



Provincia di Modena

PPCT 2023

**Programma di promo-commercializzazione turistica
del Territorio Turistico Bologna-Modena**

MODENA

01/01/2023 – 31/12/2023

SOMMARIO

1. Premesse.....	3
2. Attuazione del programma.	4
2.a Affidamento a Modenatur soc. cons. a r.l.....	5
2. b Affidamento a HBenchmark s.r.l.....	6
2.c Attività amministrative trasversali di gestione/Spese forfettarie.....	8
3. Procedimento di rendicontazione.....	9
4. Relazione tecnico-finanziaria - Verifica di obiettivi raggiunti e azioni realizzate.....	9
4.a Descrizione sintetica delle attività.....	9
4.b Descrizione dettagliata delle attività.....	20
4.b.1 Attività svolta da Modenatur soc. cons. a r.l.	20
4.b.2 Attività svolta da Hbenchmark s.r.l.....	156
4.b.3 Attività svolta dagli uffici	157
5. Conto consuntivo	158
5.a Budget PPCT 2023	158
5.b Raffronto previsionale - consuntivo.....	158
5.c Pagamenti:.....	160
5.c.1 Modenatur soc. cons. a r.l.....	160
5.c.2 HBenchmark s.r.l.....	161
5.c.3 Spese generali forfettarie.....	161
6. Scostamenti e conclusioni.....	161
BUDGET PREVISIONALE E CONSUNTIVO	162

PROGRAMMA DI PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE 2023 DEL TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA-MODENA - ATTIVITÀ DI COMPETENZA DELLA PROVINCIA DI MODENA.

Relazione tecnico-finanziaria e conto consuntivo

1. Premesse

La Città Metropolitana di Bologna e la Provincia di Modena hanno elaborato il Programma unitario di promo-commercializzazione turistica del Territorio Turistico Bologna-Modena per l'anno 2023, approvato con Deliberazione di Consiglio metropolitano n. 46 del 26/10/2022 e con Atto del Presidente della Provincia di Modena n. 186 del 28/10/2022.

Nel suddetto Programma unitario di promo commercializzazione turistica del Territorio Bologna-Modena sono elencate le attività di competenza della Provincia di Modena con i relativi budget:

Punto 2.4.1 Azioni di promo-commercializzazione - Modena - BUDGET PER MERCATO

ATTIVITÀ	TOTALE	NAZIONALE	INTERNAZIONALE
Press trip	€ 50.000,00	€ 30.000,00	€ 20.000,00
Piano digitale	€ 60.000,00	€ 40.000,00	€ 20.000,00
Supporti di comunicazione	€ 40.000,00	€ 25.000,00	€ 15.000,00
Branding	€ 40.000,00	€ 20.000,00	€ 20.000,00
Azioni promozionali attraverso le eccellenze	€ 40.000,00	€ 20.000,00	€ 20.000,00
Fiere e Workshop	€ 75.000,00	€ 20.000,00	€ 55.000,00
Fam trip	€ 35.000,00	€ 15.000,00	€ 20.000,00
E-commerce e fruibilità del prodotto	€ 20.000,00	€ 15.000,00	€ 5.000,00
Promozione eventi del territorio	€ 40.000,00	€ 32.000,00	€ 8.000,00
Direct marketing sport e outdoor	€ 15.000,00	€ 12.000,00	€ 3.000,00
Altre attività di gestione e supporto	€ 25.000,00	€ 12.500,00	€ 12.500,00
	€ 440.000,00	€ 241.500,00	€ 198.500,00

Punto 2.4.2 Azioni di promo-commercializzazione - Modena - BUDGET PER AMBITO TERRITORIALE DI RIFERIMENTO

ATTIVITÀ	TOTALE	MODENESE	AREA TURISTICA VASTA
Press trip	€ 50.000,00	€ 45.000,00	€ 5.000,00
Piano digitale	€ 60.000,00	€ 55.000,00	€ 5.000,00
Supporti di comunicazione	€ 40.000,00	€ 35.000,00	€ 5.000,00
Branding	€ 40.000,00	* € 20.000,00	* € 20.000,00
Azioni promozionali attraverso le eccellenze	€ 40.000,00	€ 25.000,00	€ 15.000,00
Fiere e Workshop	€ 75.000,00	€ 35.000,00	€ 40.000,00
Fam trip	€ 35.000,00	€ 23.000,00	€ 12.000,00
E-commerce e fruibilità del prodotto	€ 20.000,00	€ 18.000,00	€ 2.000,00
Promozione eventi del territorio	€ 40.000,00	€ 37.000,00	€ 3.000,00
Direct marketing sport e outdoor	€ 15.000,00	€ 10.000,00	€ 5.000,00
Altre attività di gestione e supporto	€ 25.000,00	€ 22.000,00	€ 3.000,00
	€ 440.000,00	€ 325.000,00	€ 115.000,00

* Nella tabella sono stati corretti gli errori materiali contenuti nella corrispondente tabella del PPCT 2023

La progettualità del Territorio Turistico Bologna-Modena è stata proposta tenendo conto delle priorità dell'intero sistema e del budget ipotizzato alla luce delle risorse disponibili, stimate per la Provincia in € 440.000,00 (co-finanziamento pari ad almeno il 10% da parte dell'ente e IVA inclusi) e necessarie a potenziare l'azione di integrazione promo-commerciale degli ambiti territoriali coinvolti, con la possibilità che le medesime venissero rimodulate alla luce delle effettive risorse disponibili al loro sviluppo.

Con delibera della Giunta n. 130 del 30/01/2023 la Regione Emilia Romagna ha approvato il suddetto Programma unitario di promo-commercializzazione turistica del Territorio Turistico Bologna-Modena per l'anno 2023, assegnando e concedendo le risorse finanziarie relative, **pari a € 373.377,58** per la Provincia di Modena.

2. Attuazione del programma.

Per realizzare le attività di cui al PTCP si è reso necessario lo svolgimento di attività di Destination Management Organization (DMO) a sostegno della crescita, della qualificazione e della promozione dell'offerta del sistema turistico, nonché di attività di supporto, quali l'attività di analisi e valutazione

delle performance che interessano gli operatori locali del settore ricettivo, oltre che le attività di gestione proprie degli Uffici amministrativi.

2.a Affidamento a Modenatur soc. cons. a r.l.

La Provincia di Modena con determinazione dirigenziale del Servizio Affari generali e Polizia provinciale, U.O. Promozione e Qualificazione turistica del territorio n. 277 del 24/02/2023 si è quindi costituita Stazione Appaltante per l'individuazione di n. 1 impresa specializzata in servizi di promozione e marketing turistico svolgente funzioni di DMO, cui affidare il supporto organizzativo ed operativo per l'attuazione del PPCT, in accordo con le analoghe funzioni di DMO già attive nell'ambito bolognese.

Nella suddetta determina si è dato atto che il quadro economico del progetto fosse composto come segue:

- importo totale posto a base di gara per l'intera durata dell'affidamento pari a € 340.164,00, assoggettato a ribasso e comprensivo dei costi della manodopera stimati in € 252.902,20;
- oneri della sicurezza = € 0,00;
- IVA nella misura del 22% = € 74.836,00
- Totale = € **415.000,00**.

Nella medesima determina si è dato altresì atto che il predetto ammontare avrebbe trovato parziale copertura derivante da cofinanziamento da Enti pubblici terzi, vale a dire dalla Regione Emilia Romagna per € 373.377,58, importo assegnato con l'atto di approvazione del Programma di promozione-commercializzazione del Territorio turistico Bologna-Modena relativo all'anno 2023 richiamato in precedenza.

Completate le operazioni di gara, con determina n. 684 del 26/04/2023 la Dirigente del Servizio Affari generali e Polizia provinciale, U.O. Promozione e Qualificazione turistica del territorio, ha affidato il servizio in questione a Modenatur soc. cons.a r.l., con sede in Via Scudari 10, 41124 Modena, CF e P.IVA 02374350367, con una percentuale di ribasso del 2,00% e quindi come segue:

- importo contrattuale pari a € 333.360,72;
- IVA nella misura del 22% = € 73.339,36
- Totale = € **406.700,08**.

La spesa prevista di € 406.700,08 è stata impegnata per € **374.577,58** al cap 4788 "Attuazione PPCT ai sensi L.R. 4/2016 Affidamenti Servizi" del PEG e per € **32.122,50** al cap. 4718 "Sviluppo e Valorizzazione del Turismo" del PEG 2023.

Con la medesima determina n. 684 del 26/04/2023 si è stabilito che la rendicontazione delle attività realizzate in esecuzione del servizio dovesse essere consegnata alla stazione appaltante da parte dell'affidataria, in forma di relazioni parziali intermedie in riferimento alle tranches di pagamento, nonché relazione complessiva e conto economico consuntivo, entro e non oltre il 10 febbraio 2024, considerati i termini di rendicontazione della spesa del contributo assegnato dalla Regione Emilia-Romagna alla Provincia di Modena con DGR n. 130 del 30/1/2023.

Si è inoltre stabilito di articolare la liquidazione del compenso nelle seguenti tranches, con cadenza trimestrale:

-30% al 31 luglio 2023 e comunque a seguito di rendicontazione parziale intermedia riferita al periodo precedente;

-30% al 31 ottobre 2023 e comunque a seguito di rendicontazione parziale intermedia riferita al periodo precedente;

-40% a conclusione delle attività e comunque a seguito di rendicontazione parziale intermedia riferita al periodo precedente.

Al 31/12/2023 l'esecuzione del contratto si è conclusa e risulta che il soggetto attuatore Modenatur soc. cons. a r.l. abbia realizzato le attività previste nel PPCT 2023 di competenza della Provincia di Modena, come si vedrà più dettagliatamente nel prosieguo.

2. b Affidamento a HBenchmark s.r.l.

Per quanto attiene al monitoraggio dell'azione complessiva impostata con il Programma di promocommercializzazione e svolta dalla DMO, l'area modenese del Territorio Turistico ha necessitato di proseguire nel progetto di analisi e valutazione delle performance che interessano gli operatori locali del settore ricettivo, in quanto elementi fondamentali per il miglioramento delle strategie di promozione turistica proprie dell'Ente.

Tale progetto era stato già svolto nel corso del 2022, allineando anche l'area modenese alla stessa modalità di lavoro seguita dal versante bolognese del Territorio Turistico, che aveva già avviato negli anni precedenti funzioni di monitoraggio e valutazione con la collaborazione di HBenchmark s.r.l..

La realizzazione del progetto, affidato con determina n. 2130 del 07/12/2022 del Servizio Affari generali e Polizia provinciale alla suddetta società, ha portato anche alla Provincia importanti risultati in termini di opportunità di strategia e programmazione.

Nello specifico, le attività previste nel progetto consistono nella raccolta e sistematizzazione di dati presso un campione di n. 10 strutture ricettive dell'area provinciale di Modena, con trasmissione in modalità automatica e diretta dal gestionale (PMS) dell'hotel alla piattaforma HBenchmark.

Tale modalità di raccolta e trasmissione dati garantisce l'assoluta correttezza del dato ed evita l'introduzione di attività operative manuali delle strutture ricettive.

I dati raccolti non includono in nessun caso i dati sensibili dell'ospite ma riguardano esclusivamente le seguenti informazioni riguardanti la prenotazione:

- quando è arrivata (data inserimento);
- data arrivo e data partenza;
- il numero di persone;
- il tipo di camera;
- la tipologia di prodotto venduto (piazzola, casa mobile, bungalow);
- il canale di prenotazione (diretto, OTA, GDS, sito web, ...);
- il segmento di mercato (gruppi/ individuali, business/ leisure);
- la nazionalità;
- il valore economico.

Lo strumento in particolare consente alla governance del Programma di promo-commercializzazione turistica di continuare a disporre di dati analitici in tempo reale, con relative previsioni degli scenari futuri, riguardanti il tasso di occupazione e le ricadute di valore economico della presenza turistica sul territorio, evidenziando dinamiche positive e negative che sono di supporto alle scelte dei policy-maker.

Lo strumento si presta inoltre a monitorare la crescita economica del territorio turistico e l'impatto del turismo nella valorizzazione delle proprietà, quali fattori di attrattività della destinazione, in grado di attirare nuovi investimenti.

Si prevede inoltre che la diffusione delle informazioni nelle forme e nelle sedi istituzionali proprie, tra le quali la Consulta provinciale del turismo, costituisca anche un vantaggio per gli operatori che potranno ricevere informazioni relative ad esempio a prezzi medi del mercato, livello di occupazione degli alberghi (storico e previsionale), la velocità di arrivo delle prenotazioni sul territorio.

Sussistendo pertanto la necessità di proseguire nel reperimento dei dati che concretizzano l'attività e considerato che, preso atto del valore del contratto relativo al servizio, per tale tipologia di affidamento potesse procedersi ai sensi dell'art. 50, comma 1, lett. b) del Codice D. Lgs. n. 36/2023 mediante affidamento diretto nel rispetto del principio di rotazione, che prevede il divieto di affidamento allo stesso operatore uscente, qualora ne sussistessero altri, si è ritenuto opportuno e conforme ai principi di buon andamento, economicità, efficienza e efficacia, e trasparenza, accertare oggettivamente l'inesistenza di potenziali confronti fra gli operatori del settore e si è disposta con determina n. 2071 del 27/11/2023 l'attivazione di una consultazione preliminare di mercato ai sensi dell'art. 77 del D. Lgs. n. 36/2023, provvedendo ad informare il mercato mediante apposito avviso,

pubblicato sul sito istituzionale, ed invitando gli operatori economici a suggerire e a dimostrare la praticabilità di soluzioni alternative, che rispondessero allo stesso standard qualitativo, quantitativo, metodologico e tipologico relativamente al servizio in questione, più dettagliatamente illustrato nel Capitolato prestazionale allegato all'avviso.

Considerato che le attività ed i servizi fossero da svolgere obbligatoriamente e con urgenza per non compromettere il corretto funzionamento dei servizi dell'Ente, è risultato che Hbenchmark s.r.l. fosse l'unico operatore economico che potesse rendere la prestazione richiesta, dal momento che la piattaforma offerta da altro operatore richiedeva un processo di comprensione delle esigenze specifiche e traduzione delle esigenze in requisiti tecnici, nonché di sviluppo di un piano di integrazione di ogni PMS, incompatibile con la necessità di garantire la continuità del servizio con urgenza e senza soluzione di continuità.

Con Determinazione numero 2280 del 18/12/2023 si è quindi provveduto all'affidamento diretto ai sensi dell'art. 50 comma 1, lettera b) del D. Lgs. n. 36/2023, a Hbenchmark s.r.l. - sede legale in Via Retrone 16, 36077 Altavilla Vicentina (VI) - C.F. - P.IVA 03998320240, del servizio di analisi dati e monitoraggio a supporto della gestione del Programma di Promo-commercializzazione del Territorio turistico Bologna-Modena 2023, per l'importo pari a € 7.370,00, oltre IVA al 22% (€ 8.991,40 IVA inclusa).

La spesa prevista è stata impegnata sul capitolo 4718 "Sviluppo e valorizzazione del Turismo" del PEG 2023 per l'importo di € 7.370,00, oltre IVA al 22%, per un totale di € 8.991,40 IVA inclusa.

Al 31/12/2023 il contratto si è concluso, con riferimento alla parte di messa a punto ed attivazione del servizio, per esecuzione contrattuale e risulta che il soggetto attuatore HBenchmark s.r.l. abbia realizzato le attività previste nel PPCT 2023 di competenza della Provincia di Modena, come si vedrà più dettagliatamente nel prosieguo.

2.c Attività amministrative trasversali di gestione/Spese forfettarie

L'attuazione del PTCP la Provincia ha comportato lo svolgimento di attività da parte del personale impiegato nelle relative attività amministrative trasversali di gestione, per l'importo forfettario complessivo di € 25.000,05 computato come meglio si dettaglierà nel paragrafo 4 relativo alla rendicontazione.

3. Procedimento di rendicontazione

Nella citata delibera della Giunta n. 130 del 30/01/2023 la Regione ha stabilito l'obbligo di realizzare il PPCT 2023 entro il termine del 31/12/2023 e di procedere alla rendicontazione del medesimo entro il 28/02/2024, come indicato dalla propria deliberazione n. 786/2017 e ss.mm.ii, tuttavia specificando che i termini relativi di realizzazione e/o rendicontazione delle attività avrebbero potuto essere prorogati con atto del dirigente regionale competente in materia di turismo, previa motivata richiesta, dando atto che l'eventuale proroga avrebbe comportato la rivisitazione delle scritture contabili ai fini della corretta registrazione dell'impegno di spesa assunto con la propria delibera, in linea con i principi e i postulati previsti dal D.lgs. n. 118/2011 e ss.mm.ii..

A seguito di espressa richiesta, con determina 799 del 18/01/2024 del Dirigente del Settore Turismo, Commercio, Economia Urbana, Sport la Regione Emilia Romagna ha concesso la proroga del termine per la realizzazione delle attività previste e dei termini per la rendicontazione del PPCT.

La Provincia di Modena non si è avvalsa della proroga afferente al termine di realizzazione delle attività, avendo concluso le medesime al 31/12/2023.

Nel corso dell'esecuzione dei rispettivi contratti i soggetti affidatari hanno rendicontato all'ufficio lo svolgimento delle attività, provvedendo poi a trasmettere le relative relazioni:

Modenatur soc. cons. a r.l.:

- relazione sintetica delle attività svolte dal fino al 31/07/2023, acquisita al prot. gen. n. 40203 del 16/11/2023;
- relazione sintetica delle attività svolte dall'01/08/2023 al 31/10/2023, acquisita al prot. gen. n. 40203 del 16/11/2023;
- relazione conclusiva delle attività svolte fino al 31/12/2023, acquisita al prot. gen. n. 6522 del 26/02/2024.

HBenchmark s.r.l.:

- relazione conclusiva delle attività svolte fino al 31/12/2023, acquisita al prot. gen. n. 9545 del 19/03/2024

4. Relazione tecnico-finanziaria - Verifica di obiettivi raggiunti e azioni realizzate

4.a Descrizione sintetica delle attività

Le attività previste dal PTCP 2023, nonché le attività di supporto e di gestione ivi indicate, sono di seguito elencate, in relazione al soggetto a cui sono state assegnate ed alla verifica sulla realizzazione delle medesime, con indicazione degli scostamenti laddove verificatisi.

ATTIVITÀ		Verifica realizzazione/Scostamenti
Attività previste nel PPCT 2023	Attività svolta dal soggetto attuatore: Modenatur soc. cons. a r.l.	
2.3.2 Press trip		
<p>Organizzazione e gestione di n. 20 press trip rivolti a giornalisti italiani o stranieri per la promozione delle linee di prodotto individuati nel Programma, da sviluppare in autonomia o in sinergia con altri soggetti pubblici o privati; redazione e pubblicazione su riviste di auto d'epoca o legate al mondo dei motori/sport di n. 3 inserzioni pubblicitarie o publiredazionali contestuali ai press tour di cui sopra; almeno 2 su temi trasversali che caratterizzano l'area vasta</p>	<p>Le azioni sono state avviate sia in risposta alle richieste dirette da parte di giornalisti, influencer o blogger interessati a creare contenuti legati al territorio di Modena, sia in seguito a richieste di collaborazione o co-marketing da parte di APT o altri enti pubblici o privati nell'ambito di progetti di promozione del territorio. Alcune iniziative sono state progettate da Modenatur con l'obiettivo di invitare specifici media a scoprire e raccontare la città, i suoi dintorni e il TT BO-MO.</p> <p>I contenuti sono stati legati ai principali settori di interesse identificati nelle linee guida strategiche del PPCT2023, ovvero: Arte e Cultura, City Break, Motori, Food&Wine, Outdoor, Eventi e Musica.</p> <p>Modenatur ha costituito un team specializzato per gestire queste attività, ottenendo risultati positivi sia in termini di performance che di feedback da parte dei partecipanti.</p> <p>Le attività hanno comportato:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Creazione di un team dedicato e specializzato responsabile dei contatti con i vari stakeholder coinvolti. • Ricerca e monitoraggio costante di articoli, contatti, video e documentari legati alle iniziative. • Collaborazione con l'ufficio stampa di APT e con i rappresentanti dei mercati internazionali. • Organizzazione logistica e gestione dell'ospitalità e dei servizi necessari per l'efficace svolgimento dei press tour. • Fornitura di assistenza e supporto nella raccolta e selezione di materiale informativo, come foto, video e testi, in base alle specifiche esigenze e interessi prima, durante e dopo il tour. 	<p>L'attività è stata pienamente realizzata.</p> <p>Scostamenti: è stato effettuato 1 press trip aggiuntivo rispetto ai 20 previsti. Rispetto alle previsioni del PPCT si rileva uno scostamento rispetto all'investimento sul mercato estero che è stato maggiore di quello sul mercato italiano. La modifica è dovuta alla forte ripresa post covid dei mercati esteri che hanno mostrato un grande interesse per la destinazione. Questa tendenza ha generato una serie di interessanti opportunità che sono state valorizzate, valutandosi molto apprezzabili le testate; la selezione dei press tour è stata sempre coordinata con APT. Per compensare la minore visibilità dei press tour sul mercato italiano, nel piano digitale è stato dato maggiore spazio al mercato italiano, riequilibrando in questo modo l'insieme degli investimenti di comunicazione e i risultati complessivi.</p> <p>Budget consuntivo 49.000,00 (scostamento pari a circa il 2% dell'importo previsionali, corrispondente al</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Supporto nell'organizzazione delle riprese televisive, compreso l'accompagnamento, la facilitazione e il supporto nella richiesta di permessi e autorizzazioni, se necessario (ad esempio, nell'attività di fixer locale). • Supporto nella definizione del programma, compresa la ricerca e la proposta di soggetti da coinvolgere per interviste o interventi. • Assistenza nella stesura dei testi e verifica dell'accuratezza delle informazioni fornite. • Gestione della rassegna stampa. 	ribasso offerto in sede di gara dalla DMO)
2.3.3 Piano digitale		
Attività di <i>web advertising</i> e <i>social media marketing</i> orientate alla promozione del territorio attraverso il posizionamento dei siti istituzionali e di promo-commercializzazione del territorio B2C e B2B e al dialogo con i viaggiatori attraverso i canali social;	<p>Per favorire la promozione del territorio e la visibilità dei canali istituzionali e di promo-commercializzazione, attraverso cui la narrazione territoriale giunge al consumatore finale e/o agli intermediari della domanda, sono state attuate attività di web advertising e social media marketing orientate alla promozione del territorio attraverso il posizionamento dei siti istituzionali e di promo-commercializzazione del territorio B2C e B2B e al dialogo con i viaggiatori attraverso i relativi canali social</p> <p>Progetti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lost in Modena 2 • Modena Slow • Weekend del Gusto • Il Passaporto dell'Appennino Modenese 	<p>L'attività è stata pienamente realizzata.</p> <p>Per compensare la variazione sulle percentuali di investimento su mercato estero e italiano dei press trip che sono stati principalmente orientati al mercato estero, il piano digitale è stato orientato maggiormente al mercato interno, attuando in tal modo la strategia generale tracciata nel PPCT.</p> <p>Budget consuntivo 58.800,00 (scostamento pari a circa il 2% dell'importo previsionali, corrispondente al ribasso offerto in sede di gara dalla DMO)</p>
2.3.4 Supporti di comunicazione		
Progettazione e realizzazione di materiali promo-commerciali in formato digitale e/o cartaceo, da utilizzare a supporto di partecipazione a fiere, workshop, eventi e finalizzati ad agevolare il visitatore nell'organizzazione del proprio viaggio e/o l'operatore nel	Creazione di un set di materiali digitali e cartacei volti alla promozione e all'invito a visitare il territorio di Modena, da utilizzare in ogni occasione utile per presentare tutte le offerte tematiche del territorio indicate nel Piano di Promozione e Comunicazione del Territorio (PPCT).	<p>L'attività è stata pienamente realizzata.</p> <p>Budget consuntivo 39.200,00 (scostamento pari a circa il 2% dell'importo previsionali, corrispondente al</p>

<p>proporre l'area turistica vasta come meta dei viaggi dei propri clienti;</p> <p>progettazione e realizzazione di materiali promo-commerciali e informativi in formato digitale e/o cartaceo, da utilizzare per informare i viaggiatori sulle opportunità offerte dal territorio durante il soggiorno e sull'offerta di eventi ed esperienze.</p>	<p>I materiali sono stati realizzati in italiano, inglese, francese, tedesco, spagnolo e giapponese, sono stati concepiti in modo sintetico ed efficace, con richiami per approfondimenti disponibili su visitmodena.it per il settore business-to-consumer (B2C) e su modenatur.it per le attività business-to-business (B2B) rivolte agli operatori turistici.</p> <p>I materiali digitali sono stati resi accessibili anche attraverso cartelle cloud, comunicate agli operatori tramite semplici QR code.</p> <p>È stata prestata particolare attenzione al coinvolgimento degli enti e degli operatori locali, nonché della DMO Bolognese nel caso di materiali congiunti</p> <p>I materiali realizzati includono:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Presentazione del Territorio in Formato PDF: questo materiale, utilizzato per presentazioni durante eventi, invii a fiere e workshop e stampa, è stato progettato in modo modulare per adattarsi ai diversi contesti e disponibile in diverse lingue, - Brochure Cartacee e PDF Tematiche: progettato e realizzato materiale funzionale alla presentazione delle offerte di eventi, tour ed esperienze del territorio rivolte al settore B2C. Le brochure trattano temi quali Modena e provincia multiprodotto, Motori, Saperi, Appennino estivo e invernale, e MICE (Eventi e congressi). <p>Realizzazioni:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presentazioni del territorio in formato pdf come supporto di comunicazione per fiere ed eventi B2B e B2C • brochure cartacee per fiere B2B/B2C • Il Passaporto dell'Appennino Modenese (stampa, grafica, gadget, locandine) • Brochure e locandine per programma Modena Slow 	<p>ribasso offerto in sede di gara dalla DMO)</p>
---	--	---

