pianificazione e realizzazione della campagna (scelta degli influencer previa fase di scouting strategico; pianificazione degli itinerari e coinvolgimento della rete dei partner): la campagna con i 4 influencer selezionati è stata realizzata nel periodo giugno – luglio. A supporto sono state realizzate attività di

advertising online sui canali Meta, You Tube e Tik Tok, per massimizzare impatto, distribuzione e notorietà della campagna sulle audience target di riferimento, le attività di advertising online avevano l'obiettivo di incentivare interesse e interazioni nei confronti dei contenuti prodotti e inerenti all'iniziativa e, attraverso questi, la conseguente acquisizione di traffico qualificato al sito web.

- C) Monitoraggio: l'aggiornamento dei KPI da monitorare è stato quindicinale, con uno specialista dedicato messo a disposizione da Integra Solutions, che ha analizzato l'andamento della presenza online e delle performance stabilite monitorando in modo proattivo il raggiungimento degli obiettivi strategici: incremento di notorietà e engagement (massimizzare copertura, impressioni e interazioni) generazione di acquisizione traffico al sito (massimizzare clic sul link e sessioni landing page) La reportistica è stata mensile con commenti dedicati sull'andamento e con una call a metà e una a fine campagna con l'utilizzo della piattaforma Looker Studio (già Google Data Studio) utile ad una reportistica avanzata e proattiva.

Risultati ottenuti

KPI Complessivi:

REACH 1.500.000

IMPRESSIONI 3.537.704

VISUALIZZAZIONI VIDEO 1.524.803

INTERAZIONI 415.776

CLICK SUL LINK 21.851

Fascia di età principali:

- 45-54 (45%)
- 35-44 (22%)
- 25-34 (16%)

Genere:

- Maschile (65%)
- Femminile (35%)

Località principali:

- Lombardia
- Emilia Romagna
- Veneto
- Toscana

soggetti pubblici e/o privati effettivamente coinvolti nel progetto

Autodromo di Modena MEF (Museo Enzo Ferrari) Mercato Albinelli di Modena

Guide escursionistiche per Trekking sulla via Vandelli

Teatro Pavarotti Freni

Museo dell'Aceto Balsamico di Spilamberto

Caseificio San Giorgio di Carpi

Modena Food Lab (scuola di cucina creativa di Rompianesi Francesco)t Museo Stanguellini per Tour in auto d'epoca sulle colline di Castelvetro Museo Pagani Auto San Cesario sul Panaro

Operatori noleggio per tour e-bike nell'Appennino Modenese ex Albergo Diurno di Modena

Casa Museo Pavarotti di Montale

Laboratorio Stampa T-shirt personalizzata negozio Bensone di Modena.

attività svolte, segnalando e motivando gli eventuali scostamenti da quanto indicato in fase di presentazione progetto

Non si segnalano scostamenti significativi.

informazioni e dati utili a dare evidenza dei risultati ottenuti (ad es. il numero dei partecipanti alle iniziative realizzate e/o promosse)

4 influencer coinvolti

105 stories

3 reel

+20k impression dalle storie ricondivise su Instagram e Tiktok

+70k account raggiunti con i reel di Instagram

1.769 clic sul profilo @VisitModena

1.613 clic sul link <https://www.visitmodena.it/it/lostinmodena2>

244 clic sullo sticker Mercato Albinelli

222 clic sullo sticker Autodromo di Modena
503 clic sullo sticker Castello di Montecuccolo
68 clic sullo sticker Torre.ghirlandina
79 clic sullo sticker Saltinik (Luca Saltini maestro di canto)
230 clic sullo sticker Parmigianoreggiano
13 clic sullo sticker Pagani Automobili
4 clic sullo sticker CasaPavarotti

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

Il progetto è stato integrato e coordinato nel sistema regionale di promozione e promo- commercializzazione con relazioni di condivisione con la redazione social e web di Emilia- Romagna Turismo e con la promozione delle esperienze prenotabili online legate al progetto anche attraverso la rete Emilia-Romagna Welcome.

correlazione tra promozione e commercializzazione

La campagna ha avuto tra gli obiettivi il collegamento strategico tra le azioni di informazione e promozione turistica con le azioni di promo-commercializzazione di luoghi, esperienze, prodotti, sistema della ricettività e ristorazione. Tale obiettivo è stato perseguito sia attraverso la progettazione di itinerari territoriali (per aumentare la permanenza media) sia attraverso la definizione di “tappe” e luoghi per singolo percorso. Per ogni itinerario è stato possibile prenotare direttamente online le esperienze (tour, pacchetti, attività) correlate e promosse dall’itinerario stesso.

TASTE OF CARPI. TURISMO, CULTURA, FOOD & WINE

PG n. 2321 del 15/01/2024

Integrazione PG n. 32244 del 14/05/2024

presentato da Comune di Carpi

Il totale delle spese rendicontate ammissibili ammonta a € 32.805,80 a fronte di spese ammesse di € 39.998,92. Non ammesse spese rendicontate pari a € 6.864,00 in quanto riferite a stampa materiale non coerente. Si conferma l'importo concesso pari a € 7.640,00 (parziale a causa dell'esaurimento delle risorse disponibili) 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.

descrizione consuntiva del progetto

Il progetto si è sviluppato secondo le linee indicate in fase di proposta, attraverso 3 linee di attività, come più sotto descritte. A partire da luglio 2023 sono stati attivati i primi pacchetti turistici legati agli eventi musicali programmati a Carpi che sono poi proseguiti nell'autunno, fino al mese di novembre, legandosi alle attività espositive del territorio. I pacchetti hanno unito, oltre alla proposta culturale e alla visita del centro storico e dei musei, la degustazione di prodotti tipici e la visita presso produttori del territorio. Il tema del food è stato il filo rosso delle attività che hanno caratterizzato l'autunno: Emilia Food Fest a settembre e il Cammino del tortellino a novembre, che hanno sfruttato le proposte e le peculiarità food del territorio per creare un sistema virtuoso di promozione turistica, in sinergia con la commercializzazione dei prodotti

obiettivi conseguiti

Il progetto ha conseguito i seguenti obiettivi:

- attivare una proposta di promozione turistica integrata incentrata sul prodotto food & wine del territorio, che in gran parte è costituito da prodotti IGP e DOP;
- integrare la proposta tra gli aspetti esperienziali di corsi di cucina, degustazioni e, con il supporto, oltre che del sistema della ristorazione, anche delle strutture ricettive con la creazione di pacchetti turistici che integrano il prodotto food & wine con un cartellone estivo di musica jazz di rilievo internazionale e la visita alle mostre e al patrimonio storico- artistico del territorio;
- promuovere Carpi con un prodotto integrato, in collaborazione con la DMO del territorio, il sistema promo-commerciale locale e il contesto culturale della città.

modalità concrete di attuazione del progetto

Il progetto si è sviluppato attraverso tre azioni:

- La realizzazione di pacchetti turistici, da luglio e novembre 2023, in collaborazione con Modenatur;
- La realizzazione dell'evento Emilia Food Fest, nel periodo 22-24 settembre 2023, con il programma di cui al sito web: <https://www.emiliafoodfest.it/>
- La realizzazione dell'iniziativa "Cammino del tortellino", con la distribuzione di oltre 500 passaporti del tortellino, a novembre e dicembre 2023

azioni realizzate e risultati ottenuti rispetto a quelli previsti

1. Pacchetti turistici: i pacchetti turistici prevedevano nei sabati pomeriggio da luglio a novembre un programma di visita guidata alla città, accompagnata dalla degustazione di prodotti enogastronomici sia presso i produttori locali (caseifici e cantine) che presso gli esercizi del centro storico. Sono state attivate 12 date che hanno visto la partecipazione di 177 persone.
2. Emilia Food Fest: l'evento si è svolto in piazza dei Martiri, piazzale Re Astolfo a Carpi. Si tratta di un Festival Cultural-Gastronomico a cui hanno partecipato oltre 10.000 persone e che celebra i sapori e le tradizioni culinarie della Via Emilia. Ognuno dei tre giorni, dalle ore 9 alle ore 20, è stato possibile degustare e acquistare le prelibatezze dei produttori, protagonisti del festival, scegliendo tra un vastissimo programma di eventi collaterali rivolti agli appassionati della buona tavola, agli operatori di settore, agli amanti del turismo culturale e alle famiglie. Cooking-show, degustazioni guidate, laboratori mani in pasta, premiazioni, storytelling, talk show, convegni, incontri con l'autore, visite guidate e mostre, spettacoli di animazione e intrattenimento hanno caratterizzato il programma della tre giorni.
3. Il Cammino del tortellino è un percorso enogastronomico che trae spunto in modo goliardico dal cammino di Santiago, alla scoperta del piatto Re della cucina emiliana, amato e celebrato da tutti: il "Tortellino". A tutti i "pellegrini" partecipanti all'originale cammino enogastronomico, ossia i commensali che hanno deciso di andare a degustare i tortellini in uno dei ristoranti aderenti all'iniziativa, è stato consegnato "Il passaporto del Tortellino". Dopo aver assaggiato un piatto di tortellini, i ristoratori hanno apposto un timbro di avvenuta degustazione sul passaporto di ciascun commensale. Sono stati distribuiti 500 passaporti.

soggetti pubblici e/o privati effettivamente coinvolti nel progetto

Modenatur; Camera di Commercio di Modena; SGP Eventi

attività svolte, segnalando e motivando gli eventuali scostamenti da quanto indicato in fase di presentazione progetto

Le attività svolte hanno riguardato:

- La promozione delle iniziative, attraverso materiali a stampa, siti web, inserzioni sulla stampa
- L'organizzazione e l'allestimento degli eventi
- La realizzazione dei passaporti per il Cammino del Tortellino
- La realizzazione degli itinerari guidati
- La realizzazione dell'evento Emilia food fest

Non vi sono stati scostamenti relativi a quanto indicato in fase di progetto

informazioni e dati utili a dare evidenza dei risultati ottenuti (ad es. il numero dei partecipanti alle iniziative realizzate e/o promosse)

1. Partecipanti ai pacchetti turistici: n. 12 date con 177 partecipanti
2. Partecipanti all'evento Emilia Food Fest: 10.000 persone
3. Numero di passaporti del Cammino del Tortellino distribuiti: 500

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

Il progetto è rientrato nella più ampia proposta regionale di promozione turistica di pacchetti che uniscono la proposta musicale di qualità internazionale con il contesto culturale e turistico del food & wine locale.

correlazione tra promozione e commercializzazione

Il progetto è riuscito a integrare la promozione del prodotto food & wine con tre tipologie differenti di commercializzazione:

Nella proposta dei pacchetti "Taste of Carpi, music, art, food & wine" il turista ha vissuto esperienze di degustazione e acquisto di prodotti tipici, oltre ad acquistare servizi ricettivi e di ospitalità del territorio;

Nell'evento "Emilia food fest" erano presenti, oltre a iniziative specifiche di degustazione e di cucina, corner di vendita dei prodotti tipici della regione Emilia;

Nell'evento "Cammino del tortellino" il progetto viene realizzato in collaborazione con gli esercizi di ristorazione del territorio, che propongono menù di prodotti tipici insieme al tortellino.