	<ul style="list-style-type: none"> • Brochure e locandine per Weekend del Gusto • Flier e presentazione per Ciclovía del Mito per fiera Italian Bike Festival 	
2.3.5 Branding		
<p>Interventi sull'immagine coordinata della Provincia di Modena e del suo territorio, sviluppata nel corso degli anni, per armonizzarla con il neonato brand del Territorio Turistico Bologna - Modena</p>	<p>Nel 2023 è proseguita l'attività di branding per arrivare ad avere una immagine coordinata tra Modena e Bologna nell'ambito del Territorio Turistico.</p> <p>È stata creata la nuova landing page del TTBOMO ed è stato utilizzato il logo, secondo le previsioni del manuale d'uso Bianco e Nero e a colori, nell'ambito di alcune iniziative congiunte per allineare prodotto e immagine come i Weekend del Gusto, oltre che i progetti Primavera e Autunno Fuori dal Comune (queste ultimi due progetti non rientrano nella presente rendicontazione, non essendo stati sostenuti da azioni PPCT, ma fanno comunque parte di un percorso di immagine e strategia coordinata).</p>	<p>L'attività è stata pienamente realizzata, considerando lo stato di evoluzione del territorio modenese rispetto a quello bolognese sul tema dell'immagine coordinata.</p> <p>Sono stati fatti importanti passi avanti rispetto al 2022 con la nuova landing page, l'importante sperimentazione dei weekend del gusto.</p> <p>Scostamenti: Il budget impiegato è stato leggermente più basso di quanto ipotizzato nel PPCT, essendosi spostata la differenza su altre azioni con rilevanza sull'immagine di brand di destinazione, senza quindi modifiche alla strategia.</p> <p>Budget consuntivo 29.400,00</p> <p>(comprensivo dello scostamento pari a circa il 2% dell'importo previsionali, corrispondente al ribasso offerto in sede di gara dalla DMO)</p>
2.3.6 Azioni promozionali attraverso le eccellenze		
<p>Attività promo-commerciali sul Nord Americano, in un'ottica di valorizzazione delle eccellenze d'arte, sapori, motori e musica del territorio rivolte al mercato intermediato.</p> <p>Collaborazione con il sistema dei consorzi dei prodotti tipici del territorio per realizzazione di sinergie promozionali su iniziative</p>	<p>Oltre alle fiere e Workshop con target Mercato USA già descritte in altri punti, la DMO ha partecipato all'evento LE Miami, evento dedicato ai travel advisor americani, considerato uno dei punti di riferimento B2B su quel mercato.</p> <p>Collaborazioni con l'American Society of Travel Advisors importante</p>	<p>Le azioni sono state pienamente realizzate.</p> <p>Budget consuntivo 39.200,00</p> <p>(scostamento pari a circa il 2% dell'importo previsionali, corrispondente al ribasso offerto in sede di gara dalla DMO)</p>

<p>di loro programmazione su città europee.</p> <p>Organizzazione di iniziative Montagna/Mare per promuovere l'accezione «bianco» della linea di prodotto Outdoor Active&Slow presso il pubblico di riferimento a livello nazionale.</p> <p>Attivazione di percorsi sensoriali e esperienziali sui prodotti nei luoghi di produzione su tutto il territorio provinciale (cene in vigna, in campi di lavanda, uliveti, acetaie, aziende agricole) presentate anche in forma di rassegna / calendario eventi in collaborazione con ristoratori, catering ed aziende agricole del territorio.</p> <p>Attività di analisi e valutazione su nuove potenzialità turistiche legate ai settori produttivi con particolare riferimento al settore della moda e dell'artigianato.</p>	<p>punto di riferimento per i tour operator americani, con XO Private, club di tour operator attivo sul turismo lusso e leisure di alto livello in particolare verso il mercato americano</p> <p>Per le azioni sul mercato USA ostante è stato l'allineamento con APT.</p> <p>Collaborazione con il sistema dei consorzi dei prodotti tipici del territorio per realizzazione di sinergie promozionali su iniziative di loro programmazione su città europee.</p> <p>L'attività di collaborazione con i consorzi e Piacere Modena è stata costante.</p> <p>Numerose le collaborazioni con il Consorzio del Lambrusco per supporto all'organizzazione di press tour e supporto a troupe tv.</p> <p>Organizzazione di iniziative Montagna/Mare per promuovere l'accezione «bianco» della linea di prodotto Outdoor Active&Slow in simergia con il Consorzio degli Impianti del Cimone e con gli operatori privati del territorio, in 5 giornate di animazione presso stabilimenti balneari della costa romagnola.</p> <p>Attivazione di percorsi sensoriali e esperienziali sui prodotti nei luoghi di produzione su tutto il territorio provinciale, svolta con costanza durante tutto il periodo, affiancando aziende agricole nell'ideare esperienze, anche sperimentali.</p>	
2.3.7 Fiere e workshop		
<p>Nel PPCT è riportato un elenco esemplificativo da modificarsi in base al programma delle fiere e dei workshop ENIT e APT per l'anno 2023 e a fronte di opportunità promo-commerciali su mercati target che si sarebbero potuti presentare nel corso dell'anno o a causa del verificarsi di fattori che influenzassero l'organizzazione il singolo evento o in senso più ampio l'industria turistica.</p>	<p>Modenatur ha partecipato alle fiere e workshop previste nel PPCT 2023, apportando alcune modifiche con sostituzione nel caso di manifestazioni cancellate, già trascorse al momento dell'affidamento dell'incarico o laddove si è ritenuto di cogliere opportunità che si sono presentate su alcuni mercati, anche in ottica di ottimizzazione delle risorse ed esplorazione di nuovi eventi trade.</p> <p>Il numero di eventi è rimasto invariato rispetto alla pianificazione del</p>	<p>L'attività è stata pienamente realizzata.</p> <p>Scostamenti: lieve aumento di budget dovuto al fatto che, avendo ricevuto l'incarico a maggio, al fine di attuare la strategia del PPCT, mantenendo mercati di riferimento e tipologie di prodotto identificate, sono state sostituite alcune fiere ed in alcuni casi, in</p>

<p>La Provincia di Modena, attraverso la sua DMO territoriale, individua nell'elenco esemplificativo di eventi di settore, le fiere per le quali si fa carico della progettazione e della organizzazione della partecipazione.</p> <p>L'elenco comprende anche quelle fiere di cui la Città metropolitana di Bologna progetta e organizza la partecipazione e rispetto alle quali la Provincia di Modena ritiene strategico affiancare un operatore della propria DMO territoriale al presidio previsto dalla Città metropolitana di Bologna.</p> <p>Il calendario degli eventi è allineato al programma di marketing definito da ENIT e APT. La partecipazione agli eventi avviene in maniera coordinata con APT Servizi e con ENIT affinché la pluralità dei brand sia gestita al meglio nei confronti dei target cui è diretta, soprattutto a livello internazionale.</p> <p>Il calendario degli tiene conto anche delle esigenze espresse dai territori che, grazie alle azioni di coordinamento messe in campo dalle DMO territoriali, vengono integrate in un programma di partecipazioni più ampio.</p> <p>Le iniziative selezionate sono prevalentemente rivolte agli operatori di settore (B2B), sia leisure che business, ma anche al pubblico finale (B2C) e mirano a valorizzare le linee di prodotto individuate</p> <p>Per raggiungere con maggiore efficacia i partecipanti alle fiere, sia che si tratti di operatori che di turisti, in alcune manifestazioni si prevede di organizzare eventi di presentazione dell'offerta del Territorio Turistico Bologna-Modena.</p>	<p>PPCT 2023 e l'azione è stata pienamente realizzata rispetto agli obiettivi attesi e mercati individuati.</p> <p>Durante tutto il periodo è stato costante il rapporto e confronto con APT, anche per le fiere e WS in cui la DMO ha partecipato insieme ad ENIT o autonomamente, e con la DMO Bolognese in ottica di coordinamento e valorizzazione dell'attività per tutto il Territorio Turistico Bologna Modena.</p> <p>Per ogni fiera e workshop ai quali la DMO ha partecipato sono state realizzate le seguenti azioni:</p> <p>Fase preparatoria</p> <ul style="list-style-type: none"> • analisi del mercato, flussi di turisti verso il TTBOMO e l'Emilia-Romagna • valutazione dei risultati fino ad ora ottenuti sulla stessa fiera se già conosciuta • Inviti a operatori della zona per incontro in fiera • Gestione agenda appuntamenti dove presente • Comunicati stampa – stampa locale • Predisposizione di offerte mirate e tematiche secondo il tipo di mercato target per presentare • i prodotti turistici più in linea con i mercati e target di riferimento • Predisposizione dei materiali cartacei o digitali a seconda del target di manifestazioni. <p>Attuazione</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presenza di personale presso lo stand • Distribuzione di materiale informativo • Contatti con stampa e operatori turistici • Raccolta indirizzi per mailing di materiale informativo • Interviste / media relation canali fiera • Attività social <p>Follow up</p>	<p>particolare alla fiera di Cannes, assolutamente strategica, sono state sostenute maggiori spese in connessione al fatto che gli spazi espositivi con ENIT erano terminati e sono stati acquistati postazioni autonomi.</p> <p>Il maggior costo è stato compensato con la riduzione del budget del branding senza in alcun modo variare la strategia generale delineata nel PPCT 2023.</p> <p>Budget consuntivo 78.400,03 (comprensivo di un successivo arrotondamento in sede di fatturazione pari a -€ 0,05)</p>
--	--	---

	<ul style="list-style-type: none"> • Mailing con materiale informativo ai contatti raccolti in fiera • Invio di proposte mirate in base alle richieste e manifestazione di interesse richieste • Relazione fiera e risultati di breve periodo <p>Rispetto al piano fiere e workshop indicato nel PPCT sono state effettuate alcune sostituzioni mantenendo la strategia generale, i mercati target e il numero di iniziative programmate.</p>	
2.3.8 Fam trip		
<p>Organizzazione di n. 8 fam trip per operatori italiani o stranieri con specializzazioni in turismo leisure e/o MICE (almeno 3 sulle tematiche di interesse del Territorio Turistico).</p> <p>Attività da realizzarsi in autonomia o in sinergia con altri soggetti pubblici o privati.</p> <p>In occasione dei fam trip, la DMO garantisce i servizi di accoglienza e di carattere logistico-organizzativo necessari alla riuscita dell'iniziativa.</p> <p>Quando possibile devono essere identificate date che possano valorizzare anche gli eventi ricorrenti proposti dal territorio in ottica di arricchimento dell'offerta turistica.</p>	<p>L'azione è stata gestita da un team dedicato, composto da personale che ha partecipato attivamente anche a fiere e workshop altamente specializzati nelle dinamiche della commercializzazione turistica oltre che nella cura degli educational tour.</p> <p>In conformità con il PPCT gli operatori sono stati selezionati in base al target di riferimento, prevedendone almeno 3 con caratteristiche di prodotto di area vasta TTBOMO</p> <p>Nel corso del 2023 sono stati realizzati 13 Fam trip (5 aggiuntivi rispetto al piano), tour ed esperienze di "familiarizzazione" con il territorio rivolte a tour operator/buyer interessati o potenzialmente interessati a programmare tour e soggiorni nel nostro territorio.</p> <p>Alcuni Fam trip sono stati organizzati in abbinamento a workshop B2B realizzati in Emilia-Romagna (es. Cities), altri sono invece opportunità scaturite da contatti in occasione di fiere e workshop.</p> <p>I risultati in termini di apprezzamento dell'offerta e avvio di rapporti di collaborazione sono stati molto positivi.</p>	<p>Sono stati realizzati 5 fam trip aggiuntivi rispetto agli 8 previsti.</p> <p>L'azione è stata pienamente realizzata con un lieve incremento del budget previsto, compensato da una minor spesa nel budget delle azioni branding.</p> <p>Come per i press trip anche per i fam trip risulta una maggiore attività nel mercato internazionale rispetto a quello nazionale, in connessione con il rinnovato interesse degli operatori turistici stranieri per la nostra regione.</p> <p>Budget consuntivo 39.200,00</p>
2.3.9 e-commerce e fruibilità del prodotto		
<p>Il sistema di e-commerce adottato dalla DMO modenese, compatibile e interoperabile con quello adottato dalla DMO di Bologna,</p>	<p>La DMO ha operato per favorire la fruibilità turistica e per canalizzare sempre di più le proposte tramite e-commerce.</p>	<p>Le azioni sono state realizzate.</p>

<p>deve rendere accessibili e prenotabili online in qualsiasi momento esperienze, prodotti con prenotazione online, sia da parte del turista che da parte di operatori turistici e dalla rete degli uffici IAT-R regionali.</p> <p>Da sviluppare ulteriormente il sistema di gift card per incentivare anche l'acquisto slegato dalla data di effettuazione da definire post.</p> <p>Il sistema deve essere integrato su visitmodena.it e integrabile su siti di eventi, partner e intermediari dell'offerta.</p> <p>Incremento del numero e della varietà di offerte presentate sull'e-commerce con il massimo coinvolgimento degli operatori/fornitori del territorio e l'ampliamento della rete di distribuzione.</p> <p>Invito ai fornitori di esperienze e di proposte del territorio, a proprietari o gestori di luoghi di interesse turistico ad aderire all'e-commerce e a collaborare con il sistema attraverso linee guida che mirino a costruire un'offerta sempre fruibile e facile da acquistare e aderente alle linee di prodotto, target e mercati identificati.</p> <p>Supporto da parte della agli organizzatori delle esperienze nella costruzione delle offerte, nella pubblicazione online e nella gestione dei diversi aspetti della prenotazione.</p> <p>Coinvolgimento degli intermediari della domanda per la costruzione di una rete di partner e affiliati che possano ulteriormente amplificare la portata commerciale dello strumento (es.: hotel, agenzie di viaggio ecc.).</p>	<p>Alla base di questa azione è stata identificata la seguente linea strategica: analisi risorse turistiche, trasformazione in offerta turistica, promo-commercializzazione, vendita, monitoraggio.</p> <p>È stata data importanza alla valorizzazione del mix di risorse turistiche primarie e secondarie, che sono state in parte trasformate e combinate per creare nuovi prodotti e offerte turistiche.</p> <p>Nell'analisi delle risorse sono state assegnate a ciascuna di esse o a gruppi di esse un cluster tematico principale, tenendo presente che non esistono confini netti, poiché la motivazione e l'esperienza di viaggio spesso derivano da una combinazione di prodotti appartenenti a diverse tematiche turistiche.</p> <p>I cluster di prodotto che, in linea con le strategie del PPCT 23, sono stati associati alle risorse e guidando la progettualità della strutturazione dell'offerta turistica sono stati:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tutti: risorsa trasversale che interessa tutti i temi/motivazioni • Turismo culturale e city break • Turismo enogastronomico • Turismo dei motori • Turismo natura e appennino – outdoor • Turismo wellness/termale • Sport • MICE – congressi, eventi, incentive <p>Nella progettazione delle offerte e nella comunicazione promozionale, sono stati considerate le seguenti indicazioni fornite dal PPCT:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Focalizzare l'attenzione sui clienti - Puntare sull'esperienzialità - Realizzare prodotti innovativi 	<p>Budget consuntivo 19.600,00</p> <p>(scostamento pari a circa il 2% dell'importo previsionali, corrispondente al ribasso offerto in sede di gara dalla DMO)</p>
--	---	---

	<ul style="list-style-type: none"> - Programmare tour garantiti, senza minimi di partecipanti - Rendere l'esperienza-utente semplice e intuitiva - Coinvolgere testimonial locali che lavorano all'interno dell'esperienza offerta - Offrire tour in lingua <p>Sono state inoltre utilizzate risorse chiave come l'Unesco, il Parmigiano Reggiano, e l'Aceto Balsamico Tradizionale, insieme a figure di spicco come Pavarotti e marchi automobilistici prestigiosi come Ferrari, Maserati, Pagani ed Enzo Ferrari.</p> <p>Particolarmente rilevante è stata l'attività svolta per la promozione dell'Appennino e del turismo outdoor.</p> <p>Grazie al sistema di prenotazione adottato (trekksoft) e l'interfacciamento dello stesso con i siti visitmodena.it, emiliaromagnaturismo.it, emiliaromagnawelcome.it e altri siti regionali (giornataverde.it, camminiemiliaromagna.it.), le esperienze relative al territorio modenese sono state distribuite e commercializzate simultaneamente su diversi canali online B2C.</p> <p>Il sistema è lo stesso adottato dalla DMO bolognese e da tutte le principali DMC regionali che gestiscono IAT-R; ciò consente di rendere visibile il database di esperienze modenesi a diversi altri soggetti regionali.</p>	
2.3.10 Direct marketing sport e outdoor		
<p>Distribuzione di materiale promozionale e organizzazione di presentazioni all'interno dei punti vendita focalizzati sul target sportivo in generale e sul prodotto neve in particolare e legati ai punti vendita della grande distribuzione sportiva.</p> <p>Attività di direct marketing rivolta a promuovere il prodotto Outdoor Active&Slow e sport</p>	<p>L'attività GDS è stata realizzata in novembre e dicembre, dopo la fiera Skipass, in collaborazione con il Consorzio degli Impianti del Cimone e operatori privati del territorio.</p> <p>Distribuzione di coupon per stagione invernale presso negozi della Grande distribuzione.</p> <p>22 in Toscana e 30 in Emilia-Romagna. (Decathlon, Cisalfa e Nencini Sport)</p>	<p>Le azioni sono state realizzate.</p> <p>Budget consuntivo 14.700,00</p> <p>(scostamento pari a circa il 2% dell'importo previsionali, corrispondente al ribasso offerto in sede di gara dalla DMO)</p>

<p>nella sua accezione «verde», supportando le associazioni sportive per l'organizzazione di camp estivi ed eventi attraverso appuntamenti con referenti associazioni e invio materiale promozionale.</p>	<p>La DMO ha supportato l'attività nella fase di pianificazione strategica.</p> <p>Per la promozione dei Camp estivi sono state svolte diverse attività:</p> <ul style="list-style-type: none"> • partecipazione a workshop B2B organizzato da APT a Firenze dedicato a CRAL e associazioni sportive, il 5 ottobre • partecipazione al workshop B2B organizzato in occasione di Skipass il 27 ottobre • costruzione e attività di direct marketing su associazioni sportive con invio di mail di presentazione delle offerte del territorio e successivo contatto telefonico da parte di un nostro operatore specializzato in questo tipo di attività. 	
<p>2.3.11 Promozione eventi del territorio</p>		
<p>Attività di promozione e commercializzazione rivolta a supportare gli organizzatori di eventi e fiere del territorio: appuntamenti con referenti, studio strategie promocommerciale, creazione e raccolta di offerte e proposte di esperienze e soggiorno, azioni promozionali B2C.</p>	<p>L'attività è stata di fondamentale importanza per valorizzare al meglio ogni opportunità per il territorio rispetto alle potenzialità di attrattività e di animazione legate agli eventi e per avviare un percorso di coordinamento sulla pianificazione.</p> <p>La promozione degli eventi del territorio rappresenta infatti un pilastro fondamentale per la valorizzazione delle potenzialità locali.</p> <p>Attraverso un'efficace strategia di promozione e coordinamento, è possibile ottimizzare l'attrattività e l'animazione legate agli eventi, contribuendo significativamente allo sviluppo turistico ed economico del territorio.</p> <p>La DMO ha consolidato relazioni con i principali organizzatori di eventi (pubblici e privati, tra cui Comuni, Modenafiore, Unimore, Bper Forum Monzani, Palatipico, SGP, il sistema associativo e diverse associazioni di categoria), offrendo sostegno in termini di assistenza per le candidature di eventi da portare sul territorio, disponibilità a curare la se-</p>	<p>Le azioni sono state realizzate.</p> <p>Budget consuntivo 39.200,00</p> <p>(scostamento pari a circa il 2% dell'importo previsionali, corrispondente al ribasso offerto in sede di gara dalla DMO)</p>

	greteria organizzativa quando l'organizzatore ne ha necessità, supporto per la raccolta di informazioni sulla ricettività ed eventuale servizio di coordinamento booking center, supporto per la promozione e commercializzazione dell'evento.	
	Attività svolta dal soggetto attuatore: HBenchmark s.r.l.	
Attività di supporto trasversali		
progetto di Hospitality Data: attività di raccolta e sistematizzazione di dati presso un campione di strutture ricettive, trasmissione in modalità automatica e diretta dal gestionale (PMS) dell'hotel alla piattaforma, monitoraggio crescita economica del territorio turistico ed impatto del turismo nella valorizzazione delle proprietà		Le attività risultano realizzate. Maggior spesa finanziata attraverso l'economia derivante dal ribasso offerto in sede di gara dalla DMO
	Attività svolta dalla Provincia di Modena	
Attività di gestione svolte dagli Uffici della Provincia (spese generali forfettarie)		
Attività amministrative di gestione		Le attività risultano realizzate.

Le attività risultano tutte realizzate, salvo gli scostamenti indicati, che comunque non modificano l'equilibrio complessivo del budget del PPCT 2023 previsto.

4.b Descrizione dettagliata delle attività

4.b.1 Attività svolta da Modenatur soc. cons. a r.l.

(estratto relazione di rendicontazione presentata da Modenatur soc. cons. a r.l.)

Premessa

Illustriamo di seguito le attività che abbiamo realizzato completando le azioni previste nel PPCT23. Durante tutto il periodo di attività abbiamo svolto anche azioni di carattere trasversale necessarie per lo sviluppo del piano di promo commercializzazione ed in particolare incontri con Provincia di Modena, Consulta del turismo, partecipazione ad incontri dell'Ufficio Unico del TTBOMO, costanti momenti di confronto con la DMO Bolognese, incontri e confronti con i referenti dei Comuni e degli IAT e con i soggetti privati, attività di monitoraggio delle azioni.

Mercati

Nell'individuazione e selezione dei mercati obiettivo e nella pianificazione delle azioni di promo-commercializzazione che abbiamo attuato abbiamo tenuto in considerazione

- I mercati e target e le linee strategiche di prodotto indicate nel PPCT2023
- Il monitoraggio costante dei flussi e trend per eventuali correttivi
- Analisi dell'andamento delle prenotazioni in corso

I mercati e prodotti su cui si sono articolati gli interventi sono stati:

Mercato nazionale

Prodotti

Sport; Outdoor Active&Slow (trekking, biking, vacanza attiva, terme e benessere); Special Interest Motori, Food&Wine , Cultura, Special interest Musica, City break

Mercati internazionali di corto raggio

GERMANIA, AUSTRIA E SVIZZERA, SPAGNA, FRANCIA, REGNO UNITO, PAESI BASSI E PAESI SCANDINAVI

Prodotti

City Break; Outdoor Active&Slow (trekking, biking, vacanza attiva, terme e benessere); Special Interest Motori; Food&Wine; Cultura, Sport, Special Interest Musica, MICE UNESCO; Food&Wine; Special Interest-Motori e Musica; MICE; Luxury

Mercati internazionali di medio lungo raggio

USA, EMIRATI ARABI , GIAPPONE E COREA DEL SUD

Prodotti

UNESCO, Food&Wine ; Special Interest Motori; Special e Musica; MICE; Luxury

2.3.1 Sito Web e social

Obiettivo: fare conoscere (awareness e positioning) gli elementi caratterizzanti l'identità territoriale e facilitare l'esperienza d'acquisto e fruizione dei consumatori (purchase) – attività trasversale

Questa attività, di natura trasversale, è stata svolta regolarmente su base quotidiana. La narrazione del territorio modenese è stata realizzata attraverso il portale visitmodena.it e l'attività delle due redazioni locali (Comune di Modena per Modena e pianura, Comune di Sestola per InAppenninoModenese) e dalla DMO integrando gli aspetti e azioni necessari per potenziare la promo-commercializzazione.

Modenatur ha collaborato con la gestione social di Visitmodena contribuendo all'incremento dei contatti, dedicando una risorsa specializzata a questa attività.

È stato arricchito il piano editoriale e sono state attivate collaborazioni con la redazione social Inappenninomodenese in particolare e in generale con i SMM degli altri canali promozionali locali dei territori e delle principali aziende locali che hanno impatto sul turismo.

Questa attività è stata costante durante tutto il periodo di attività. Di grande supporto è stata la campagna lost in Modena promossa dal Comune di Modena e con la quale la DMO ha collaborato (illustrata da pag. 30) che ha fornito contenuti di alta qualità come base per i piani editoriali. Sono stati pubblicati contenuti sulla base di rubriche tematiche afferenti ai cluster di prodotto identificati dal PPCT23.

Nell'ambito delle azioni di promozione tramite web abbiamo inoltre svolto un ruolo di supporto e coordinamento a livello locale con incontri con le due redazioni sia individualmente che congiuntamente, invio di aggiornamenti sulle politiche promozionali regionali, sui cluster di prodotto emergenti, sulle campagne trasversali di APT o altri soggetti di interesse, e altre informazioni utili per poter orientare e stabilire congiuntamente un piano editoriale sia per la scelta e redazione degli itinerari e degli altri contenuti richiesti dalla redazione regionale che per uno sviluppo coerente e coordinato dei contenuti dei visitmodena.it e di inappenninomodenese.it, favorendo una interconnessione sempre più efficace dei due strumenti.

In particolare, ci siamo interfacciati con APT per le campagne attivate come cammini, castelli, Via Emilia coordinandoci con i rappresentanti del territorio man mano coinvolti nelle attività.

Collaborazione con il sistema regionale

Abbiamo collaborato attivamente con APT interfacciandoci per collaborazioni sui canali social ed essendo riconosciuti come una DMC/DMO tecnologicamente avanzata siamo stati coinvolti anche nel processo di analisi dei sistemi di prenotazione online e di possibili scenari futuri anche per l'integrazione del sistema regionale con il tourism digital hub (TDH) nazionale.

Abbiamo collaborato per la creazione dei contenuti sul territorio turistico Bologna-Modena per il portale Emiliaromagnaturismo, collaborando con la DMO bolognese per la creazione di itinerari congiunti da pubblicare come redazione di destinazione. Ci siamo occupati in questo caso di ideazione copy, selezione immagini e traduzioni.

2.3.2 Press trip | Realizzazione di 20 press trip

Obiettivo: raggiungere il target di riferimento attraverso spazi di carattere redazionale e pubblicitario, favorendo la promozione dell'offerta del Territorio Turistico Bologna-Modena

In questa sezione, presentiamo le attività condotte da Modenatur nel contesto delle relazioni con i media, blogger, influencer e troupe televisive, concentrandoci in particolare sull'organizzazione dei press trip.

Queste azioni sono state avviate sia in risposta alle richieste dirette da parte di giornalisti, influencer o blogger interessati a creare contenuti legati al territorio di Modena, sia in seguito a richieste di collaborazione o co-marketing da parte di APT o altri enti pubblici o privati nell'ambito di progetti di promozione del territorio.

Inoltre, alcune di queste iniziative sono state progettate da Modenatur con l'obiettivo di invitare specifici media a scoprire e raccontare la città, i suoi dintorni e il territorio turistico BOMO.

I contenuti promossi in queste attività sono sempre stati legati ai principali settori di interesse identificati nelle linee guida strategiche del PPCT2023, ovvero: Arte e Cultura, City Break, Motori, Food&Wine, Outdoor, Eventi e Musica.

Modenatur ha costituito un team specializzato per gestire queste attività, ottenendo risultati positivi sia in termini di performance che di feedback da parte dei partecipanti.

Dal punto di vista operativo, le attività hanno comportato:

- Creazione di un team dedicato e specializzato responsabile dei contatti con i vari stakeholder coinvolti.
- Ricerca e monitoraggio costante di articoli, contatti, video e documentari legati alle iniziative.
- Collaborazione con l'ufficio stampa di APT e con i rappresentanti dei mercati internazionali.
- Organizzazione logistica e gestione dell'ospitalità e dei servizi necessari per l'efficace svolgimento dei press tour.
- Fornitura di assistenza e supporto nella raccolta e selezione di materiale informativo, come foto, video e testi, in base alle specifiche esigenze e interessi prima, durante e dopo il tour.
- Supporto nell'organizzazione delle riprese televisive, compreso l'accompagnamento, la facilitazione e il supporto nella richiesta di permessi e autorizzazioni, se necessario (ad esempio, nell'attività di fixer locale).
- Supporto nella definizione del programma, compresa la ricerca e la proposta di soggetti da coinvolgere per interviste o interventi.
- Assistenza nella stesura dei testi e verifica dell'accuratezza delle informazioni fornite.
- Gestione della rassegna stampa.

Nel corso del 2023, sono stati realizzati 21 press trip (1 in più rispetto all'obiettivo)

	Media	Data	Pax	Cluster	Mercato
1	Dream of Italy (Kathy McCabe) - <i>PBS</i>	29-31 maggio	9	Food, Motori e Cultura	USA + mondo (Italia a partire da giugno 24)
2	Vascos por el Mundo - <i>Txakoligorri</i>	28-29 maggio	2	Misto	Spagna
3	Flavors (Julien Bur) – TV5 France	23-24 giugno	2	Misto	Francia
4	Bjørn Moholdt - <i>Kapital</i>	30 giugno -1 luglio	1	Food, Arte e Motori	Nord Europa
5	Rudolf Strutz - <i>OBB</i>	2-3 luglio	1	Motori	DACH
6	Angelina Jolin – <i>Plaza Interiör</i>	3-5 luglio	3	Design e Luxury	Nord Europa
7	Kaitlyn Rosati - <i>NoManNomad</i>	26-28 luglio	1	Food	USA
8	Pillole Tg3 Emilia-Romagna (Jacopo Cecconi) – <i>Rai 3</i>	20 agosto	1	Motori	Italia
9	Eleanor Hughes	24-25 agosto	1	Motori e Food	Nuova Zelanda
10	Matthew Hampton	29-31 agosto	1	Motori e Food	USA
11	Michaela Morris	10-13 settembre	1	Food e Cultura	Canada
12	Elizabeth Newman - <i>Giadzy</i>	11 settembre	1	Food	USA
13	Inna Hemme – <i>Cosmopolitan</i>	18-20 settembre	3	Motori, Food e Luxury	DACH
14	Volker Mehnert - <i>Frankfurter Allgemeine Zeitung</i>	20 settembre	1	Food	DACH
15	Titus Arnu - <i>Süddeutsche Zeitung</i>	24 ottobre	1	Food	DACH
16	Bhushavali	28-29 ottobre	1	Unesco e Food	Belgio, UK e India
17	Emil Eyybov - <i>National News Agency Azertac</i>	4 novembre	2	Motori	Azerbaijan
18	Giornalisti inglesi	7-10 novembre	5	Food	UK
19	Thomas Rivallain - <i>Guide du Routard</i>	25 novembre	1	Arte e Food	Francia
20	Andrew Cotto – <i>Andiamo</i>	28 novembre	1	Food	USA
21	Dominic Lawson - <i>The Times</i>	28 e 30 novembre	2	Motori, Arte e Food	UK

LE ATTIVITÀ NEL DETTAGLIO

Troupe TV

DREAM OF ITALY

Data: maggio-dicembre 2023

Luogo dell'evento: Modena

Ospiti: 9

Descrizione: abbiamo supportato, in collaborazione con APT, la realizzazione di 2 puntate della terza stagione della serie tv *Dream of Italy* della PBS – Public Broadcasting Service, nota emittente televisiva degli Stati Uniti (60.000.000 di potenziale pubblico).

La terza edizione del programma – incentrata sui personaggi italiani di successo e sui “luoghi dell’anima”, le più belle destinazioni in cui vivono – dedica due episodi alla città Unesco capitale della Motor Valley dell’Emilia-Romagna, alle sue tipicità gastronomiche e al suo principale ambasciatore, Massimo Bottura, considerato negli Stati Uniti e non solo, il “simbolo dell’italianità” in tutto il mondo.

Abbiamo ospitato 2 volte la troupe (composta da 8 ospiti in tutto, compresa la conduttrice e autrice del programma, Kathy McCabe) a Modena e dintorni per esigenze legate alle riprese e raccolta di informazioni finalizzate alla realizzazione delle due puntate.

Il contatto è pervenuto dalla stessa APT, con la quale abbiamo deciso di sostenere l'iniziativa in co-marketing, trattandosi di un'operazione molto onerosa, ma di notevole valore mediatico.

Il progetto è iniziato a Febbraio 2024 e l'ospitalità alberghiera è stata presa, per il primo soggiorno, in carico da APT, mentre per le visite della troupe a Modena avvenute nei mesi successivi per la rifinitura del programma, le spese sono state sostenute dalla DMO.

Risultati negli USA, i due episodi della serie TV – che ha un grande potere persuasivo nelle scelte di viaggio dei vacanzieri americani – sono usciti rispettivamente il:

- 5 gennaio 2024 | *Dream of Italy Episode 304: Slow Food, Fast Cars, Big Dreams*
- 12 gennaio 2024 | *Dream of Italy Episode 305: Modena, Philanthropy and Opera*

Gli episodi andranno in onda ripetutamente sulle reti televisive PBS anche nei prossimi anni e saranno disponibili per i residenti anche attraverso PBS.org, app PBS e PBS Passport

> www.dreamofitaly.com/season3

In Italia, la stagione sarà invece disponibile a partire da giugno 2024 su YouTube. A gennaio 2024, sul canale web del programma verrà anche rilasciata una guida di viaggio PDF complementare alla stagione TV.

DREAM OF ITALY

with Kathy McCabe

SEASON 3 PREMIERES

THIS WINTER ON
PBS STATIONS AND create



AIR DATES AND INFO: dreamofitaly.com/season3



VASCOS POR EL MUNDO

Data: 28-29 maggio 2023

Luogo dell'evento: Modena, Formigine e Maranello

Ospiti: 2

Descrizione: Abbiamo collaborato con APT Servizi per l'organizzazione di un press trip della troupe televisiva spagnola che produce il programma televisivo di viaggio "VASCOS POR EL MUNDO" per una delle emittenti pubbliche ufficiali in Spagna – EITB. La troupe era composta dal reporter Mario Díez e il cameraman Santiago Roldán. Il format del programma consiste della troupe che viaggia in tutto il mondo visitando ed intervistando persone nate nei Paesi Baschi che vivono all'estero.

Il servizio sull'Emilia-Romagna ha coperto le città di Piacenza, Parma, Modena, Ferrara, Ravenna e Modena. Per la parte modenese, abbiamo fornito supporto tecnico alla troupe e sostenuto economicamente il loro soggiorno in città: in particolare, la troupe ci ha chiesto supporto per alloggio, attività, supporto per ottenere permessi di ripresa, trasferimenti e accessi ai luoghi d'interesse. Le riprese a Modena hanno incluso: il sito Unesco, la Via Emilia, il Teatro Comunale Pavarotti-Freni, l'Acetaia Comunale, il Museo Ferrari di Maranello e il centro storico di Formigine, dove abita il ragazzo originario dei Paesi Baschi selezionato dalla TV stessa per raccontare la propria esperienza.

Risultati: Link al servizio tv realizzato dalla Troupe: www.eitb.eus/es/nahieran/programas/vascos-por-el-mundo/emilia-romagna/detalle/6156/219250/



FLAVORS – JULIEN BUR

Data: 23-24 giugno 2023

Luogo dell'evento: Modena, Spilamberto, Montale

Ospiti: 1

Descrizione: abbiamo fornito supporto ad APT per nell'organizzazione di due giorni di press trip a Modena per il regista francese Julien Bur, incaricato di realizzare un servizio TV di 52 minuti sull'Emilia-Romagna per la serie tv *Flavors* dell'emittente francese TV5 France – attraverso la casa di produzione francese Ampersand. Il reportage tv dal titolo "Emilia Romagna, cuore d'Italia", inserisce nel contesto della rassegna 'Flavors d'Italie' e sarà trasmesso 8 volte in 24 mesi sul canale transalpino, oltre che sulla piattaforma digitale Svod della tv. Il servizio ha un taglio turistico e presenta la regione Emilia-Romagna a 360 gradi, dall'arte, la cultura, la storia, l'architettura, la musica, il cinema all'artigianato, l'ambiente, il life style, l'enogastronomia, etc.

Il regista ha soggiornato a Modena per due giorni interi (pernotando in un hotel del centro), durante i quali ha effettuato le riprese in alcuni luoghi di Modena e provincia: ha visitato il Museo del Balsamico di Spilamberto e intervistato il Gran Maestro della Consorteria Maurizio Fini. È stato invitato anche a partecipare alla Fiera di San Giovanni di Spilamberto, durante la quale si è svolto il suggestivo Palio dell'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena.

Il secondo giorno, il regista ha effettuato delle riprese nel centro storico di Modena, con particolare focus sul sito Unesco (Duomo interno ed esterno). Si è poi spostato al Museo Enzo Ferrari, ed infine alla Casa Museo Luciano Pavarotti. I costi della parte modenese del progetto sono stati sostenuti interamente dalla DMO.

Risultati: il reportage tv verrà trasmesso 8 volte in 24 mesi sul canale tv5 France, oltre che sulla piattaforma SVOD di France TV.

Audience totale: oltre **un milione e mezzo di spettatori** (prevista anche una successiva messa in onda anche su vari canali internazionali da definire).



FLAVORS:
Outstanding Destinations
84x52 minutes

INCLUDING OVER 40 EPISODES SHOT IN 4K
PRESENTED BY AMPERSAND



PILLOLE TG3 – EMILIA ROMAGNA

Data: Luglio-Agosto preparazione - 28 agosto 2023 riprese.

Luogo dell'evento: Modena, Spilamberto, Montale

Ospiti: 1

Descrizione: abbiamo collaborato con la redazione del TG3 (Jacopo Cecconi) per la realizzazione di una pillola Video su Modena andata in onda in settembre. Il giornalista ci ha contattato direttamente a seguito di segnalazione del contatto da parte dell'ufficio stampa di APT. La collaborazione si è sviluppata con una prima consulenza per definire i possibili luoghi da includere (avevamo proposto Museo Stanguellini, Museo del Balsamico Tradizionale, sito Unesco di Modena. La scelta è ricaduta sul Museo Stanguellini che abbiamo contattato per richiedere disponibilità. Infine, abbiamo supportato la troupe per ogni esigenza logistica durante le riprese.

Risultati: di seguito, il link al servizio realizzato: www.facebook.com/watch/?v=842673740783604

Press trip per giornalisti

BJØRN MOHOLDT

Data: 30 giugno – 2 luglio 2023

Luogo dell'evento: Modena, Levizzano Rangone

Ospite: 1

Descrizione: abbiamo organizzato un press trip di tre giorni per il giornalista norvegese Bjørn Moholdt che lavora per *Kapital*, bimensile di economia e commercio norvegese, un canale mediale importante per influenzare un cetto interessato e con altissimo potere d'acquisto che in alcune uscite dedica una sezione a viaggi e turismo. Il contatto è pervenuto da APT Servizi, con la quale abbiamo deciso di sostenere l'iniziativa in co-marketing, trattandosi di un'operazione molto onerosa ma di grande valore mediatico. APT ha sostenuto il costo relativo ad una notte di soggiorno in albergo, mentre le restanti spese (assistenza, trasporti durante il tour, pasti, visite guidate) sono state a carico di Modenatur.

Nel corso del press trip, il giornalista ha svolto una serie di attività e visite orientate al target dei lettori, legate principalmente al tema dell'enogastronomia, arte e motori.

Tali visite hanno incluso il Museo Enzo Ferrari, caseificio di produzione di Parmigiano Reggiano, una cantina e un'acetaia nelle colline modenesi, una visita guidata del centro storico di Modena, e un incontro con lo Chef Luca Marchini, al quale Moholdt ha potuto fare una breve intervista, prima di cenare presso il suo ristorante.

Risultati: Articolo di 3-5 pagine, con pubblicazione prevista per inizio 2024.

Stima reach: 150.000

Stima controvalore pubblicitario: € 40.000,00 oltre la pubblicazione digitale.

RUDOLF STRUTZ

Data: 2-3 luglio 2023

Luogo dell'evento: Modena, Maranello, San Cesario sul Panaro, Sant'Agata Bolognese

Ospite: 1

Descrizione: abbiamo organizzato un press trip di due giorni per il giornalista austriaco Rudolf Strutz, focalizzati in particolare sul tema motori.

Il contatto ci è pervenuto da Bologna Welcome. Modenatur ha sostenuto economicamente la sua visita a Modena, finalizzata all'aggiornamento della guida ebook di OBB, le ferrovie dello stato austriache.

Il giornalista ha pernottato 1 notte a Modena ha visitato il Museo Enzo Ferrari di Modena, il Museo Ferrari di Maranello, il Museo e la Fabbrica Pagani e il Museo Automobili Lamborghini.



Rudolf Strutz si trova presso Maranello- Museo Ferrari.

3 luglio · Modena · 🌐

Klassentreffen in Maranello. Zwei Rennpferde vor dem Rennstall von Ferrari 😊

Vedi traduzione



ANGELINA JOLIN

Data: 3-5 luglio 2023

Luogo dell'evento: Modena, Maranello, Levizzano Rangone, Montale

Ospiti: 2

Descrizione: abbiamo ospitato Angelina Jolin, giornalista di Stoccolma in viaggio in Emilia-Romagna insieme al marito fotografo, per la realizzazione di un reportage sul tema design-moda-Made in Italy destinato alla rivista svedese *Plaza Interiör*. Si tratta di un glossy magazine mensile orientato su design, arredamento, oggettistica e shopping con un target di trendsetters con alto potere d'acquisto. Il contatto è pervenuto da APT Servizi, la quale a sua volta lo ha ricevuto da ENIT. Trattandosi di un'operazione piuttosto onerosa ma di auspicato grande valore mediatico (per via del target alto spendente della rivista), abbiamo deciso di sostenere l'iniziativa in co-marketing con APT Servizi.

Come Modenatur, ci siamo occupati di organizzare per lei un press trip di tre giorni e due notti: la giornalista ha pernottato una notte in centro storico a Modena e una notte in un agriturismo in collina. APT ha coperto il costo di una notte di soggiorno degli ospiti, mentre Modenatur si è fatta carico degli aspetti tecnici e organizzativi e delle restanti spese relative al soggiorno e alle attività proposte. La sera del loro arrivo, gli ospiti sono stati accolti con una cena al bistrot Franceschetta58, offerto da Francescana Group. Il giorno seguente è stato dedicato alla visita guidata del centro storico di Modena, con focus sul sito Unesco e mercato storico Albinelli. A seguire, la giornalista Jolin ha visitato il museo Enzo Ferrari di Modena, per poi spostarsi a Maranello per visitare il Museo Ferrari. Poco distante da Maranello, gli ospiti hanno avuto la possibilità di visitare un'acetaia. L'ultimo giorno, hanno visitato la Casa Museo Pavarotti e svolto un Factory Tour dello stabilimento e showroom Maserati.

Risultati: articolo di 3 pagine, con pubblicazione prevista per l'ultimo quadrimestre del 2024.

Stima reach: 82.000

KAITLYN ROSATI

Data: 26-28 luglio 2023

Luogo dell'evento: Modena

Ospite: 1

Descrizione: abbiamo organizzato un press trip per Kaitlyn Rosati, autrice del blog No Man Nomad (15.000 lettori mensili) e giornalista freelance che scrive per il New York Daily News (dove tiene una rubrica settimanale che mette in evidenza le migliori perle gastronomiche nascoste di New York), The Points Guy, Jetset Times, ROVA, TheTravel, Explore, e altri. Il contatto ci è pervenuto da APT Servizi, la quale a sua volta è stata contattata da Stephanie D'Adamo, Senior Communications Supervisor per Sipp Communication, che ha avuto modo di conoscere Kaitlyn durante l'evento Summer Fancy Food tenutosi a New York dal 25 al 27 giugno 2023.

La giornalista Rosati era interessata a promuovere Modena soprattutto da un punto di vista enogastronomico. Abbiamo gestito l'organizzazione di un press trip di due giorni incentrato su questo aspetto e l'abbiamo accompagnata a conoscere i luoghi più significativi della tradizione culinaria modenese. Le attività proposte includevano: visita guidata del centro storico di Modena, visita ad un caseificio di produzione di Parmigiano Reggiano, visita ad un'acetaia e alloggio in un Hotel ****S nel centro storico di Modena dove abbiamo coperto il costo di una delle due notti del suo soggiorno.

Risultati: Kaitlyn Rosati ha pubblicato i seguenti articoli sul proprio blog No Man Nomad:

<https://www.nomannomad.net/italy/what-to-eat-in-modena-italy/>

<https://www.nomannomad.net/italy/what-to-do-in-modena-italy/>



Take a City Tour with Modenatur



Modena might be small, but historically, it's fascinating. I would have not understood many of the city's hidden details if it were not for my tour with local tour operator, [Modenatur](#). Enjoy stops at Piazza Roma, the Duomo, and

Ha inoltre realizzato diversi contenuti video sul proprio [profilo Instagram](https://www.instagram.com/noman.nomad/):
<https://www.instagram.com/noman.nomad/>



noman.nomad
izzy.lamberti • Audio originale

noman.nomad Coming to Modena and can't get a res to the famed Osteria Francescana? **SAVE THIS POST FOR ANOTHER MASSIMO BOTTURA SPOT**

Yes, I know, we all know about Modena because of @chefstabenetflix featuring @massimobottura hotspot Osteria Francescana. But if you've ever tried to get a reservation, you know that you pretty much have a greater chance of getting struck by lightning ⚡. I have set my alarm for 4am to try to snag a spot when reservations first open up and my computer has crashed from traffic to the website, so, I have accepted there's a good chance I'll never get to dine there. Luckily, however, Osteria Francescana is not Massimo's only restaurant in Modena; and he has another spot that's MUCH easier to get into (and a lot more affordable 🍷).

FRANCESCHETTA58 is a modern restaurant serving up fun twists on classic Emilia Romagna cuisine by the incredible @francesco_vincenzi. It might be silly to order a burger in Italy, but the Emilia burger di Massimo Bottura was truly one of the best bites I had. Definitely don't skip out on their tortellini di crema parmigiano Reggiano (the flavor is so intense that it feels illegal 🍷) I swear it had a drug-like effect. Consider my brain forever transformed), and of course the CHOCOLATE CHOCOLATE CHOCOLATE dessert 🍫🍫🍫. You'd be a fool not to get the wine pairing btw 🍷.

Did you know there are other Massimo restaurants in Emilia Romagna? Best of all, Modena is an easy day trip from both Bologna and Florence, so you can pop over on @trenitaliaregionale or with us! @seural.nast, wat *the best

21 Agosto 2023



noman.nomad
e
acetaiavillasandonnino
autinmiltz • Austin Miltz - In Da Mood

noman.nomad Many think of visiting a winery when they come to Italy to visit, but what about a balsamic farm? 🍷🍷🍷 if you're interested in culinary experiences, **SAVE & SHARE THIS POST FOR YOUR NEXT VISIT TO ITALY**

I had never visited a balsamic farm in Italy or had even thought to do so, tbh. Recently, I traveled to Modena in Emilia Romagna and took a short ride outside of the city to visit @acetaiavillasandonnino where I learned all about the intense process behind making a singular bottle of balsamic vinegar! Safe to say, I have a new respect for my favorite salad and cheese and now "gelato" topping 🍷. Because, yes, part of the experience here is trying gelato with balsamic vinegar and it's strangely delicious 🍷.

One of the coolest things I learned at @acetaiavillasandonnino was that for only €4000, you can start your own line (or "battery") of balsamic vinegar! Even Pierce Bronson has one here 🍷 after you pay the initial €4000, it's 500 euro every year after to maintain (and must be aged a minimum of 12 years). Kind of a cool investment that sounds way more interesting to me than, idk, buying a house or car 🍷.

If you're coming to Italy, especially anywhere near Florence, Bologna, or Modena, I highly recommend a visit to Acetaia Villa San Donnino, aka an incredible family-run balsamic farm! 🍷🍷

Have you done a unique culinary experience like this? You can

22 Agosto 2023

ELEANOR HUGHES

Data: 24-25 agosto 2023

Luogo dell'evento: Modena, Maranello, Spilamberto

Ospite: 1

Descrizione: abbiamo organizzato un press trip di due giorni per la giornalista neozelandese Eleanor Hughes, che scrive per diverse testate tra cui *NZ Herald*, *Stuff*, *Otago Daily Times*, *Flight Centre NZ* and *UK blogs*. La giornalista era interessata in particolare ad esperienze legate al tema motori ed enogastronomia. Il contatto ci è giunto da APT, con la quale abbiamo deciso di collaborare, sostenendo l'iniziativa in co-marketing, coprendo come Modenatur le spese di trasferta e le visite guidate. Il programma di visite ha incluso: visita guidata del centro storico di Modena, visita guidata al Museo Enzo Ferrari, visita autonoma al Mercato Albinelli, visita guidata al Museo Ferrari di Maranello, visita guidata al Museo dell'Aceto Balsamico Tradizionale di Spilamberto e alla produzione di Aceto, con degustazione.

MATTHEW HAMPTON

Data: 29-31 agosto 2023

Luogo dell'evento: Modena

Ospite: 2



Descrizione: abbiamo organizzato in collaborazione con APT un press trip di 2 giorni per il giornalista inglese Matthew Hampton, interessato a Modena in quanto set del film "Ferrari" di Michael Mann, presentato in anteprima al Festival del Cinema di Venezia il 31 agosto 2023. Il giornalista ha svolto un tour guidato del centro storico di Modena, con focus sui luoghi che sono stati set del film. A completamento della visita, ha poi visitato il Museo Enzo Ferrari di Modena. Modenatur ha sostenuto le spese necessarie per il soggiorno a Modena.

Risultati: a seguito della visita, Hampton ha realizzato l'articolo "The ultimate road trip for F1 fans — in Italy's prettiest region", pubblicato sul *The Times* il 10 settembre 2023.

<https://www.thetimes.co.uk/article/the-ultimate-road-trip-for-f1-fans-in-italys-prettiest-region-l079hwc6n>

MICHAELA MORRIS

Data: 10-13 settembre 2023

Luogo dell'evento: Modena

Ospite: 1

Descrizione: abbiamo offerto supporto all'Ufficio Stampa del Consorzio del Lambrusco, che ha inviato a Modena la giornalista canadese Michaela Morris per un press trip di quattro giorni e tre notti. In particolare, ci siamo occupati di supportare il Consorzio con l'organizzazione della logistica per la prenotazione dei voli aerei per la giornalista e del suo soggiorno presso un hotel di Modena costi sostenuti dal Consorzio. Noi abbiamo offerto una visita guidata del centro storico.

<https://www.instagram.com/michaelawine/>





ELIZABETH NEWMAN

Data: 11 settembre 2023

Luogo dell'evento: Modena

Ospite: 1

Descrizione: abbiamo supportato APT nell'organizzazione di una tappa a Modena nell'ambito del press trip della giornalista americana Elizabeth Newman del team di Giadzy, il marchio di lifestyle e piattaforma di e-commerce della celebre chef italo-americana Giada De Laurentiis.

A novembre 2023 è stata lanciata da *Giadzy* una guida di viaggio per l'Emilia-Romagna, per cui la giornalista Newman ha viaggiato attraverso l'Emilia-Romagna per conoscere meglio il territorio e raccogliere il materiale utile da inserire nella guida.

Durante la sua giornata a Modena, la giornalista era interessata in particolare ad essere accompagnata per un tour del centro storico, per conoscere i principali locali e ristoranti e luoghi di interesse legati all'enogastronomia. Abbiamo dunque offerto una guida che ha accompagnato la giornalista in un city tour dedicato alla cultura gastronomica del territorio, oltre che alla scoperta delle principali attrazioni turistiche della città. Questa collaborazione ha generato numerosi articoli:

Risultati:

<https://giadzy.com/pages/modena-travel-guide>

<https://giadzy.com/blogs/travel/how-to-have-the-ferrari-experience-in-modena>

<https://giadzy.com/blogs/travel/why-modena-is-the-car-capital-of-italy>

<https://giadzy.com/blogs/travel/inside-modena-s-favorite-market>

<https://giadzy.com/blogs/travel/we-found-the-best-restaurant-in-modena-and-it-s-not-the-one-you-think>



Day Trip to Modena



Just 25 miles from the regional capital of Bologna, Modena is a charming city with an even stronger tradition of culinary excellence than its sister city. Excellent food and wine such as balsamic vinegar, cotechino, zampone, parmigiano reggiano, tortellini and lambrusco hail from this land, as well as iconic figures like Luciano Pavarotti, Enzo Ferrari, and Chef Massimo Bottura. Welcoming and walkable, it's a treasure in the heart of Emilia-Romagna waiting to be experienced.

Start your day with a delicious breakfast, then begin your exploration of Modena from its center, which has been its beating heart since the Middle Ages. While strolling the narrow streets with pastel-colored houses and lively squares, you'll appreciate the city's rich artistic and historic heritage. Whether you love fast cars or slow food, you'll find engaging activities to pass the day before a can't-miss dinner that will be a highlight of your travels.

INNA HEMME

Data: 18-20 settembre 2023

Luogo dell'evento: Modena, Maranello

Ospiti: 3

Descrizione: abbiamo organizzato un press trip di tre giorni per la giornalista tedesca, Inna Hemme che lavora per la rivista lifestyle *Cosmopolitan* (diffusione mensile 260mila copie). La giornalista era in viaggio in Emilia Romagna, per realizzare per un servizio a tema „Leistbarer Luxus“ (lusso abbordabile) / „Geheimtipps“. Il contatto è pervenuto da APT Servizi, che ci ha coinvolti nell'organizzazione di un tour con focus su Museo Ferrari a Maranello e tradizione enogastronomica modenese. Considerato il rilievo delle testate e l'auspicato valore mediatico del progetto, le spese sono state condivise con APT. Modenatur ha sostenuto il costo della seconda notte e delle visite guidate.

Il primo giorno di press trip è stato dedicato alla visita guidata in tedesco al Museo Ferrari di Maranello. Il secondo giorno, la giornalista Hemme ha svolto una visita guidata del centro storico di Modena, che si è conclusa con una degustazione di Aceto Balsamico presso uno degli storici showroom del centro. Come ultima tappa del tour, abbiamo organizzato una visita guidata in tedesco al Museo Enzo Ferrari di Modena.

Risultati:

- Il 28 ottobre 2023 è uscito l'articolo della giornalista Hemme sul quotidiano *Berliner Zeitung*.
Titolo: *Viaggio nella regione italiana del gusto*
Tiratura: 72.850 copie
Diffusione: 190.207 lettori
- L'articolo è uscito anche sull'edizione online dello stesso quotidiano, in data 19 novembre 2023:
<https://www.bz-berlin.de/ratgeber/modena-reise-zum-bauch-italiens>
Di seguito i dati media:
Titolo: *Modena - Viaggio nella regione italiana del gusto*
Visits: 14.891.890
Page Impressions: 29.249.018
Diffusione: 496.396 lettori
- La giornalista Hemme ha inoltre citato il Cavallino e il Museo Ferrari all'interno di un articolo su destinazioni che offrono un lusso "accessibile", pubblicato sulla rivista lifestyle *Cosmopolitan* in data 9 novembre 2023.
Titolo: *Mete di viaggio nascoste ed economiche*
Tiratura: 260.000 copie

16 REISE

B.Z. + 28. OKTOBER 2023



In der Kälte...
„A Madama Caselli dell'Emilia“ lagern
11.500 Parmesanräder

An der Markthalle Abtei haben die
Restaurants bis spät in den Abend geöffnet

Die Domäne
von Modena
haben einen
schönen Barock
Garten

**Parmesan,
Balsamico,
Tortellini – keine
Region vereint
mehr Spezialitäten
als EMILIA-ROMAGNA.
Unsere Autorin
futterte sich durch
den Urlaub**

Reise zum BAUCH Italiens

Von Lisa Hübner

Modena – Normalerweise
reist unser Lieblingsessen zu
uns. Und wartet brav in den
Supermärkten oder Feinkost-
läden auf Abholung. Aber
kann man auch zu seinem
Lieblingsessen reisen?

Ja! In diesem Herbst neh-
me ich die Sache selbst in die
Hand und besuche das Lan-
desinnere von Emilia-Romagna.
Die norditalienische Region
wird nicht umsonst als der
Bauch Italiens bezeichnet –
denn beinahe jede italienische
Spezialität kommt von
hier oder wurde hier erfunden.

Von Berlin geht meist Flug
in anderthalb Stunden, direkt
auch Bologna – alle Häfen
der Welt bekommen
den Passagier, die
Barthel, Bologna:
es, die, ich, Jahre
eine, wasser
nach, Mo-
ment, von

hier kommt der Aceto Balsamico
Tradizionale di Modena,
und bleibt hier drei Tage.
Denn Reggio Emilia ist mit
seinen Parmigiano-Reggiano-
Produktionen gleich um die
Ecke. Auch Parma, der Spitzen-
ort für den Ham, ist sehr ich
genießen statt füttern
nur noch Teller.

Hier koste ich nicht nur stän-
dig von meinem Lieblings-
essen, sondern lerne auch
viel darüber. Auf der Tour
in die Kälte „A Madama
Caselli“ erzählt der Guide Gi-
annantonio „Die Parmesan-
räder muss mindestens ein
Jahr reifen und hat danach
kein Verfallsdatum, wird
niemals schrei-

men. Deshalb stehen die
Teller auch für die Geburt-
stunde und der Geburtstag.
Niemals aber, bis wenn es zu
verfälschen ist.“

Beim Balsamico-Fasting im
„La Casaledda“ in Modena
wird mir klar: Der Balsamico,
den wir in Deutschland als
Salzkruste benutzen, ist
die verdammte Variante IGP.
Ein richtiger Balsamico, also
der Tradizionale, besteht aus
100 Prozent Traubensaft
und gärt zwei bis
25 Jahre lang in
offenen Holzfässer-
n.

Je öfter, desto dickflü-
siger, süßer und auch besser.
Man serviert ihn dann zum Kä-
se oder z. B. als Dessert auf
Eis. Aber niemals zum Salat.

In Modena merke ich
schon: Die Stadt ist nicht nur
etwas für den Bauch, sondern
auch für das Auge. Die Altstadt
ist barock, aber die Altstadt mit-
telalterlich, überall süße
Cafés, Lichterhäuser – und
kann Touristen. Die Häuser
leuchten in warmen
Pastellfarben – in Rosa,
Gelb und Orange. Nur der
weiße, schneeige Domplatz
steht heraus. „Wir lieben ihn,
trotz der Neigung“, lacht
Reiseleiterin Marina. In
Modena sagt man: Ist der
Luch ein bisschen gerade,
hat du, be-
trunkene, der Bauch von Mo-

dano ist die Markthalle Ab-
tei. Fast an jedem Stand
werden Tortellini verkauft.
Wer sie erfinden hat, dar-
über streiten Bologna und
Modena noch heute. Denn
der Name verliert es nicht.

Wo bekommt man aber
die besten Tortellini? Na, wo
mühtlich beim besten Koch
der Welt Massimo Bottura
ist ein Sohn Modenas und
betreibt in der Innenstadt
sein 3-Michelin-Sterne-Restau-
rant „Osteria Francescana“.
Ein Menü kostet 320 Euro,
Wortkost über sechs Mani-
fe. Wer gerade wieder das
eine nach das andere hat,
besucht einfach sein neues
Restaurantprojekt „Cavallino“
in Maranello.

Das neue Restaurant in der
ehemaligen Werkfabrik der
Ferrari-Fabrik, eine halbe Stun-
de von Modena entfernt, ser-
viert einige der berühmten
Bottura-Gerichte auch zum
Lunch. Unbedingt Tortellini
in Parmigiano-Reggiano-Sauce
bestellen (20 Euro)! Wenn da-
für hat sich meine Reise in
den Bauch Italiens schon ge-
lohnt. Selbst den Italienern
am Nebentisch schmeckt es
besser als bei Mama.



Während im
Rennst-Platz von
Maranello Formel-
1-Rennwagen
glänzen, werden im
„Cavallino“ feine
Parmesanräder
serviert



Im „La Casaledda“ wird Balsamico wie feines
Parfüm verkauft. Ein Fläschchen von 25 Jahre
alten Tradizionale kostet über 100 Euro

Flüge vom BER ab 58 Euro

Flüge vom BER nach Bo-
logna ab 58 Euro mit Ryan-
air. Weiter nach Modena
mit Mietwagen (ca. 50 Mi-
nuten) oder Zug (30 Mi-
nuten). In Modena: Im
„Bastardo“ (Via Dante)
köstliche, günstige Haus-
mannskost probieren, an-
sonst Majar Tam trinken.
Es gibt zwei Ferrari-Muse-
en. Das in Modena wurde
von der Geburtskiste von
Enzo Ferrari gebaut, hier
steht sein Leben im Ver-
dacht. In Maranello
dreht sich alles um die Fer-
rari (www.ferrari.com).
Übersicht: central in
Hotel „Milano Palazzo
Modena“ (ab 100 Euro)
Rechtlich oder im wunder-
schönen „Casa Maria Lu-
glio“ (casamariatmodena.com).
Alle Infos: email@modenatur.it

19.11.2023, 16:50 Uhr

Urlaub im Herbst

Modena – Reise zum Bauch Italiens



An der Markthalle Albinelli haben die Restaurants bis spät in den Abend geöffnet Foto: Inna Hemme



Emilia Romagna ist auch das Land der Motoren. Wer in Modena bleibt, kann sogar zwei Ferrari-Museen unweit voneinander besichtigen Foto: Inna Hemme

Das neue Restaurant in der ehemaligen Werkskantine der Ferrari-Fabrik, eine halbe Stunde von Modena entfernt, serviert einige der berühmten Bottura-Gerichte auch zum Lunch. Unbedingt Tortellini in Parmigiano-Reggiano-Soße bestellen (20 Euro)!

Von Berlin geht mein Flug in anderthalb Stunden direkt nach Bologna – die Heimat der weltbekanntesten Pasta, die außerhalb Bolognese heißt, in Italien aber Ragù. Ich fahre eine Stunde weiter nach Modena – von hier kommt der Aceto Balsamico Tradizionale di Modena. Und bleibe hier drei Tage. Denn Reggio Emilia ist mit seinen Parmigiano-Reggiano-Produktionen gleich um die Ecke. Auch Parma ist nicht weit weg – ja, genau, der Schinken! In meinem Navi sehe ich irgendwann statt Städtenamen nur noch Teller.

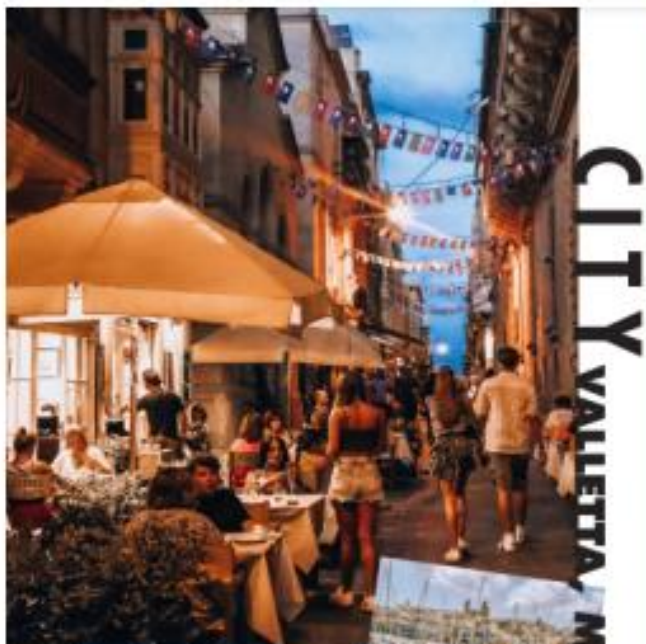
Hier koste ich nicht nur ständig von meinem Lieblingessen, sondern lerne auch viel darüber. Auf der Tour in der Käse „La Madonna“ erzählt der Guide Gianfranco: „Ein Parmesanlaib muss mindestens ein Jahr reifen und hat danach kein Verfallsdatum, wird niemals schimmeln. Deshalb stehen darauf auch nur das Geburtsdatum und der Geburtsort. Niemals aber, bis wann er zu verbrauchen ist.“



Im La Consoarteria wird Balsamico wie teures Parfum verkauft. Ein Fläschchen vom 25 Jahre alten Tradizionale kostet über 100 Euro Foto: Inna Hemme

Beim Balsamico-Tasting im „La Consoarteria“ in Modena wird mir klar: Der Balsamico, den wir in Deutschland als Salatdressing benutzen, ist die verdünnte Variante IGP. Ein richtiger Balsamico, also der Tradizionale, besteht aus 100 Prozent Traubenmost und gärt zwölf bis 25 Jahre lang in offenen Holzfässern. Je älter, desto dickflüssiger, süßer und auch teurer. Man serviert ihn dann zum Käse oder z. B. als Dessert auf Eis. Aber niemals zum Salat.





CITY VALLETTA MALTA



MACH MAL MALTA!
Morgens im Rooftop-Pool von The Embassy die Aussicht genießen, nutzte sich mit einer Seafood-Platte in Il Pirata Sengia Wäken und abends durch die engen Gassen von Valletta schlendern

Die meisten fliegen nach Malta im Sommer, um Strandurlaub zu machen oder Englisch zu lernen. Dabei ist die Hauptstadt Valletta zu jeder Jahreszeit ein lohnt-sich-Citytrip. Valletta ist zwar die kleinste Hauptstadt der EU, verfügt jedoch (nach Rom) über die größte Konzentration historischer Bauwerke auf engem Raum! Filmproduzent*innen lippen aus, und Hollywood ist hier Stammgast. Sie bald vielleicht auch? Die süßen Gassen jedenfalls sind um Mitternacht noch voller Leben, irgendwo glitzert immer das Meer, und in schicken Boutique-Hotels wie **The Embassy** schläft man schon ab 100 € p.P. die Nacht (embassyvallettahotel.com). Nicht verpassen! Das Dinner gönnt man sich auf dem Rooftop der **Gracy's Brasserie** oder beim Michelin-Chef Jonathan Brincat im **Noni**, für kreative Drinks ins **Alchemy**. Zwischendurch immer wieder Pastizzi (typische Blätterteigtaschen) naschen und Kinnie (Nationallimonade) trinken. Ein Kultur-Muss ist die St. John's Co-Cathedral – von innen Hochbarock pur!

FOTOS: JARIS WEMANN/RE

Kann man sein Lieblingsessen auch bereisen? Das **Wine & Balsamic Relais Roncolo 1888** liegt in der italienischen Food-Region Emilia-Romagna, gut versteckt zwischen Parma (Schinken), Reggio Emilia (Parmesan) und Modena (Balsamico). 130 Hektar Fläche mit Bio-Weinbau, Gärten, liebevoll restaurierten Gebäuden aus dem 17. Jahrhundert und einem von Zypressen gesäumten Pool – hier wird man sein Gläschen Lambrusco (wieder total angesagt!) nicht mit anderen Tourist*innen teilen müssen. In der ältesten Acetaia der Region probiert man einen bis zu 25 Jahre gereiften Balsamico oder picknickt zwischen Weinreben mit Produkten der umliegenden Bauernhöfe. (Ab 170 €/p.P. im DZ, roncolo1888.it). Aufgepasst! Einen Abstecher nach Maranello machen und hier im wirklich beeindruckenden **Ferrari Museum** zum Mittagessen bleiben. Das Restaurant **Cavallina**, ehemalige Werkkantine, wurde gerade wieder eröffnet – mit einem Food-Konzept von Starkoch Massimo Bottura!

REGION EMILIA-ROMAGNA, ITALIEN



UND CIAO!
Der Weg zum Golfhof Roncolo 1888 ist gesäumt von Eibe und Zypressen. Wer hier ankommt, findet einen italienischen Food-Himmel!



VOLKER MEHNERT

Data: 20 settembre 2023

Luogo dell'evento: Modena, Spilamberto

Ospite: 1

Descrizione: abbiamo collaborato con APT nell'organizzazione di un press trip per il giornalista tedesco Volker Mehnert del *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, in visita in Emilia-Romagna. Abbiamo previsto per lui una tappa a Modena, in particolare al Museo del Balsamico di Spilamberto, per poter conoscere le origini dell'aceto balsamico tradizionale di Modena. Abbiamo poi arricchito l'esperienza con un pranzo in una trattoria tradizionale e a seguire visita guidata del centro storico di Modena.

TITUS ARNU

Data: 24 ottobre 2023

Luogo dell'evento: Modena, Spilamberto

Ospite: 1

Descrizione: abbiamo organizzato una tappa del press trip per il giornalista austriaco Titus Arnu del *Süddeutsche Zeitung*, in viaggio in Emilia-Romagna per realizzare un reportage sull'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena. Come Modenatur, abbiamo fornito supporto tecnico per l'organizzazione del tour, occupandoci in particolare della visita al Museo del Balsamico di Spilamberto, con esperienza di *Maestro per un giorno* insieme ai Maestri della Consorceria, con tavolo di degustazione per mostrargli come viene giudicata la qualità del prodotto. A seguire, abbiamo offerto il pranzo all'ospite presso una trattoria storica in centro a Modena.

N. BHUSHAVALI

Data: 27-28 ottobre 2023

Luogo dell'evento: Modena

Ospite: 1

Descrizione: abbiamo organizzato un press trip per la giornalista Bhushavali, basata in Belgio ma una delle più note Travel Blogger in India e in UK, in viaggio in Emilia-Romagna per un tour a tema UNESCO. Abbiamo organizzato per lei due giorni di visita a Modena, incentrati sul sito Unesco della città, Musei del Duomo, visita ad un'Acetaia e al Mercato storico Albinelli. La giornalista ha pernottato una notte in un Hotel ****S del centro. Il contatto è pervenuto da APT. Il costo dell'attività è stato sostenuto interamente da Modenatur.

EMIL EYYBOV

Data: 4 novembre 2023

Luogo dell'evento: Modena

Ospiti: 2

Descrizione: abbiamo collaborato con APT nell'organizzare una giornata di visita per il giornalista Emil Eyybov e il fotografo Shikhsafa Aliyev, dell'agenzia di stampa nazionale dell'Azerbaijan, la *National News Agency Azertac*, che hanno svolto un press trip in regione per la realizzazione di un articolo sull'Emilia-Romagna a tema cultura, gastronomia e motori. Il giornalista era particolarmente interessato a visitare il Museo Enzo Ferrari di Modena, per cui abbiamo organizzato per loro una visita guidata in russo al Museo, che hanno apprezzato molto, esprimendo in seguito un giudizio ottimo sia sul museo che sulla guida in lingua russa.

Risultati: a seguito della visita guidata a Modena, il giornalista Eyybov ha redatto un articolo, pubblicato sul sito della *Azertac - Azerbaijan State News Agency* in lingua azera e russa (lingue ufficiali del Paese), documentato dalle immagini del fotografo Shikhsafa Aliyev.



23 / 38



Баку, 13 декабря, АЗЕРТАДЖ

Модена — живописный городок в самом сердце региона Эмилия-Романья, славящегося, помимо прочего, животноводством и плодоводством. Этот регион является родиной одного из самых известных итальянских сыров — Parmigiano Reggiano (Пармиджано Реджано). Желающие могут узнать больше о производстве этого сыра, посетив одно из местных предприятий.

Модена славится также традиционным бальзамическим уксусом — изысканной приправой, приготовленной из виноградного сусла. Наконец, Модена — это родина Энцо Феррари. В доме, где он родился, действует музей, рассказывающий о самых важных событиях жизни основателя автомобилестроительной компании Ferrari.

Link all'articolo: https://azertag.az/ru/xeber/italiya_glazami_azerbaidzhancev_modena-2849299

GIORNALISTI UK

Data: 7-10 novembre 2023

Luogo dell'evento: Modena

Ospiti: 5

Descrizione: abbiamo dato supporto al Consorzio del Lambrusco, che ha ospitato per alcuni giorni a Modena 5 giornalisti provenienti dal Regno Unito: Carla Capalbo, Rosemary George, Anthony Rose, Young Shi (Vero Nome Ye Shi), Oliver Walkey. In particolare, abbiamo offerto loro una visita guidata del centro storico di Modena e dato supporto nella prenotazione di altri servizi a carico del Consorzio.

THOMAS RIVALLAIN

Data: 25 novembre 2023

Luogo dell'evento: Modena, Carpi

Ospiti: 1

Descrizione: abbiamo collaborato con APT nell'ambito di un press trip organizzato per il giornalista francese Thomas Rivallain, in viaggio in Emilia-Romagna su incarico della famosa guida viaggi francese *Guide du Routard*, per aggiornare la loro guida Italia del Nord.

Il giornalista ha trascorso una giornata a Modena, per visitare i principali luoghi d'interesse turistico della città (in particolare il sito Unesco e il Palazzo dei Musei) e provare in prima persona le eccellenze enogastronomiche, al fine di aggiornare la sezione relativa a Modena e provincia della Guida *Routard*. A questo scopo, è stato fornito anche supporto specifico per la correzione e aggiornamento da parte del direttore tecnico di Modenatur, Francesca Soffici e di una guida turistica specializzata sul mercato francese. Rivallain ha poi pernottato a Carpi. Modenatur ha offerto il pranzo, l'assistenza e la visita guidata di Modena.

ANDREW COTTO

Data: 28 novembre 2023

Luogo dell'evento: Modena

Ospiti: 1

Descrizione: abbiamo organizzato una giornata di tour per Andrew Cotto, giornalista americano conosciuto a New York nel 2022, durante l'evento promozionale organizzato con lo Chef Marchini a settembre 2022. Cotto è un autore premiato e un collaboratore regolare del *New York Times*. Direttore editoriale della rivista *Andiamo*. Ha contribuito a coprire l'Italia per *Italy Magazine*, *Men's Journal*, *The Florentine*, *Maxim*, *Italy Segreta*, *Rachel Ray In Season*, *Conde Nast Traveler* e molti altri.

Il giornalista è venuto a Modena più volte nel corso dell'anno, contattandoci direttamente per fare alcuni tour ed esperienze legate all'enogastronomia, per produrre poi articoli cartacei e web. È tornato nuovamente a fine novembre, e in quell'occasione gli abbiamo offerto un pranzo in una trattoria del centro storico e un tour di Modena.

DOMINIC LAWSON

Data: 28 e 30 novembre 2023

Luogo dell'evento: Modena, Maranello, Spilamberto

Ospiti: 2

Descrizione: abbiamo supportato APT nell'organizzazione di un press trip per il giornalista UK Dominic Lawson del *The Times*, in viaggio tra Bologna e Modena per realizzare un per un articolo di 1400 parole (versione print e online) a tema "Autumn break". In particolare, ci siamo occupati delle due giornate modenesi, organizzando per lui una serie di visite guidate nei luoghi di maggiore interesse (focus su Motorvalley, arte ed enogastronomia).

Durante il primo giorno di visita, il giornalista Lawson, ha visitato il Museo Ferrari di Maranello, a seguire ha pranzato presso un ristorante e ha visitato la Casa Museo Luciano Pavarotti. Il secondo giorno di tour è stato invece dedicato alla visita guidata del centro storico di Modena, con particolare focus sul sito Unesco e Palazzo dei Musei. Lawson e la moglie hanno poi pranzato presso una trattoria storica del centro e visitato il Museo del Balsamico a Spilamberto.

Modenatur ha offerto e organizzato la visita guidata del centro storico, il pranzo del 30 novembre, la visita alla Casa Museo Luciano Pavarotti e al Museo del Balsamico.

Risultati: a seguito del press trip a Modena e Bologna, il giornalista Lawson ha pubblicato il seguente articolo, uscito sul *The Times* il 28 gennaio 2024: <https://www.thetimes.co.uk/article/the-italian-region-that-gave-us-ferrari-pavarotti-and-bottura-2fwd8mwx3>



ITALY

The Italian region that gave us Ferrari, Pavarotti and Bottura

Our writer visited Modena, Bologna and Maranello and discovered how much the Emilia-Romagna has to offer, from historic trattorias to grand palazzos

Bologna
©FTY IMAGES

Domonic Lawson | Sunday January 28 2024, 12:31am GMT, The Sunday Times



The Ferrari Museum in Maranello

This was not, though, the best food we had during our four-day midweek trip. For that we visited what was once the office canteen of the Ferrari plant in Maranello, a drive of barely half an hour from Modena. The prime visitor attraction here is the Enzo Ferrari Museum, where you can marvel at some of the most beautiful cars ever built – I was especially entranced by a duck-egg-blue, 1948 Ferrari 200 304 V12. The more modern exhibits are spectacular in their own way, but exude power rather than elegance. And there are simulators in which the enthusiast (or perhaps that should be fanaticist) can have a sense of what it feels like to drive a Ferrari single-seater on some of the world's most demanding racetracks (ifk.ferrari.com).

The museum has hundreds of thousands of visitors a year, but you need to be an owner of a Ferrari or on the order list to get a tour inside the factory, which turns out about 65 vehicles a day. Being a journalist helps too though they still put stickers over the camera lens on my phone.



The home of Luciano Pavarotti

Tabellini have a passing resemblance to Luciano Pavarotti, who was from Modena – about an hour's drive northwest of Bologna – and constructed a beautiful home in the countryside there that is now Casa Museo Luciano Pavarotti, a sort of shrine to his life and art. When we visited our guide was introduced to us as Nicoletta Mastorini, and it took a little while for us to realise that she was Pavarotti's widow. "This is where he left us," she said as we entered the bedroom, full of paintings by the tenor he left us. I couldn't help asking her why her husband always carried a large handkerchief while performing; she explained it was "his Linus hanker" and brought him a sense of security (fki.vicenzoemiliaspavaretti.it).

Later, in the centre of Modena, we passed a bronze statue of the man outside the main theatre, named for him after his death. From there it is a short walk to the city cathedral, construction of which began in 1099 and took more than two

Durante tutto il periodo di attività abbiamo inoltre dato supporto (organizzativo e assistenza in loco) anche in occasione di press trip con spese vive coperte da APT, in questi casi il nostro ruolo è stato di assistenza nell'organizzazione e assistenza in loco, come ad esempio:

GEORGES DESRUES

Data: 18-20 ottobre 2023

Luogo dell'evento: Modena

Ospite: 1

Descrizione: abbiamo collaborato con APT nell'organizzazione di un press trip per Georges Desrues, giornalista austriaco-francese specializzato in food, che scrive per il quotidiano austriaco *Der Standard*, il quotidiano tedesco *Die Welt* e per la rivista *À La Carte*.

Il contatto è pervenuto da APT, che ha sostenuto interamente i costi vivi del press trip.

Dopo la prima notte di pernottamento a Casa Maria Luigia, la seconda giornata di press trip è stata dedicata alla visita del Museo Ferrari di Maranello, con a seguire pranzo presso un ristorante. Dopo pranzo, il giornalista è stato accompagnato in centro a Modena, dove ha trascorso la seconda notte di soggiorno. L'ultima giornata è stata dedicata alla visita del centro storico della città, in compagnia di una guida, e per finire un tour del Museo Enzo Ferrari di Modena. Modenatur ha collaborato per la definizione dell'agenda, prenotazione dei servizi, accrediti presso il Museo Ferrari.

Attività publiredazionali

AUTO CLASSIC – 2 PUBLIREDAZIONALI

Abbiamo rinnovato la collaborazione con AutoClassic, rivista specializzata su auto d'epoca per l'area Dach con due inserzioni commissionate in maggio e dicembre. Una doppia pagina e una di una pagina. Nei publiredazionali sono stati promossi i luoghi dei motori di Modena e Bologna e la fiera Auto e Moto d'epoca di Bologna.







Ein Reisetipp: Motor Valley

Entdecken Sie Modena und Bologna zwischen Kunst, gutem Essen und unglaublichen Autos!

Denken Sie schon an Ihren nächsten Italienurlaub? Machen Sie eine Reise in die Emilia-Romagna in das „Motor Valley“, dem Land der Automobile, das sich perfekt eignet, um in die Welt der Oldtimer, der Museen und der Rennstrecken einzutauchen, und dabei eine Menge Spaß zu haben! Sehen wir uns an, was Sie in dieser italienischen Region besichtigen können, die Sie mit einer einzigartigen Mischung aus Kunst, gutem Essen, atemberaubenden Landschaften, wunderschönen alten Städten, Schlössern und Dörfern und natürlich unglaublichen Autos empfängt! Hier finden Sie zehn Erlebnisse, die Sie nicht verpassen sollten! Modena, die Heimatstadt des verstorbenen Opernsängers Luciano Pavarotti, liegt in der Mitte der Region und ist weltberühmt für seinen Dom aus dem Jahr 1099 (UNESCO-Kulturerbe), die Lebensmittelproduktion der Region, zu der der traditionelle Balsamico-Essig von Modena und der Parmigiano-Reggiano-Käse in Begleitung eines Glases Lambrusco-Wein gehört, und natürlich für die vielen Fabriken und Museen, in denen es um ... Autos geht.

modenatur
incoming tour operator & DMC



10 Erlebnisse, die Sie nicht verpassen sollten:

1. die Ferrari-Museen in Modena und Maranello
2. die Werksbesichtigung Maserati (Modena)
3. das Panini-Museum mit Maseratis-Oldtimern (bei Modena)
4. das Stanguellini-Museum in Modena
5. das Horacio-Pagani-Museum (San Cesario sul Panaro)
6. das Autodromo di Modena
7. das Automobili-Lamborghini-Museum (Sant'Agata Bolognese)
8. das Ferruccio-Lamborghini-Museum (Funo di Argelato)
9. das Ducati-Werk und -Museum (Borgo Panigale Bologna)
10. das Autodromo Enzo und Dino Ferrari (Imola)

SONDERANGEBOT FÜR LESER

Code: Auto Classic - 3 Tage - 2 Übernachtungen in einem 3- oder 4 Sterne Hotel mit Frühstück; eine geführte Besichtigung einer Produktion von traditionellem Balsamico-Essig aus Modena; zwei Werksbesichtigungen je nach Verfügbarkeit bei: Maserati, Pagani, Lamborghini, Ducati (nur von Montag bis Freitag); eine Eintrittskarte für das Enzo-Ferrari-Museum in Modena und das Ferrari Museum in Maranello; eine geführte Besichtigung des Stanguellini-Museums oder einer anderen privaten Oldtimer-Sammlung in der Region. Bitte beachten Sie, dass die Führungen mit anderen Besuchern geteilt und in englischer Sprache angeboten werden.

Ab 340,00 Euro pro Person mit Unterkunft im Doppelzimmer. Im Preis nicht enthalten sind Reiseversicherung, Transfers und Extras.

Optionale Leistungen, die nicht im Preis enthalten sind: Probefahrt im Autodromo di Modena, Besichtigung der Rennstrecke von Enzo und Dino Ferrari in Imola, Weinverkostungen, Mahlzeiten, Transfers.

Info und Reservierung unter Modenatur, Tel. +39 059220022, info@modenatur.it, www.visitmodena.it/en/autoclassic

DREAM OF ITALY MAGAZINE

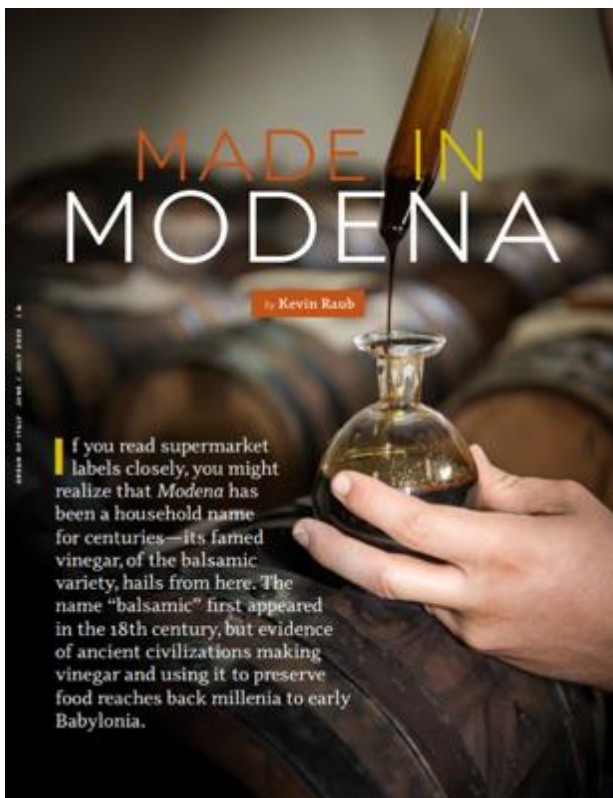
Luglio 2023

Abbiamo collaborato per la realizzazione di un publiregionale su Modena sulla rivista Dream of Italy collegata al programma TV.

Per supportare la realizzazione dell'articolo promozionale abbiamo fornito supporto logistico e ospitalità al giornalista Raub per visita guidata ad un caseificio di produzione di Parmigiano Reggiano, per poi proseguire con la Casa Museo Pavarotti. Il pranzo si è tenuto presso una trattoria storica nel centro di Modena, e nel pomeriggio il giornalista ha avuto la possibilità di visitare il Teatro Comunale Pavarotti-Freni, con una guida che lo ha accompagnato alla scoperta della storia e del dietro le quinte del teatro. La sera, Raub ha cenato presso un ristorante tradizionale e alloggiato in un hotel in centro storico. Il giorno seguente è stato dedicato alla visita dell'azienda agricola Opera02, in particolare alla loro cantina e acetaia, per poi concludere con un pranzo presso il loro ristorante. Successivamente abbiamo fornito alcune immagini a supporto del redazionale e verificato le informazioni riportate prima della stampa.

Reportage: link all'articolo di Raub pubblicato sul Magazine *Dream of Italy*, uscito nel mese di luglio 2023 <https://drive.google.com/drive/folders/1CKCW2GvpzHiZY9ISs0h6yFOZXS1xCLqM?usp=sharing>

(Nota: la rivista è a pagamento, non è quindi consentito divulgare questo link esternamente ai fini della presente rendicontazione)



Traditional balsamic vinegar can only be produced here in the city of Modena and, to a less famous extent, neighboring Reggio Emilia. It's also the birthplace of luxury sports cars Ferrari, Maserati and Pagani—together with its rival 23 miles to the southeast, Bologna, the region is dubbed Motor Valley—and late opera legend Luciano Pavarotti.

Despite its impressive resume check full of some of Italy's greatest hits, Modena remains a sometimes-overlooked masterpiece. It doesn't get the tourism numbers of nearby Bologna or Parma, and is all the better for it, nor does it suffer from the big city problems of the former or the palatable prosa of the latter.

Wiling away a few days here means basking in a shimmering glow that comes through in rust-orange, canary yellow and pistachio green waves across the facades of the charming historic center, weaving between its bike-friendly streets and popping in and out of its adorable boutiques, gleaming sidewalk cafes and UNESCO World Heritage Sites—filling your belly around every turn as you do.

It's nothing special to highlight the city's epic culinary delights—this is Italy, after all—but Modena's food scene is indeed extraordinary and is likely the one reason beyond its signature vinegar that the city may have crossed your radar. In 2016, superstar chef Massimo Bottura's Osteria Francescana was the first Italian restaurant to secure the number one spot on the coveted *World's 50 Best Restaurants* list (a feat it managed twice before



Illustration: Saverio

being “retired” from the list's top ranking) and his ambassadorial passion for local cuisine nearly single-handedly put Modena on the international foodie radar. Bottura's

inventive reimaginings of local delicacies are indeed meal-of-a-lifetime worthy (see our next article, “Welcome to the Francescana Family”), but their foundations are edible around every corner of the city.

Though Modena may not have previously rolled off anyone's tongue who wasn't a bona fide foodophile, the city's irrefutable charms are far harder for the initiated to forget.

MODENA MOMENTS

To illustrate how fiercely Bottura remains wholly devoted to local cuisine, pop into Modena's incredible food market, *Mercato Storico Alimodi* (Via Luigi Alimodi, 1) www.mercatoalimodi.it—this journalist's favorite in Italy—and take in the city's gastronomic awakening on any given morning. You might find



Illustration: Saverio

OLDTIMER MARKT

Collaborazione con APT e Intermeeting (Organizzatori Fiera Auto e moto d'epoca) per la realizzazione di shooting fotografico a supporto di articolo promozionale sulla rivista OldTimer Markt, la rivista di auto d'epoca più letta in Europa, In questo contesto abbiamo dato supporto dal 28 giugno al 1° luglio per ottenere i permessi di ripresa e accordi con Comune di Vignola e Comune di Castelvetro

2.3.2. Corrisponde a Press trip nel PPCT2023.

L'attività è stata pienamente realizzata. Scostamenti: è stato effettuato 1 press trip aggiuntivo rispetto ai 20 previsti. Rispetto alle previsioni del PPCT evidenziamo uno scostamento rispetto all'investimento sul mercato estero che è stato maggiore di quello sul mercato italiano.

La modifica è dovuta alla forte ripresa post covid dei mercati esteri che hanno mostrato un grande interesse per la destinazione.

Questa tendenza ha generato una serie di interessanti opportunità che abbiamo voluto valorizzare ritenendo molto valide le testate; la selezione dei press tour è stata sempre coordinata con APT.

Per compensare la minore visibilità dei press tour sul mercato italiano, nel piano digitale abbiamo dato maggiore spazio al mercato italiano, riequilibrando in questo modo l'insieme degli investimenti di comunicazione e i risultati complessivi.

2.3.3 Piano digitale

Obiettivo: favorire la visibilità dei canali istituzionali e di promo-commercializzazione attraverso cui la narrazione territoriale giunge al consumatore finale e/o agli intermediari della domanda

Per favorire la promozione del territorio e la visibilità dei canali istituzionali e di promo-commercializzazione attraverso cui la narrazione territoriale giunge al consumatore finale e/o agli intermediari della domanda sono state attuate attività di web advertising e social media marketing orientate alla promozione del territorio attraverso il posizionamento dei siti istituzionali e di promo-commercializzazione del territorio B2C e B2B e al dialogo con i viaggiatori attraverso i relativi canali social.

LOST IN MODENA 2

Abbiamo collaborato con la campagna Lost in Modena 2 coordinata e promossa dal Comune di Modena per promuovere il territorio modenese con modalità innovativa, attraverso una attività di influencer marketing.

La campagna, iniziata a metà giugno, ha coinvolto complessivamente 7 influencer da maggio a novembre. Modenatur ha collaborato con il Comune di Modena durante tutto il progetto al fine di affiancare azioni promo-commerciali alla promozione del territorio ed in particolare ci siamo occupati: del sostegno del loro soggiorno a Modena e provincia per la creazione dei contenuti, della creazione delle esperienze da promuovere in affiancamento alla campagna e abbiamo fornito sostegno diretto per realizzare la parte autunnale di campagna in aggiunta a quella prevista dal Comune di Modena (primavera-estate), in termini di: ingaggio di 3 influencer (4 persone: 2 influencer singoli e una travel couple), gestione logistica, attività di advertising collegata. La campagna ha presentato il territorio in tutti gli ambiti di offerta, dalla pianura all'appennino con focus su arte, cultura, musica, outdoor, motori.

Nella seguente Landing page sono visibili gli influencer invitati e le esperienze promosse correlate.

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

Playlist con i video racconti di ogni viaggio Lost in Modena 2

<https://youtube.com/playlist?list=PLxb0ggjYnLCWhcVPquBMbXXdsY82V4gl0&feature=shared>

La campagna ha generato complessivamente 7.088.353 impression una reach (utenti raggiunti) di 2.932.553



Concept della Campagna, ideato da Integra Solutions, era di coinvolgere gli influencer, selezionati in base ai cluster tematici dell'offerta turistica modenese in un'attività "crush" diversa dalla loro zona confort per far nascere in loro una nuova passione e concludere la giornata con un'esperienza confort più nelle loro corde. Ed è così che Azzuchef specializzata in food è finita a cantare al teatro Comunale e Davide dal Monte, cantante, è sceso in mountain bike dal Monte Cimone!

I luoghi presentati in Lost in Modena 2

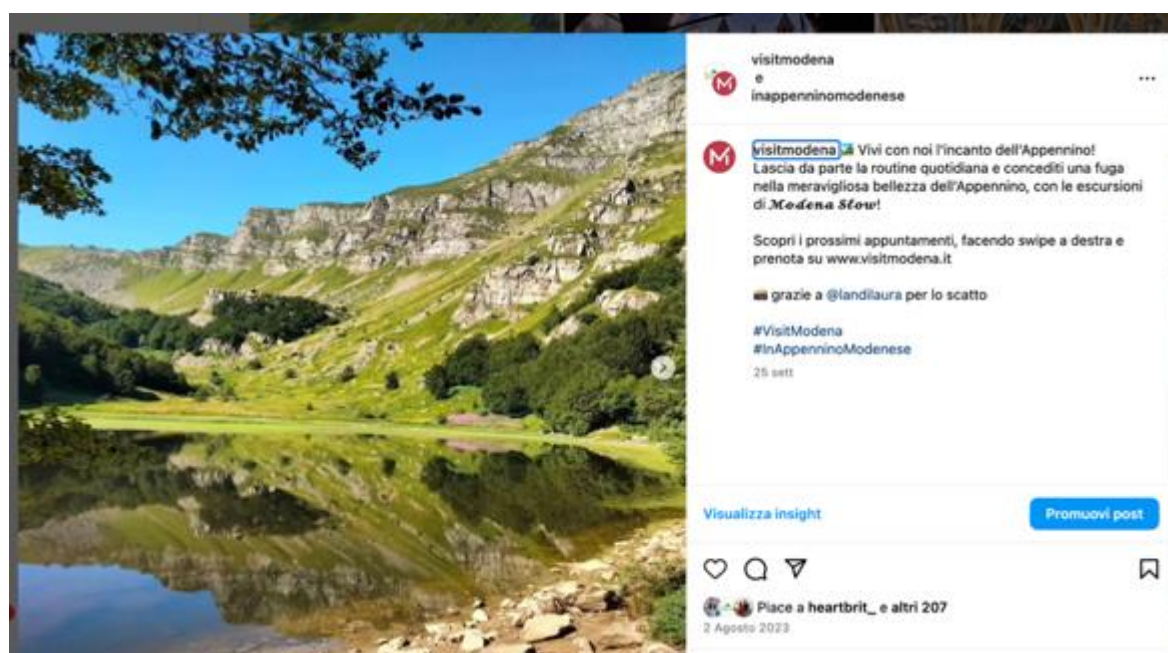
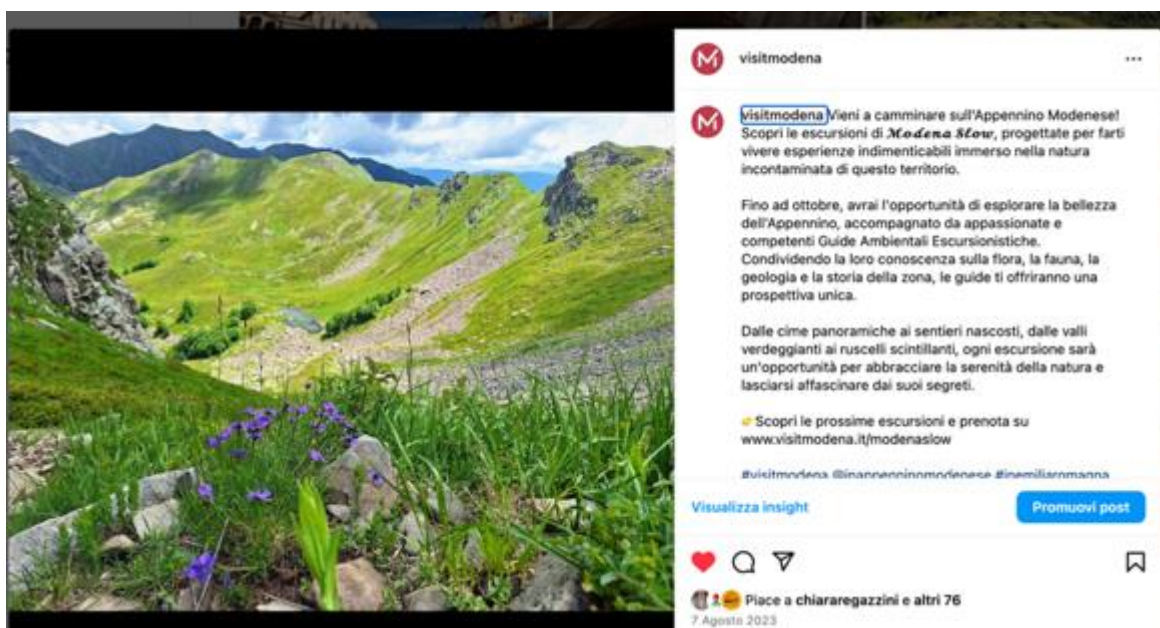
Sito Unesco di Modena
I Musei del Duomo – Modena
Palazzo Comunale di Modena
Galleria Estense – Modena
Teatro Comunale di Modena
Museo Casa Pavarotti – Modena
Corso di cucina – Modena
Mercato Albinelli – Modena
Autodromo di Modena - Test drive Modena
Esperienza artigianale (Stampa t-shirt) – Modena
Ex Albergo Diurno – Modena
Museo dell'aceto Balsamico Tradizionale – Spilamberto
Museo Horacio Pagani – San Cesario sul Panaro
Borgo di Castelvetro di Modena
Un'azienda agricola Castelvetro
Il Parmigiano Reggiano
Centro storico di Carpi
Piazza Calcagnini- Formigine
Palazzo Ducale - Sassuolo
Museo Ferrari – Maranello
Esperienza mixology e gelato– Savignano sul Panaro - Vignola
Aeroporto di Pavullo
Trekking Castello di Montecuccolo – Pavullo
Bike Park – Monte Cimone
Parco dei Sassi di Roccamalatina – Guiglia
Esperienza di estrazione olii essenziali in una fattoria a Guiglia
Esperienza sketch crawling a Modena

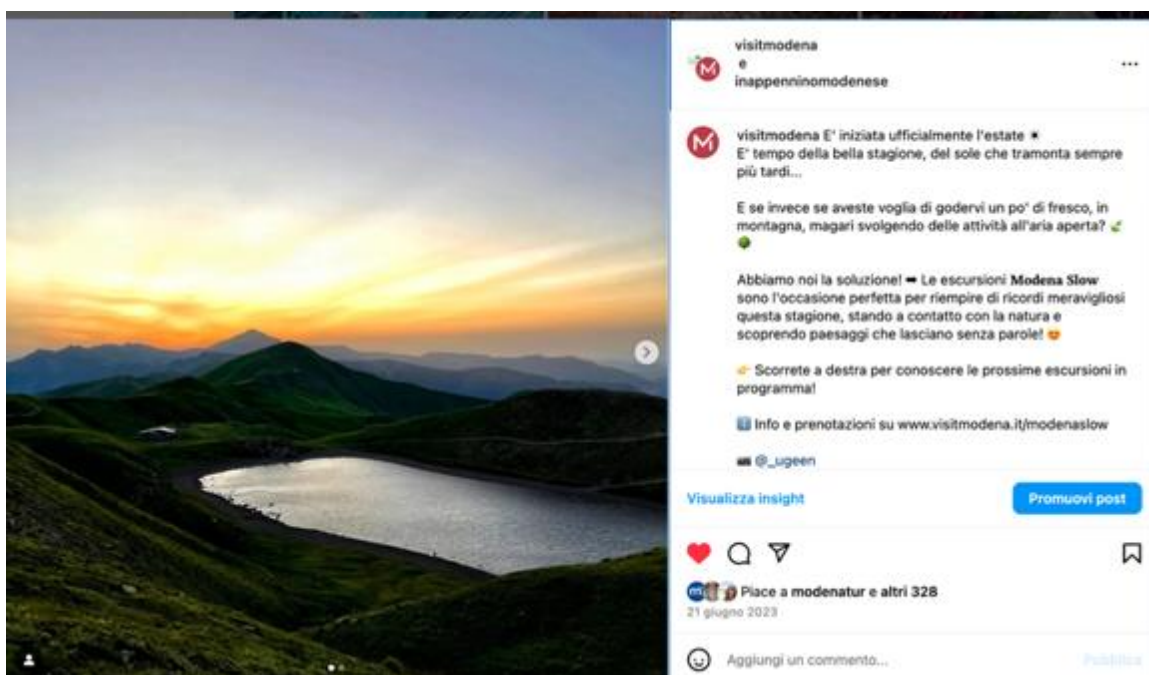
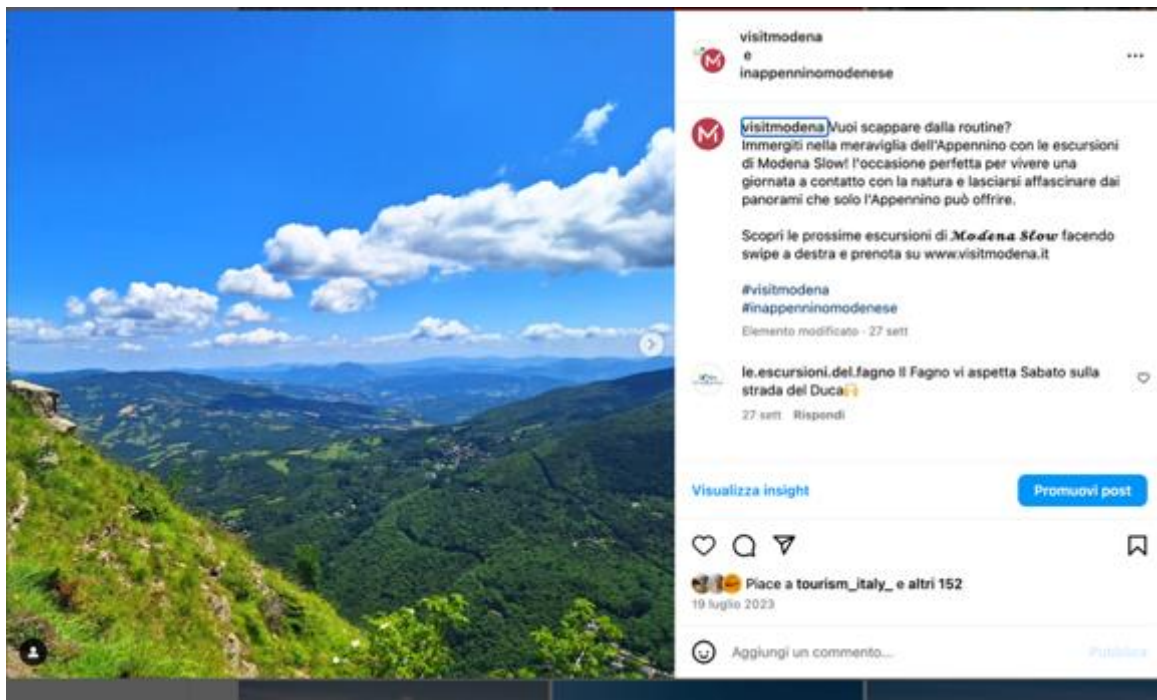
MODENA SLOW

Abbiamo realizzato una campagna digitale per il lancio e promozione del progetto "Modena slow" (illustrato nei dettagli a pagina 105) con post sponsorizzati su Facebook e Instagram e una campagna dedicata sulla piattaforma Modena Today.

Il progetto consisteva in una serie di escursioni estate autunno e una successiva ripresa anche in inverno, sull'Appennino modenese. La campagna ha previsto le seguenti azioni

- Post sponsorizzati sui canali meta (FB e IG)
- 1 post su visitmodena IG in collaborazione con Inappenninomodense a cadenza settimanale con la promozione del calendario e delle due o tre successive iniziative.
- Invio nella newsletter del territorio turistico Bologna Modena





Vertical stories

<https://www.canva.com/design/DAFqfglXhLo/hT51YbF6OSoHNERGFhsqfQ/edit>

Post e storie su IG visitmodena e modenatur



- Sabato 22 luglio**
Pievepelago | Sulla strada del Duca
- Domenica 23 luglio**
Fiumalbo | L'anello dei faggi secolari e le capanne celtiche
- Sabato 29 luglio**
Montecreto | Miniere di rame
- Domenica 30 luglio**
Fanano | Il Lago Pratignano e la Grotta delle Fate

www.visitmodena.it/modenaslow



Domenica 23 luglio
Fiumalbo | L'anello dei faggi secolari e le capanne celtiche

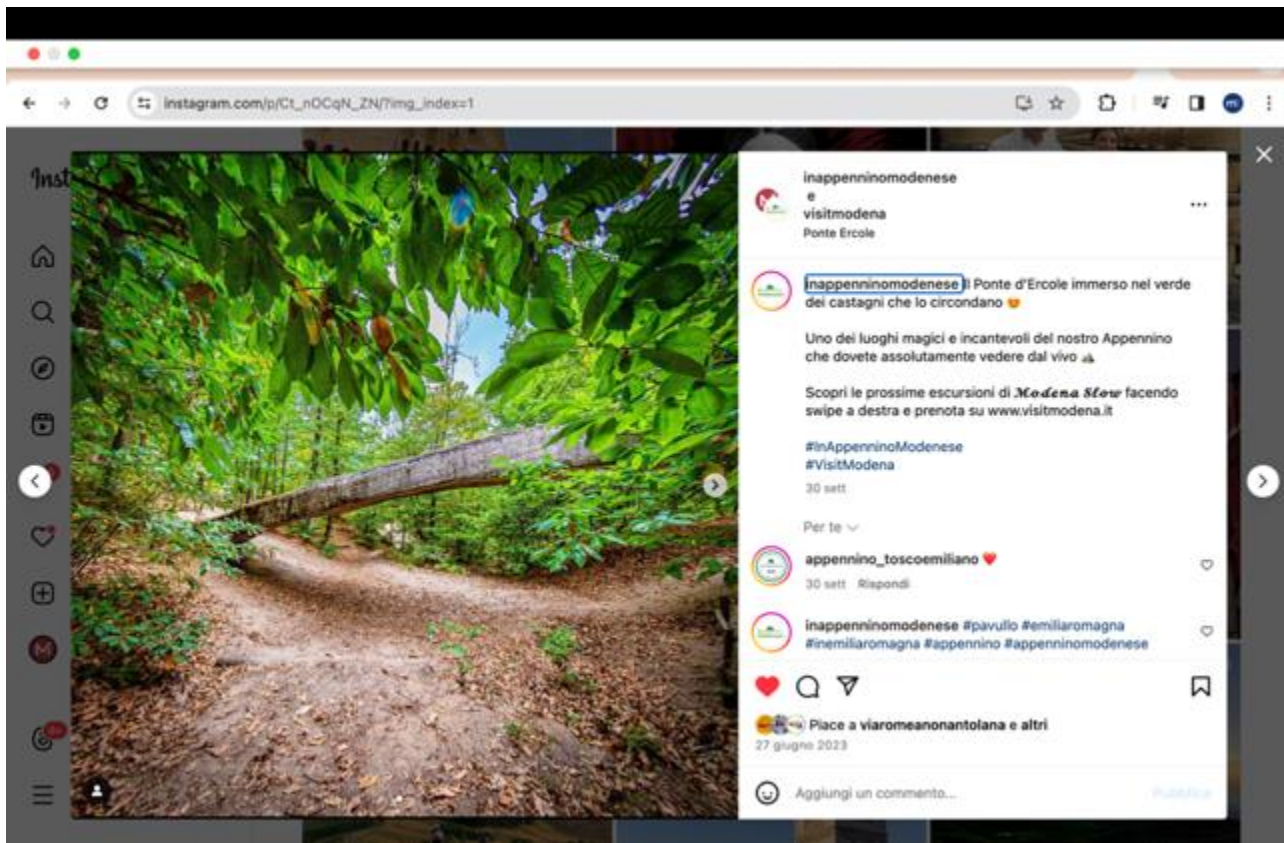
Info e prenotazioni



Sabato 9 settembre
Pavullo | Il Ponte di Olina sulla Via Germanica Imperiale

Info e prenotazioni





Creatività stories

https://www.canva.com/design/DAFksGyGR5Y/U7kVySh625s3JzS1d--jQQ/edit?utm_content=DAFksGyGR5Y&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton



Martedì 26 dicembre
Trekking | Luna Piena a
Monte Belvedere

Info e prenotazioni

[CLICCA QUI](#)






Sabato 16 dicembre
Ciaspolata | Osserviamo il
crinale da Pian del Falco

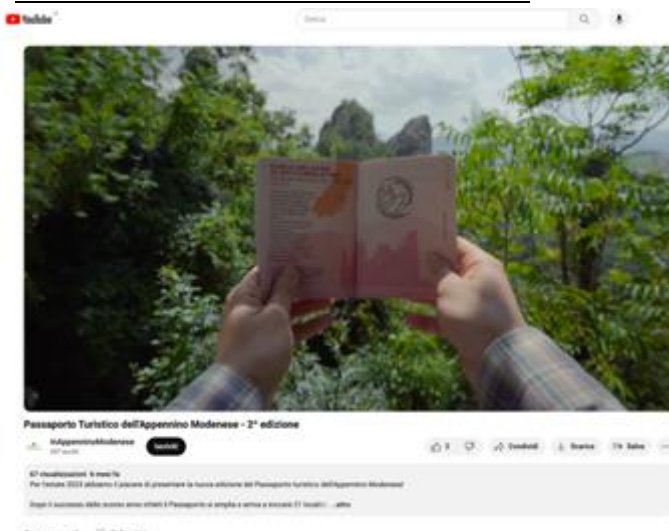
Info e prenotazioni

[CLICCA QUI](#)




È stata creata una landing page su visitmodena.it estate-autunno-inverno. Tutte le esperienze più di 80 complessivamente sono state caricate sul sistema di prenotazione in italiano e in inglese. Le esperienze sono state canalizzate anche sul sito di emiliaromagnawelcome.it, camminiemiliaromagna.it, giornataverde.it

PASSAPORTO APPENNINO MODENESE



https://www.youtube.com/watch?v=KhD_xsoNask

Abbiamo attivato delle campagne sui social a supporto del lancio della seconda edizione del passaporto dell'Appennino Modenese (*Progetto illustrato a pagina 50*). L'attività è stata sostenuta durante tutta l'estate. Abbiamo inoltre supportato l'aggiornamento del video promozionale che necessitava un intervento per inserimento di immagini delle nuove località aggiunte.

BOLOGNA MODENA WEEKEND DEL GUSTO

Abbiamo realizzato una campagna adv per il progetto "Bologna Modena weekend del gusto" (progetto illustrato a pag. 54) con post sponsorizzati sui social Instagram e Facebook, creazione di reel dedicati.

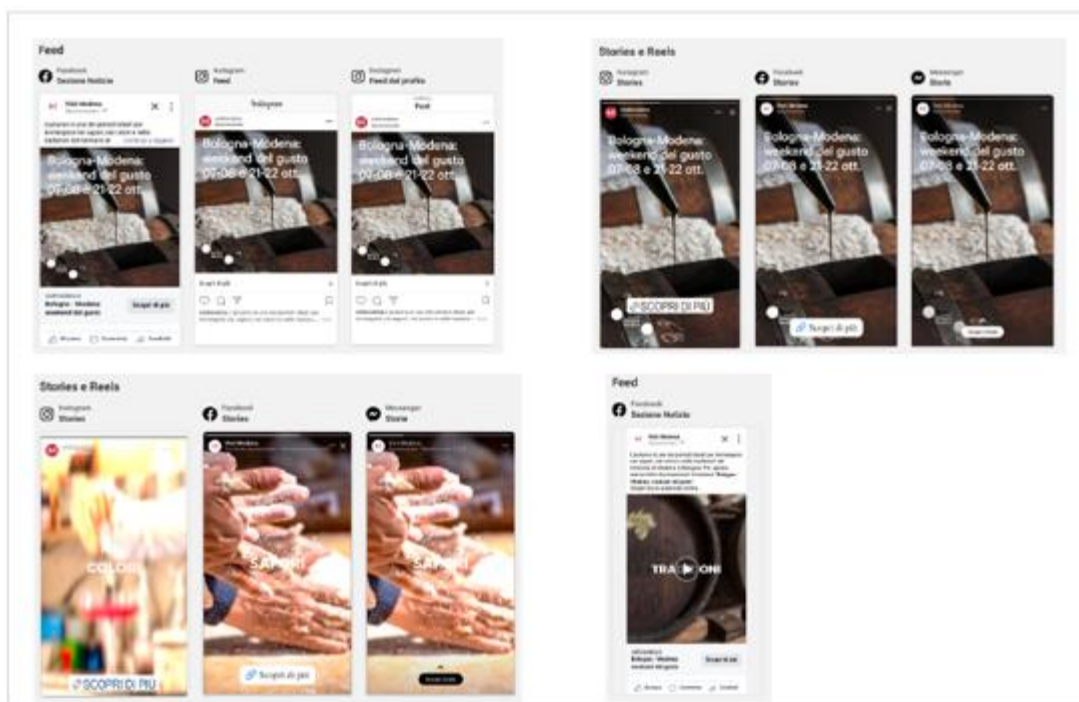


CREATIVITA' REALIZZATA

1 reel

(https://www.instagram.com/reel/CyFjKkNmX8/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==) e varie immagini per post e stories

Creatività



RISULTATO COMPLESSIVO

Overview global - Visit Modena



Panoramica dei dati



Meta Business

Impressions
410.230

Clicks (All)
21.752

CTR (All) (insights)
5,3%



Google ADS

Impressioni
294.969

Clic
21.836

CTR
7,4%

Totale

705.199
Impressioni

43.588
Clic

6,35%
CTR

ANALISI DETTAGLIATA



Google ADS - Visit Modena



Panoramica dei dati

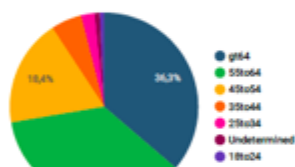
Impressioni
294.969,0

Clic
21.836,0

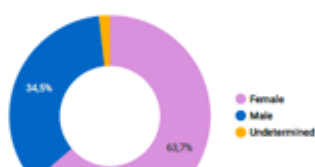
CTR
7,4%

Conversioni
267

Età per impression



Sesso per impression



Conversioni

Segment	Conversion Type	Name	Conversioni
www.visitmodena.it - GA4 (web)	clic_prenota		247
	Visualizzazione di pagina	CONTATTI	20

Località degli utenti per impression

Città	Impressioni
Bologna	22.554
Modena	19.683
Milan	16.171
Padua	5.829
Parma	5.211
Reggio Emilia	4.733
Ferrara	4.348
Verona	4.310
Brescia	3.161
Mestre	3.046
Rimini	2.989
Caspi	2.901
Treviso	2.769
Casalecchio di Reno	2.609
Piacenza	2.552
Venice	2.510
Bergamo	2.499
Ravenna	2.400
Vicenza	2.389
Sassuolo	2.247



Google ADS - Visit Modena



Display Discovery Google ADS

Campagna Discovery

Gruppi annunci

Gruppo di an...	Impressioni	Clic	CPC medio	Conversioni
1. Ad group 1	294.969	21.836	0,03 €	267,01
Totale complessi...	294.969	21.836	0,03 €	267,01

Utilizzo dei device

Dispositivo	Impressioni	Clic	CTR
1. mobile devices with f...	286.165	21.494	7,5%
2. tablets with full brow...	8.787	372	4,23%
3. computers	17	0	0%
Totale complessivo	294.969	21.836	7,4%



Facebook Ads - Visit Modena



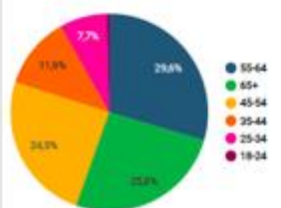
Panoramica dei dati

Impressions
410.230

Clics (All)
21.752

Reach
211.619

Età per impression



Località degli utenti per impression

Region	Impressions
Emilia-Romagna	200.237
Lombardia	113.581
Veneto	55.457
Piedmont	40.955
Totale complessivo	410.230

Sesso per impression



Principali posizionamenti raggiunti

Placement	Impressions
feed	354.281
video_feeds	26.218
facebook_reels	12.034
facebook_stories	8.702
instagram_stories	3.778
instagram_reels	1.418
an_classic	1.027
instagram_profile_feed	683
rewarded_video	561
instagram_explore	429
instream_video	348
instagram_explore_grid_...	308
search	202
facebook_reels_overlay	123
marketplace	60
right_hand_column	58
Totale complessivo	410.230



Facebook Ads - Visit Modena



Panoramica dei dati

Campagne

Campaign Name	Impressions *	Reach	Clicks (All)	Video Plays at 100 percent	Link Clicks
1. Weekend del gusto - Interazioni	284.793	137.673	12.541	798	3.782
2. Weekend del gusto - Traffico video	125.437	73.946	9.211	695	6.408
Totale complessivo	410.230	211.619	21.752	1.493	10.190

Utilizzo dei device

Impression Device	Impressions *	Clicks (All)
1. android_smartphone	311.746	17.573
2. iphone	88.250	3.879
3. ipad	4.500	118
4. android_tablet	3.205	134
5. desktop	2.472	45
6. other	56	2
7. ipod	1	1
Totale complessivo	410.230	21.752



Facebook Ads - Visit Modena



Campagne Facebook

Annunci campagne

Name	Impressions *	Reach	Page Engagement	Clicks (All)	Video Plays at 100 percent
1. Immagine 2	241.374	119.887	3.533	9.738	0
2. Weekend del gusto video Traffico	125.437	73.946	28.134	9.211	695
3. video 1	43.419	29.104	13.819	2.803	798
Totale complessivo	410.230	211.619	45.486	21.752	1.493

CAMPAGNA APPENNINO INVERNO

Abbiamo realizzato una campagna adv meta (instagram e Fb per la promozione del prodotto inverno sull'Appennino Modenese sia per Modena slow edizione invernale che per la promozione dei pacchetti soggiorno hotel + skipass sul comprensorio del Cimone.

La campagna è durata un mese e ha previsto le seguenti attività

Creazione di offerte e pacchetti da valorizzare con la campagna in sinergia con il Consorzio degli Impianti del Cimone. Questa attività ha previsto incontri dedicati e una nostra risorsa che ha creato le proposte e si è interfacciata con le strutture del territorio.

Inserimento delle offerte in una landing page tematica su Visitmodena.it realizzata per l'occasione.

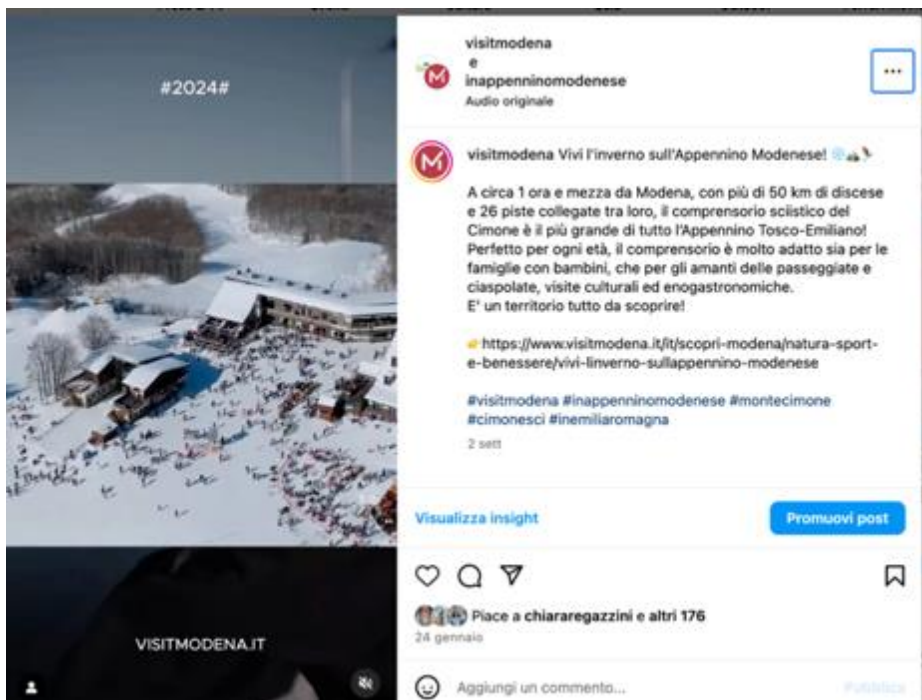
La landing page presentava le offerte pacchetto, le proposte di trekking e ciaspolate Modena slow winter Informazioni sulle piste e impianti, informazioni sulle piste da sci di fondo e sul palaghiaccio di Fanano Link al sito Inappenninomodenese.it per la sezione eventi

Grazie alla campagna abbiamo ricevuto circa 400 richieste dirette di informazioni sui pacchetti di soggiorno con un tasso di conversione in prenotazione del 15%.

Purtroppo, la carenza di neve ha portato una incertezza che sicuramente ha influenzato le prenotazioni. È comunque stata una azione importante a livello di brand awareness.

The screenshot shows a web browser at the URL visitmodena.it/it/scopri-modena/natura-sport-e-benessere/vivi-inverno-sullappennino-modenese. The page features a navigation bar with 'VISITMODENA' and menu items like 'ISPIRAMI', 'SCOPRI MODENA', 'ESPERIENZE', 'EVENTI', and 'PIANIFICA IL VIAGGIO'. The main heading is 'Offerte soggiorno sul Cimone con skipass incluso'. Below this, there are three promotional cards: 'Weekend al Cimone' (dal 4 gennaio 2024 al 10 aprile 2024), 'Famiglie al Cimone' (dal 4 gennaio 2024 al 10 aprile 2024), and 'Neve fai da te - giorni feriali' (Dal 8 gennaio 2024 al 10 aprile 2024). A call to action asks users to write to info@visitmodena.it for a personalized quote. At the bottom, there is a section titled 'Sciare sul Cimone' with a list of links: 'Mappa', 'Prezzi Skipass', 'Bollettino piste | impianti', and 'Prezzi Skipass Bob'.

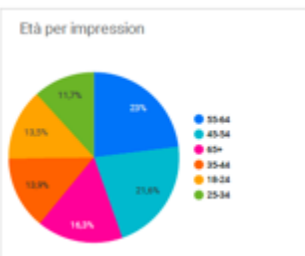
È stato realizzato un reel rielaborando materiale video fornito da Cimonesci



Facebook Ads - Visit Modena

Panoramica dei dati

Impressions 2.578.833	Clicke (AR) 20.500	Reach 1.741.610	Richieste di preventivo 248
---------------------------------	------------------------------	---------------------------	---------------------------------------



Località degli utenti per impression

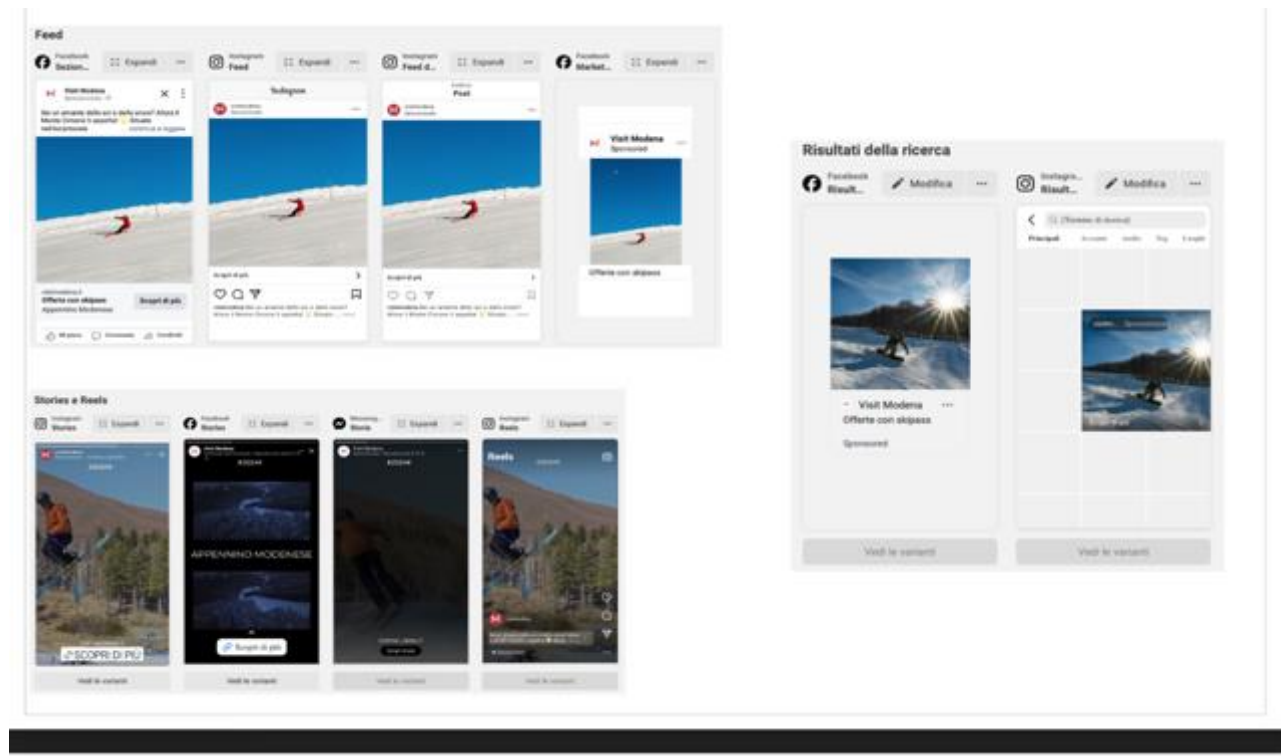
Regione	Impressioni
Lombardia	780.399
Emilia-Romagna	663.708
Lazio	560.243
Tuscany	381.285
Abruzzo	129.451
Molise	26.666
Umbria	19.977
Piedmont	9.382
Marche	7.722

Principali posizionamenti raggiunti

Posizionamento	Impressioni
facebook_reels	937.790
feed	806.724
instagram_stories	275.849
instagram_reels	255.584
video_feeds	130.972
instagram_explore	64.588
facebook_stories	38.411
instagram_explore_grid	19.603
marketplace	18.429
facebook_reels_overlay	8.665
instream_video	7.200
instagram_profile_feed	3.955
search	3.081
right_hand_column	2.599
an_classic	1.470
messenger_inbox	1.344
rewarded_video	561
instagram_search	5
messenger_stories	2
instagram_reels_overlay	1

Risultato campagna Appennino

Esempi creatività realizzata



2.3.3 corrisponde a "Piano Digitale" nel PPCT2023

L'attività è stata pienamente realizzata. Per compensare la variazione sulle percentuali di investimento su mercato estero e italiano dei press trip che sono stati principalmente orientati al mercato estero, nel piano digitale ci siamo orientati maggiormente al mercato interno riuscendo in questo modo a rispettare la strategia generale tracciata nel PPCT.

2.3.4 Supporti di comunicazione

Veicolare l'offerta del Territorio Turistico Bologna-Modena, su supporti dedicati B2B e B2C

Uno dei principali obiettivi che ci siamo prefissati era la creazione di un set di materiali digitali e cartacei volti alla promozione e all'invito a visitare il territorio di Modena, da utilizzare in ogni occasione utile per presentare tutte le offerte tematiche del territorio indicate nel Piano di Promozione e Comunicazione del Territorio (PPCT)

Abbiamo realizzato i materiali in italiano, inglese, francese, tedesco, spagnolo e giapponese, concepiti in modo sintetico ed efficace, con richiami per approfondimenti disponibili su visitmodena.it per il settore business-to-consumer (B2C) e su modenatur.it per le attività business-to-business (B2B) rivolte agli operatori turistici.

I materiali digitali sono stati resi accessibili anche attraverso cartelle cloud, comunicate agli operatori tramite semplici QR code. Abbiamo prestato particolare attenzione al coinvolgimento degli enti e degli operatori locali, nonché della DMO Bolognese nel caso di materiali congiunti

I materiali che abbiamo realizzato includono:

Presentazione del Territorio in Formato PDF: questo materiale, utilizzato per presentazioni durante eventi, invii a fiere e workshop e stampa, è stato progettato in modo modulare per adattarsi ai diversi contesti e disponibile in diverse lingue,

Brochure Cartacee e PDF Tematiche: abbiamo progettato e realizzato materiale funzionale alla presentazione delle offerte di eventi, tour ed esperienze del territorio rivolte al settore B2C. Le brochure trattano temi quali Modena e provincia multiprodotto, Motori, Sapori, Appennino estivo e invernale, e MICE (Eventi e congressi).

Abbiamo realizzato:

- Presentazioni del territorio in formato pdf come supporto di comunicazione per fiere ed eventi b2b e b2c
- brochure cartacee per fiere b2b/b2c
- Il Passaporto dell'Appennino Modenese (stampa, grafica, gadget, locandine)
- Brochure e locandine per programma Modena Slow
- Brochure e locandine per weekend del Gusto
- Flier e presentazione per Ciclovía del Mito per fiera Italian Bike Festival

Brochure in Giapponese per la fiera di Osaka

モデナから見るイタリア
エミリアロマーニャ州の中部に位置するモデナを拠点とし、ボローニャ、ラベンナ、フェラーラ、パルマ、フィレンツェやベネチアへの移動はもちろん、その他の街へのアクセスも簡単です。



"モデナ" ボローニャ

www.visitmodena.it | www.modenatur.it



VISIT EMILIA ROMAGNA | VISIT MODENA | Bologna Modena | modenatur Incoming tour operator & DMC



unesco
Basilica
Cattedrale

エミリアロマーニャ州の中心に位置するモデナの魅力

modenatur Incoming tour operator & DMC



バダナ平原（ポー平原）の中心部の街モデナ。芸術の街と称されるモデナはかつてエステ家によりモデナ公国の首都とされた為にも素晴らしい建築物が残されています。ギランディーナという愛称で呼ばれるロマネスク様式の大聖堂はグラナド広場と共に1997年にユネスコの世界遺産に登録されました。また現在は建築士官学校である、1900年代に建てられたドゥッカーレ宮殿はかつてのエステ家領の領域でした。エステンセ美術館には、バルニエリやヴェラツェスによるエステ家御用フランチエスコ物の大理石の彫像や肖像画、フェラーラの自然コズメ・トウーラの「聖アントニオ」、コレッジョの「聖母子」、エル・グレコの「三博士対聖母」、ガイド・レニーの「十字架上のキリスト」等の有数の美術コレクションが収められています。



フード&ワイン
エミリアの土地の人は陽気な明るく、真のMade in Italyの食文化と伝統品を大切にしており、食卓に並ぶ数々の郷土料理や食品からご堪能頂けると想います。モデナのバルサミコ・トラディツィオナーレDOP（伝統的バルサミコ酢）からランブルスコDOP、パルミジャーノ・レッジャーノDOPチーズからモデナの生ハム（プロシュート）等は逸品。地元生産者を訪れ特産品をお試し下さい。更にモデナの地元レストランに加え、世界的に有名な一流シェフのマッシモ・ボットゥーラのオステリア、フランチエスカーナもお勧めです。

フェラーリのお膝元であり自動車の聖地モデナはエンツォ・フェラーリの故郷であり、自動車の聖地とされています。イタリアの自動車工業地帯である「モーターバレー」の中心に位置し、メカニック達の情熱により常に最高のスピードを生み出す自動車が製造されることもはや伝統のひとつとして継がれています。かつてのスポーツカーや高級車が殿堂入りし、コレクターズアイテムとなり、モデナという名前は世界に知られ渡りました。フェラーリを称える2つの博物館があります。モデナの Museo Enzo Ferrari と Maranello の Museo Ferrari です。モデナとボローニャの間には、自動車関連の多くの工場、博物館、そして個人のコレクションが点在しています。例えば、スタンヴェリニ博物館、ウンベルト・パニーニ氏のプライベートコレクション、バガリーニ・アウトモビリティなどがあります。さらに、ボローニャ近郊にはランボルギーニとドゥッカティの工場があり、イモラには Enzo e Dino Ferrari サーキットもあります。





unesco



非商業の情熱と国民的英雄ルチャーノ・パヴァロッティオペラやバレエなどの舞台芸術が公演されるモデナ市民劇場に、偉大なマエストロの生前の栄誉を称え彼の名前が冠されました。モデナの歴史的な中心部から数分の場所、ルチャーノ・パヴァロッティが彼の人生の最後の数年間を過ごした場所であるルチャーノ・パヴァロッティの家博物館を訪れることができます。



Materiale promozionale Modena Slow



M VISITMODENA

Modena Slow

Escursioni guidate in Appennino

Estate-Autunno 2023

Panorami indimenticabili, boschi incantati e cascate cristalline: più di 40 escursioni, condotte da esperte Guide Ambientali Escursionistiche, ti porteranno in luoghi unici e affascinanti per vivere l'Appennino Modenese!

Informazioni e prenotazioni

IAT - Ufficio Informazione
e Accoglienza Turistica di Modena
Tel. 059-2032660
info@visitmodena.it
www.visitmodena.it/modenaslow



Organizzazione tecnica
modenatur
DMO | Destination Management Organization




M VISITMODENA

Modena Slow

Winter Edition

2023 - 2024

Panorami indimenticabili, boschi incantati e cascate cristalline: più di 40 escursioni, condotte da esperte Guide Ambientali Escursionistiche, ti porteranno in luoghi unici e affascinanti per vivere l'Appennino Modenese!

Calendario Escursioni

Venerdì 8 dicembre 2023 Crisalli, laghi e il buio della notte	Mercoledì 31 gennaio 2024 Escursione alla Valle delle Tagliole
Domenica 10 dicembre 2023 Giro Panoramico Pian del Falco	Sabato 3 febbraio 2024 Ciaspolata al tramonto ai piedi del Cimone
Sabato 16 dicembre 2023 Osserviamo il crinale da Pian del Falco	Sabato 10 febbraio 2024 Lezioni di Astronomia - ciaspolata serale
Martedì 26 dicembre 2023 Luna Piena a Monte Belvedere	Sabato 17 febbraio 2024 Stellate alle Polle - ciaspolata serale
Domenica 31 dicembre 2023 Capodanno al Castello di Montecuccolo	Sabato 24 febbraio 2024 Luna piena alla Nivfa - ciaspolata serale
Lunedì 1 gennaio 2024 Escursione detox a Monte Cantiere	Sabato 2 marzo 2024 Ciaspolata al tramonto sulla Via Vandelli
Martedì 2 gennaio 2024 Duello al Far West	Domenica 3 marzo 2024 Ciaspolata ai laghi glaciali e pranzo in rifugio
Sabato 6 gennaio 2024 Alla scoperta di Fumalbo e del Presepe vivente	Domenica 10 marzo 2024 Ciaspolata a sud del Cimone
Sabato 13 gennaio 2024 Ciaspolata al tramonto al Balzo delle Rose	Sabato 16 marzo 2024 Trekking nei boschi della memoria
Sabato 27 gennaio 2024 La storia e la memoria al Parco di Santa Giulia	Domenica 17 marzo 2024 Felice Pedroni - trekking lungo la Linea Gotica
Domenica 28 gennaio 2024 La Linea Gotica del Monte Belvedere	Domenica 24 marzo 2024 Ori-play: "Fenano nella seconda guerra mondiale"

Modena slow

Panorami indimenticabili, boschi incantati e cascate cristalline!
Più di 40 escursioni, condotte da esperte Guide Ambientali Escursionistiche, ti porteranno in luoghi unici e affascinanti per vivere l'Appennino Modenese.

Quota di partecipazione

- Intero: € 20
- Ridotto ragazzi dai 12 ai 18 anni: € 15
- Gratuito fino agli 11 anni
- Ridotto gruppi di almeno 4 persone: € 15

Scopri i programmi e prenota su:
www.visitmodena.it/modenaslow



M | VISITMODENA

Informazioni e prenotazioni

IAT - Ufficio informazione e Accoglienza Turistica di Modena
Tel. 059-2032660
info@visitmodena.it
www.visitmodena.it/modenaslow



Organizzazione tecnica
modenatur
DMO | Destination Management Organization



Modena Slow

Escursioni guidate in Appennino

Estate-Autunno 2023



Calendario escursioni

Sabato 10 giugno
Fiumalbo | L'anello dei faggi secolari e le capanne celtiche

Domenica 11 giugno
Pievepelago | L'anello dei laghi glaciali

Sabato 17 giugno
Sestola | Anello da Sestola all'Oratorio di San Biagio

Domenica 18 giugno
Sestola | Sentiero dei Portatori - Monte Cimone

Sabato 24 giugno
Fanano | Il Lago Pratignano e la Grotta delle Fate

Domenica 25 giugno
Fanano | Dalla Croce Arcana al Lago Scaffaiolo

Sabato 1 luglio
Serramazzoni | Cascate del Bucamante

Domenica 2 luglio
Pavullo | Il Ponte d'Ercole tra storia e leggenda

Sabato 8 luglio
Frassinoro | Bibulca a San Pellegrino in Alpe

Domenica 9 luglio
Pievepelago | L'anello dei laghi glaciali

Sabato 15 luglio
Guiglia | Famiglie al Parco dei Sassi di Roccamalatina



Domenica 16 luglio
Guiglia | Dal Sassi al Sasso sulle ali del Falco Pellegrino

Sabato 22 luglio
Pievepelago | Sulla strada del Duca

Domenica 23 luglio
Fiumalbo | L'anello dei faggi secolari e le capanne celtiche

Sabato 29 luglio
Montecreto | Miniere di rame di Montecreto

Domenica 30 luglio
Fanano | Il Lago Pratignano e la Grotta delle Fate

Sabato 5 agosto
Guiglia | Famiglie al Parco dei Sassi di Roccamalatina

Domenica 6 agosto
Guiglia | L'anello dei Sassi nel Parco di Roccamalatina

Lunedì 7 agosto
Pievepelago | L'anello dei laghi glaciali

Sabato 12 agosto
Lama Mocogno | Dalle Piane di Mocogno al Monte Cantiere

Domenica 13 agosto
Riolunato | Riolunato e la cascata del Rio Menio

Lunedì 14 agosto
Sant'Andrea Pelago | Sulla Via Vandelli dalle capanne celtiche

Martedì 15 agosto
Pievepelago | Sulla strada del Duca

Mercoledì 16 agosto
Pievepelago | Ripercorrendo la Via Vandelli

Sabato 19 agosto
Fanano | Via Roma Nonantolana e Lago Scaffaiolo

Domenica 20 agosto
Sestola | Sentiero dei Portatori - Monte Cimone

Lunedì 21 agosto
Sestola | Anello da Sestola all'Oratorio di San Biagio

Martedì 22 agosto
Pievepelago | Sentiero delle cascate di Sant'Annepelago

Mercoledì 23 agosto
Pievepelago | L'anello dei laghi glaciali

Sabato 26 agosto
Fanano | Dalla Croce Arcana al Lago Scaffaiolo

Domenica 27 agosto
Fanano | Il Lago Pratignano e la Grotta delle Fate

Sabato 2 settembre
Serramazzoni | Cascate del Bucamante

Domenica 3 settembre
Polinago | Anello con partenza dalla Podesteria di Gombola

Sabato 9 settembre
Pavullo | Il Ponte di Olina: sulla Via Roma Germanica Imperiale

Domenica 10 settembre
Pavullo | Il Ponte d'Ercole tra storia e leggenda

Sabato 16 settembre
Fanano | Dalla Croce Arcana al Lago Scaffaiolo

Domenica 17 settembre
Fanano | Via Roma Nonantolana e Lago Scaffaiolo

Sabato 23 settembre
Guiglia | Famiglie al Parco dei Sassi di Roccamalatina

Domenica 24 settembre
Marano sul Panaro | Due passi tra natura e storia

Sabato 30 settembre
Pievepelago | L'anello dei laghi glaciali

Domenica 1 ottobre
Montese | Tra i borghi lungo i sentieri della Linea Gotica

Sabato 7 ottobre
Montecreto | Miniere di Rame di Montecreto

Domenica 8 ottobre
Sestola | Anello da Sestola all'Oratorio di San Biagio

Sabato 14 ottobre
Frassinoro | Bibulca a San Pellegrino in Alpe

Domenica 15 ottobre
Montefiorino | Via Bibulca, Parco delle Ofioli, Poggio Medola

Sabato 21 ottobre
Prignano sulla Secchia | Sassomorello | Moncerreto

Domenica 22 ottobre
Palaganò | Le miniere di Toggiano e il Poggio Bianco Dragone

MATERIALI DI PRESENTAZIONE CICLOVIA DEL MITO

Abbiamo elaborato e prodotto un flyer di presentazione della nuova Ciclovía del Mito che inaugurerà in primavera 2024. Il materiale è stato distribuito in grande quantità alla fiera Italian Bike Fest a Misano in settembre. La predisposizione del materiale è stata preceduta da 5 incontri con la Provincia e gli amministratori e tecnici dei comuni coinvolti per finalizzare il taglio da dare al materiale, verificare le bozze e concordare la strategia di distribuzione.



PRESENTAZIONE ITALIAN BIKE FESTIVAL

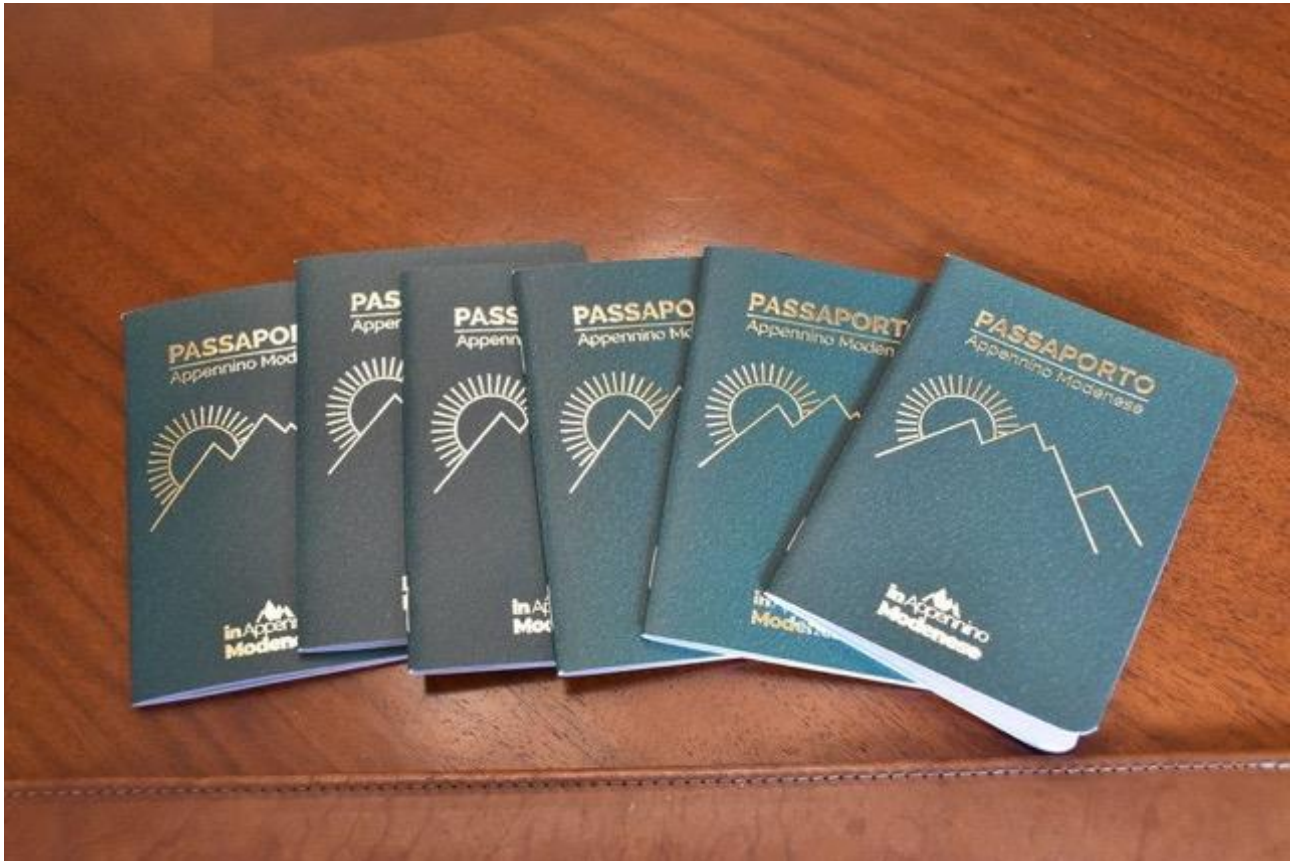
In occasione dell'evento abbiamo presentato sul palco dell'area espositiva una sessione informativa di circa 15 minuti sul tema del cicloturismo a Modena e provincia. Per l'occasione abbiamo realizzato una presentazione che è stata proiettata sul maxischermo.



https://www.canva.com/design/DAFufRyX_ml/TiGXsxk8EjCVo9Dx6ENJYw/edit?utm_content=DAFufRyX_ml&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

PASSAPORTO DELL'APPENNINO MODENESE

Uno dei progetti più impegnativi che abbiamo curato in collaborazione con Inappenninomodense è stata la riedizione aggiornata del Passaporto dell'Appennino Modenese.



Le azioni che abbiamo svolto nell'ambito di questo progetto sono state

- Circa 40 incontri/Call/telefonate di progettazione e confronto con Inappenninomodense e con i referenti dei comuni nell'ambito dell'attività di coinvolgimento delle nuove località, di inserimento delle nuove pagine, ricerca e valutazione dei preventivi di stampa, verifica bozza, via si stampi.
- Creazione di una nuova pagina dedicata alla promozione di tour ed esperienze con rimando alla landing page modenastow su visitmodena (la versione 2022 del passaporto era solo promozionale, quella 2023 è diventata promo-commerciale con l'intervento della DMO)
- Stampa di 2.500 passaporti
- Stampa di 500 gadget abbinati
- Stampa dei timbri da integrare rispetto allo scorso anno
- Stampa di vetrofanie e locandine promozionali
- Collaborazione per la redazione del comunicato stampa
- Partecipazione alla conferenza stampa

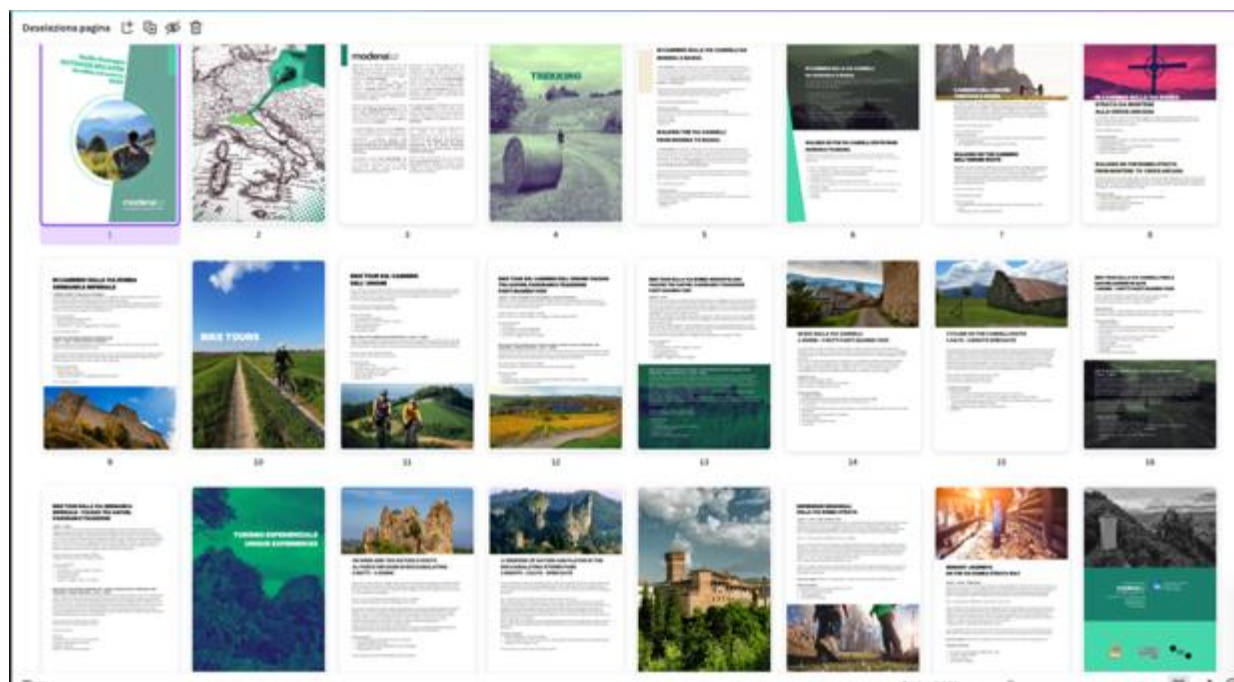


I luoghi del passaporto sono: Lago Scaffaiolo (Fanano), Croce Arcana (Fanano), Cascate del Doccione (Fanano), Cimoncino (Fanano), Lago della Ninfa (Sestola), Pian Del Falco (Sestola), Passo del Lupo (Sestola), Pian Cavallaro (Sestola), Monte Cervarola (Montecreto), Le Polle (Riolunato), Passo Cento Croci (Riolunato), Lago Santo (Pievepelago), Sant'Annapelago (Pievepelago), Capanne Celtiche (Fiumalbo), San Pellegrino in Alpe (Frassinoro), Parco Monte Santa Giulia (Palagano), Piane di Mocogno (Lama Mocogno), Ponte d'Ercole (Polinago), Riserva naturale orientata di Sassoguidano (Pavullo), Cascate del Bucamante (Serramazzone), Parco dei Sassi di Roccamalatina (Guiglia, Marano sul Panaro).

Il passaporto ha avuto un notevole successo sia mediatico che di utilizzo da parte di turisti. È uno strumento particolarmente interessante perché oltre ad ispirare escursioni stimola la voglia di condividere l'esperienza sui social. Molti visitatori hanno infatti condiviso foto del timbro sulla pagina della meta "conquistata"

CATALOGO B2B OUTDOOR

Strumento a supporto della partecipazione a fiere e workshop. Proposte su cammini e cicloturismo



Materiali per eventi B2b Inglese



Volantini B2C a tema cammini
E bike



Drive con materiali

<https://drive.google.com/drive/folders/19wH1AvXD-tNhKUtORCQiqm3MvqAlyvcm?usp=sharing>

Il punto 2.3.4 corrisponde a "Supporti di comunicazione" nel PPTC23

L'attività è stata pienamente realizzata. Non ci sono stati scostamenti.

2.3.5 Branding

Armonizzare l'immagine coordinata della Provincia di Modena con quella ufficiale del Territorio Turistico Bologna-Modena.

Nel 2023 è proseguita l'attività di branding per arrivare ad avere una immagine coordinata tra Modena e Bologna nell'ambito del territorio turistico.

Abbiamo iniziato a sperimentare l'utilizzo del logo e del manuale d'uso Bianco e Nero e a colori, abbiamo creato la nuova landing page del TTBOMO e sono state avviate alcune iniziative congiunte per allineare prodotto e immagine come i Weekend del Gusto e le iniziative Primavera e Autunno Fuori dal Comune. Precisiamo che queste ultime due iniziative non rientrano nella presente rendicontazione non essendo state sostenute da azioni PPCT ma fanno comunque parte di un percorso di immagine e strategia coordinata.

WEEKEND DEL GUSTO

Abbiamo organizzato insieme alla DMO bolognese l'evento *Weekend del gusto tra Modena e Bologna* – 2 fine settimana con 12 esperienze organizzate e proposte in forma di evento congiunto nel territorio di Terre di Castelli e Unione Valsamoggia Reno Lavino.

Le esperienze sono state selezionate in collaborazione con i referenti di Unione Terre di Castelli per rappresentare le varie anime del territorio e la varietà di proposte. Oltre alla possibilità di prenotare singole esperienze abbiamo dato la possibilità di acquistare pacchetti pomeridiani-serali con 2 esperienze (1 modenese e 1 bolognese) con trasporto gratuito in bus.

Sabato

Quando	Esperienza	Comune	Prezzo intero
Mattina	Visita al Museo del balsamico (Degustazione di gelato al balsamico e nocino)	Splimbergo (MO)	13,00€
Mattina	Visita al panificio Pand'Oro e al Museo I Mulini della Valle (Degustazione inclusa)	Savigno di Valsamoggia (BO)	20,00€
Mattina	Cocktail experience a Casa Toschi (Degustazione inclusa)	Savignano sul Panaro (MO)	20,00€
Mattina	Visita al salumificio Alcisa (Degustazione inclusa)	Zola Predosa (BO)	10,00€
Pomeriggio	Visita MuSa – Museo della Salumeria Villani (Degustazione inclusa)	Castelnuovo Rangone (MO)	10,00€
Pomeriggio	Degustazione e apericena a Borgo delle Vigne	Zola Predosa (BO)	30,00€
Pomeriggio	Pacchetto BUS: Visita MuSa – Museo della Salumeria Villani e Borgo delle Vigne	Castelnuovo Rangone (MO) e Zola Predosa (BO)	40,00€

Domenica

Quando	Esperienza	Comune	Prezzo
Mattina	Visita al caseificio San Silvestro (Degustazione inclusa)	Castelvetro (MO)	15,00€
Mattina	Visita alla fattoria didattica e azienda agricola Ca' del Buco (Degustazione inclusa)	Monte San Pietro (BO)	20,00€
Mattina	Visita alla cantina Terraquila (Degustazione di lambrusco inclusa)	Guiglia (MO)	25,00€
Mattina	Visita alla cantina Terre Rosse Vallania (Degustazione inclusa)	Zola Predosa (BO)	25,00€
Pomeriggio	Visita all'Ecomuseo della collina e del vino e Azienda Agricola Fedrizzi	Castello di Serravalle di Valsamoggia (BO)	30,00€
Pomeriggio	Visita all'Acetaia dei Bago con (Degustazione di aceto e prodotti tipici inclusa)	Vignola (MO)	15,00€
Pomeriggio	Pacchetto BUS: Visita all'Ecomuseo – all'Acetaia dei Bago	Castello di Serravalle di Valsamoggia (BO) - Vignola (Mo)	45,00€

L'attività si è sviluppata con le seguenti azioni:

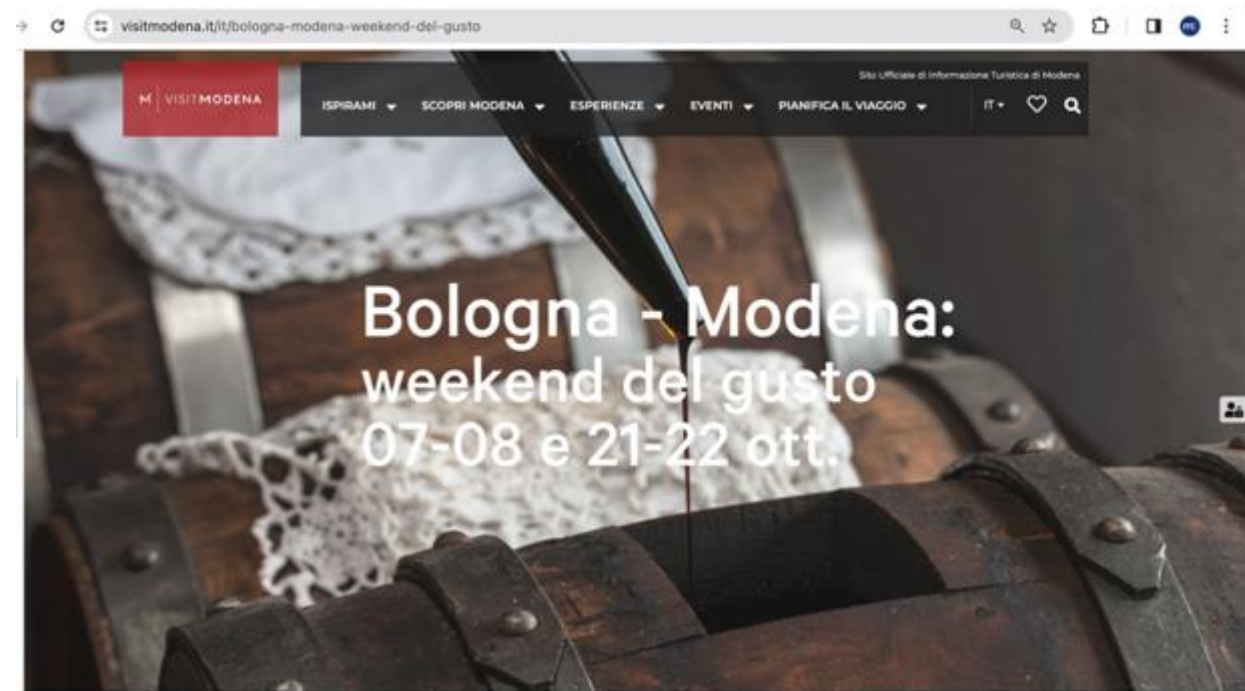
- Numerosi incontri di preparazione del progetto e coordinamento tra Comuni, DMO modenese, DMO Bolognese, TTBOMO
- Preparazione delle esperienze con numerosi contatti e contrattualizzazione con i fornitori
- Presentazione del progetto e delle esperienze ai Comuni/Unioni coinvolte e al TTBOMO
- Reperimento del materiale fotografico
- Traduzioni in inglese
- Caricamento delle esperienze di Modena e Bologna in italiano e in inglese su treksoft e su Visitmodena.it
- Predisposizione materiale e campagna
- Conferenza stampa a Bologna
- confronto costante con Bologna Welcome durante l'evento per la gestione delle prenotazioni
- nostro accompagnamento ai tour
- sostegno delle spese di trasporto per questa edizione sperimentale in modo da poter lanciare la proposta con un prezzo appetibile
- È stata creata una landing page su Visitmodena.it speculare a quella creata su extrabo con tutte le esperienze disponibili dei due territori. Tutto era prenotabile su entrambi i siti.



Materiali cartacei realizzati coordinati tra Bologna e Modena seguendo manuale d'uso immagine TTBOMO
Ogni territorio ha supportato il costo di realizzazione della propria parte di materiale



Conferenza stampa a Bologna



L'autunno è uno dei periodi ideali per immergersi nei sapori, nei colori e nelle tradizioni del territorio di Modena e Bologna. In occasione dell'evento "Bologna - Modena: weekend del gusto," aziende agricole, produttori e musei apriranno le loro porte per offrire esperienze uniche!

Dove: tra le colline di Modena e Bologna

Quando: 7-8 e 21-22 ottobre 2023

Come funziona:

- Lasciati ispirare e prenota online una o più attività! Riceverai la conferma immediata.
- La partecipazione è possibile su prenotazione, fino ad esaurimento della disponibilità.

Pacchetto pomeridiano comprensivo di bus: le visite pomeridiane possono essere acquistate separatamente o come parte di un pacchetto che include entrambe le visite + il trasporto in bus. I bus partiranno dal centro di Modena e di Bologna alle 14:30 e torneranno al punto di partenza dopo la seconda attività, con arrivo al punto di partenza intorno alle 20:00.

Sabato 7 e 21 ottobre

- 9:30 [Visita al Museo dell'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena](#), con degustazione di gelato al balsamico | Spilamberto (MO)
- 10:00 [Visita al panificio il Pand'oro e al Museo dei mulini](#) della valle con degustazione | Savigno di Valsamoggia (BO)
- 11:30 [Benvenuti a Casa Toschi](#). Impara a realizzare il tuo cocktail, con degustazione finale del cocktail e di gelato | Vignola - Savignano sul Panaro (MO)
- 12:00 [Visita al salumificio Alcisa](#) con degustazione | Zola Predosa (BO)
- 15:30 [Visita MuSa - Museo della Salumeria Villani](#) con degustazione | Castelnuovo Rangone (MO)
- 17:30 [Degustazione e apericena a Borgo delle Vigne](#) | Zola Predosa (BO)
- 14:30 [Pacchetto](#) con visita al MUSA Museo della Salumeria e Degustazione apericena al Borgo delle Vigne, comprensivo di trasporto in bus da Modena e da Bologna con arrivo al luogo di partenza alle 20.00 circa

Domenica 8 e 22 ottobre

- 9:30 [Visita al caseificio San Silvestro](#) con degustazione di Parmigiano-Reggiano | Castelvetro di Modena (MO)
- 10:00 [Visita alla fattoria didattica e azienda agricola Ca' del Buco](#) con degustazione | Monte San Pietro (BO)
- 11:30 [Visita alla cantina Terraquilia](#) con degustazione di lambrusco | Guiglia (MO)
- 12:00 [Visita alla cantina Terre Rosse Vallania](#) con degustazione | Zola Predosa (BO)
- 15:30 [Visita all'Ecomuseo della collina e del vino](#) e azienda agricola Fedrizzi | Castello di Serravalle di Valsamoggia (BO)
- 17:30 [Visita all'Acetaia dei Bago](#) | Vignola (MO)
- 14:30 [Pacchetto](#) con visita all'Ecomuseo della collina e del Vino azienda agricola Fedrizzi e visita con degustazione all'acetaia dei Bago, comprensivo di trasporto in bus da Modena e da Bologna con arrivo al luogo di partenza alle 20.00 circa.

Per maggiori informazioni

Contatta l'ufficio turistico di Modena per informazioni, supporto per la prenotazione e per proposte personalizzate comprensive anche del pernottamento tra Modena e Bologna! Ti aspettiamo!

Tel. 059-20232660 | info@visitmodena.it



Risultati

Nel complesso l'iniziativa è stata molto positiva sia come esperienza che come risultati

- Considerando i dati complessivi delle vendite, emerge il successo dell'operazione di collegamento dei due e-commerce di Modenatur e Bologna Welcome.
- Circa l'80% delle prenotazioni totali sono state infatti effettuate sulle piattaforme online. Il restante 20% è avvenuto negli infopoint di Bologna Welcome e Modenatur.

Tour confermati 80%

Utilizzo del bus 60% sul totale delle prenotazioni per le esperienze pomeridiane

Bus confermati 5/8

Dati di vendita

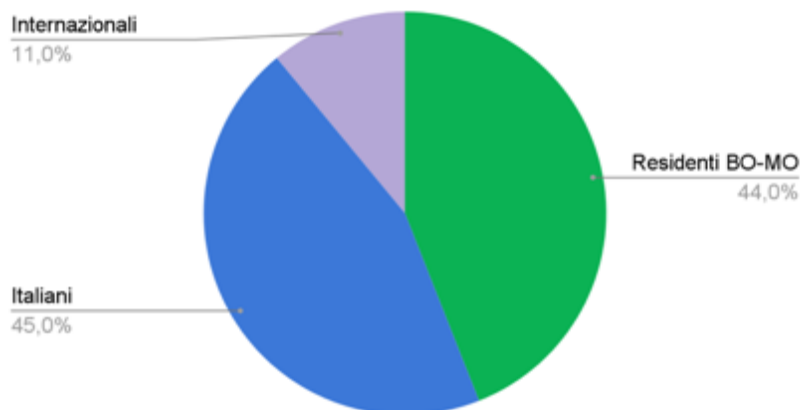
Ridotti bambino

Circa il 10% sul totale delle prenotazioni, distribuiti equamente in tutte le esperienze.

Provenienza dei partecipanti

Il 44% sono residenti della Città Metropolitana di Bologna e della Provincia di Modena; circa il 45% sono turisti di prossimità provenienti dall'Italia; il restante 11%, invece, è costituito da turisti internazionali.

Provenienza partecipanti



Punti di forza

- Ampia proposta di esperienze corrispondente all'offerta caratterizzante il Territorio Turistico Bologna-Modena
- Trasporto con bus dedicati con prezzo calmierato, ha reso possibile raggiungere le esperienze anche senza mezzo proprio, in un'ottica di sostenibilità e attenzione al turista
- Prezzi conformi a quelli di mercato ad eccezione dei costi dei bus, finanziati con investimento di Bologna Welcome e Modenatur
- Cooperazione e scambio tra le due DMO del Territorio Turistico Bologna-Modena allo scopo di implementare strategie di promo-commercializzazione condivisa

Aspetti che meritano attenzione

- Limitato numero di prenotazioni con ridotto bambino nonostante la presenza omogenea di questa tipologia di partecipante all'interno delle diverse esperienze pensare per il target famiglie
- I prezzi del pacchetto con bus erano calmierati perché il costo bus è stato assorbito dal progetto. Se il prezzo fosse stato totalmente da mercato i risultati sarebbero stati inferiori. Occorre riflettere su strategie future.

LANDING PAGE VISITBOLOGNAMODENA.IT

Nell'ambito dell'attività di branding e armonizzazione dell'immagine coordinata abbiamo realizzato la Landing page del Territorio Turistico Bologna Modena.

Il processo di creazione della Landing Page per il Territorio Turistico Bologna Modena è stato caratterizzato da un'attenta pianificazione, collaborazione efficace e un impegno costante per garantire la realizzazione di un prodotto semplice ma efficace e di alta qualità di immagine.

L'attività è stata svolta in collaborazione con Bologna Welcome. Modenatur ha svolto ruolo di coordinamento dell'attività e ha sostenuto le spese di realizzazione.

Fasi Operative

Incontri preliminari e definizione del progetto: abbiamo avviato il progetto con incontri con Bologna Welcome per definire il progetto e redigere un brief dettagliato, comprendente gli obiettivi, i requisiti e le linee guida del progetto.

Presentazione del progetto al territorio turistico: successivamente, abbiamo presentato il progetto al Territorio Turistico per ottenere l'approvazione della linea generale e assicurarci che rispondesse alle aspettative e agli obiettivi prefissati.

Selezione del fornitore tecnico: una volta approvato il progetto, abbiamo proceduto con la selezione del fornitore tecnico per la realizzazione delle grafiche e del sito web, garantendo la scelta di partner competenti e affidabili. Abbiamo identificato studio FM di Milano, andando in continuità con l'agenzia che ha ideato il logo del TTBOMO.

Sviluppo e revisione del sito: sono stati svolti incontri con il fornitore per la presentazione del progetto e per la revisione delle bozze iniziali, seguiti da una presentazione al TTBOMO delle bozze, raccolta di feedback e dall'invio di richieste di modifiche per assicurare il rispetto delle specifiche concordate.

Implementazione tecnica: sono state attivate le procedure tecniche necessarie, compresa l'attivazione del piano hosting e la creazione del certificato SSL per garantire la sicurezza delle comunicazioni online.

Produzione di contenuti: abbiamo curato la creazione dei testi destinati al sito web e la loro traduzione in inglese

Selezione e inserimento delle immagini: sono state selezionate e raccolte le immagini più rappresentative e di alta qualità per arricchire il contenuto visivo del sito, garantendo un'esperienza coinvolgente per gli utenti. Per quanto riguarda Modena le foto sono state gentilmente concesse dal Comune di Modena.

Formazione e inserimento dati: abbiamo partecipato ad un incontro formativo per apprendere le procedure di inserimento dati nel sito, e abbiamo caricato i contenuti una volta completata la fase di sviluppo.

Presentazione finale al territorio turistico: abbiamo presentato la versione finale del sito al Territorio Turistico per la valutazione e l'approvazione definitiva



Bologna

Bologna e il suo territorio sono innovazione e dinamismo da oltre duemila anni. Grazie all'Università, la più antica d'Occidente, che dal 1088 porta qui studenti da ogni dove. O alle sue architetture, tra i Portici patrimonio UNESCO, le piazze e le tante torri medievali. O ancora grazie alla sua cultura dell'ospitalità e del cibo, rinomate nel mondo. Scopri come nascono le Lamborghini e le Ducati, simboli dell'eccellenza italiana, o lo straordinario Autodromo di Imola, e non perdere l'occasione di esplorare borghi, castelli, paesaggi, a piedi o in bicicletta, dalla pianura all'Appennino e molto altro ancora. Bologna ti aspetta!

Inizia il viaggio su Bolognawelcome.com →

Modena

Un viaggio tra arte, gastronomia e motori. Il territorio modenese ama essere scoperto senza fretta. Visita il Duomo, Piazza Grande e la Torre Ghirlandina, Patrimonio UNESCO. Ammira il Palazzo Ducale e la Galleria Estense. Lasciati incantare dall'arte del Belcanto nella città natale di Luciano Pavarotti. Gusta il sapori del territorio e scopri Parmigiano-Reggiano, Lambrusco, Aceto Balsamico e Prosciutto di Modena. Vivi la passione per i motori con i Musei Ferrari, la Maserati, la Pagani e molto altro. Lasciati conquistare dal ricco programma culturale che tutto l'anno propone festival ed eventi. Esplora borghi e castelli, regalati momenti di relax alle terme. Vivi l'Appennino in ogni stagione con innumerevoli opportunità di trekking e cicloturismo. Scopri gli eventi e le esperienze che potrai vivere in ogni stagione!



Bologna
Modena
Chi siamo

Territorio Turistico Bologna Modena
Via Benedetto XVI, n. 3
41025, Bologna
info@territoriobolognamodena.it

[Privacy policy](#)
[Cookie policy](#)

Sito Ufficiale di Informazione turistica

Torna su ↑

Il punto 2.3.5 corrisponde a “Branding” nel PPTC23

L’attività è stata pienamente realizzata considerando lo stato di evoluzione del territorio modenese rispetto a quello bolognese sul tema dell’immagine coordinata.

Sono stati fatti importanti passi avanti rispetto al 2022 con la nuova landing page, l’importante sperimentazione dei weekend del gusto. Il budget impiegato è stato leggermente più basso di quanto ipotizzato nel PPCT. Abbiamo spostato la differenza su altre azioni con rilevanza sull’immagine di brand di destinazione senza quindi apportare modifiche alla strategia.

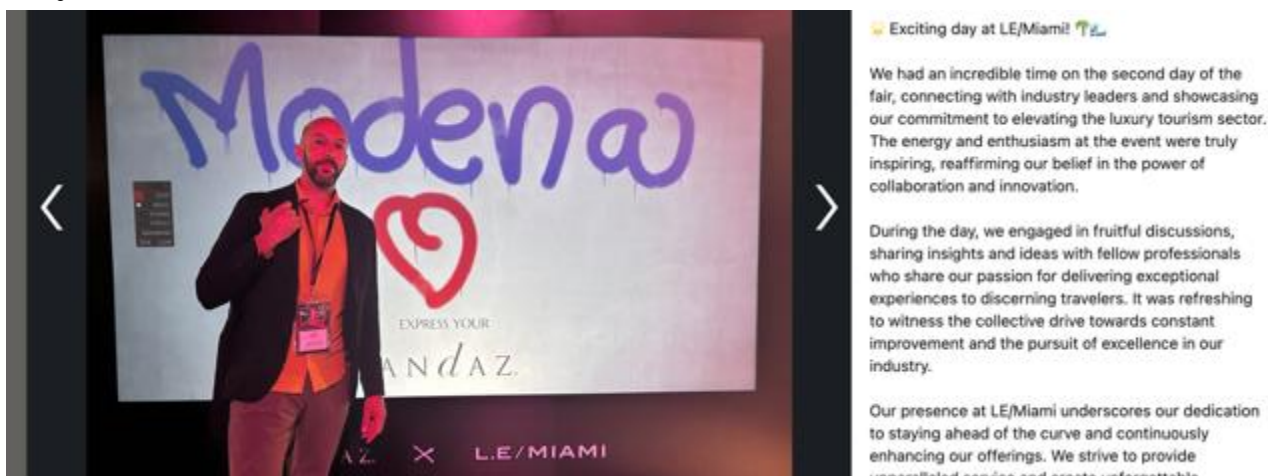
2.3.6 Azioni promozionali attraverso le eccellenze

rafforzare il posizionamento dell’offerta turistica attraverso le eccellenze del Territorio Turistico Bologna-Modena

Attività promo-commerciali sul Nord Americano, in un’ottica di valorizzazione delle eccellenze d’arte, sapori, motori e musica del territorio rivolte al mercato intermediato.

Oltre alle fiere e Workshop con target Mercato USA già descritte abbiamo attuato le seguenti azioni:

- Dal 12 al 16 giugno abbiamo partecipato all’evento LE Miami, un evento dedicato ai travel advisor americani, considerato uno dei punti di riferimento b2b su quel mercato. LE sta per "Limited Edition": l’evento annuale di punta a South Beach di Miami che riunisce gli acquirenti, i fornitori e i media più influenti nel settore dei viaggi contemporanei. Attraverso workshop coinvolgenti e discussioni stimolanti, l’evento ha messo in evidenza l’importanza del servizio personalizzato, la sostenibilità e l’autenticità culturale. Tante sono state le opportunità di networking, che hanno permesso di entrare in contatto con i leader del settore. <https://lemiami.com/>



- Abbiamo collaborato con l’American Society of Travel Advisors importante punto di riferimento per i tour operator americani.
- Abbiamo collaborato con XO Private un club di tour operator attivo sul turismo lusso e leisure di alto livello in particolare verso il mercato americano

Per le azioni sul mercato USA ci siamo sempre allineati con APT informandoli delle nostre progettualità.

Collaborazione con il sistema dei consorzi dei prodotti tipici del territorio per realizzazione di sinergie promozionali su iniziative di loro programmazione su città europee.

L'attività di collaborazione con i consorzi e Piacere Modena è stata costante.

Abbiamo collaborato in diverse occasioni con il Consorzio del Lambrusco per supporto all'organizzazione di press tour e supporto a troupe tv.



In occasione della fiera WTM Londra abbiamo partecipato ad una serata organizzata il 7 novembre con Piacere Modena con 20 ospiti tra giornalisti e tour operator, curata dai consorzi e dallo chef inglese Theo Randall. In occasione della serata abbiamo distribuito materiale di comunicazione realizzato ad hoc per la serata e abbiamo presentato il territorio.

Gli ospiti

1. John Alberti – The Alberti Twins
2. Toni Alberti – The Alberti Twins
3. Georgie Halfacree
4. Crystelle Pereira
5. Paola Maggiulli
6. Paul – Tasting Tones
7. Shivani – Tasting Tones
8. Olivia Cavalli
9. Chloe Morgan – Delish
10. Peter Morrell – About my generation
11. Nick Rose – Guild of Fine Food
12. Meike Beck – Good Housekeepin
13. Phoebe Friston – Foodism
14. Influencer
15. Aimee Bretin- Brand Dialogue
16. Blane Kieng - CEO & Founder Ulte - Bespoke Ultra Luxury Travel
17. Nathalie Benjamin - Senior Manager - Private Luxury Events Ltd
18. Mara Murgia - Product Manager - Queen of Clubs
19. Ornella Martino - Content Creator & Social Media Manager - Queen of Club

Organizzazione di iniziative Montagna/Mare per promuovere l'accezione «bianco» della linea di prodotto Outdoor Active&Slow.



Questa azione è stata sviluppata in sinergia con il Consorzio degli Impianti del Cimone e con gli operatori privati del territorio, in 5 giornate di animazione presso stabilimenti balneari della costa romagnola in cui il pubblico è stato coinvolto attraverso l'utilizzo di giochi con gonfiabili tematici per adulti e ragazzi, sviluppando animazioni e giochi con l'obiettivo di promuovere le offerte tematiche di soggiorno ed escursioni dell'appennino con particolare riferimento al prodotto bianco, ma non solo. La DMO è intervenuta nella parte di pianificazione strategica.

Date degli eventi:

17-18 giugno Cervia;

30 giugno-1° luglio Cervia;

22-23 luglio Cervia;

6-27 agosto Misano

26-27 agosto Misano

Attivazione di percorsi sensoriali e esperienziali sui prodotti nei luoghi di produzione su tutto il territorio provinciale (...):

Questa attività è stata svolta con costanza durante tutto il periodo. Abbiamo affiancato aziende agricole e luoghi di visita nell'ideare esperienze. A titolo di esempio abbiamo inserito tra le offerte le esperienze di Casa Toschi tra Vignola e Savignano sul Panaro e molto altro.

Abbiamo inoltre voluto realizzare alcune sperimentazioni di esperienze che combinassero caratteristiche diverse come nel caso di Autori in Vigna in cui la parola ha incontrato il gusto.



Autori in vigna

In collaborazione con Modena a Tavola, Piacere Modena e i Consorzi e alle aziende agricole del territorio abbiamo attivato in giugno e luglio la rassegna "Autori in vigna": cene esperienziali con la partecipazione di noti autori di romanzi italiani alla quale abbiamo abbinato proposte di soggiorno. La dmo ha partecipato alla promocommercializzazione dell'offerta attirando anche partecipanti che hanno pernottato.

Gli chef che si sono susseguiti durante il corso delle cinque serate, infatti, hanno proposto una loro interpretazione dei prodotti tipici del territorio, declinando i sapori modenesi e presentando un menù a chilometro zero, con qualche incursione nella sperimentazione, arricchito dai vini della zona

- Giovedì 8 giugno. Le parole di Carlo Luccarelli interpretate dalla chef Anna Maria Barbieri Antica Moka
- Giovedì 15 giugno. Le parole di Felicia Kingsley interpretate dallo chef Davide Forghieri Osteria Emilia
- Giovedì 22 giugno. Le parole di Giuliano Pasini interpretate dallo chef Emilio Barbieri Strada Facendo
- Giovedì 29 giugno. Le parole di Sara Rattaro interpretate dallo chef Simone Guerra La Busa
- Sabato 1 luglio. Le parole di Marcello Simoni interpretate dallo chef Stefano Corghi Il luppolo e l'uva

È stata creata una landing page e il prodotto è stato reso prenotabile online. Abbiamo abbinato invito a soggiornare a Modena.

The screenshot shows a website landing page for the event 'AUTORI IN VIGNA 2023'. The page features a dark navigation bar at the top with the 'M VISITMODENA' logo and menu items: 'ISPIRAMI', 'SCOPRI MODENA', 'ESPERIENZE', 'EVENTI', and 'PIANIFICA IL VIAGGIO'. The main content area has a red header for the event title. Below the title is a descriptive paragraph about the event, followed by a detailed paragraph about the schedule and location. A red button on the right says 'Controlla la disponibilità e prenota online' with a 'PRENOTA ORA' link. A grey box on the right provides details for 'Quando' (8-15-22-28 giugno e 15 luglio 2023) and 'Prezzo' (60 euro a persona). At the bottom, a white box contains the address: 'presso l'Acetaia Villa San Donnino. Via Medicine 25/1 - San Donnino (MO)'. The page also includes social media icons and a search icon.

AUTORI IN VIGNA 2023

Per il secondo anno torna la rassegna Autori in Vigna che unisce le parole alla convivialità e al buon cibo. Quest'anno sono ben cinque gli appuntamenti, che vedranno ospiti d'eccezione raccontare e raccontarsi all'interno della splendida cornice dell'Acetaia Villa San Donnino di Modena.

Da giovedì 8 giugno per quattro giovedì, e con una serata finale sabato 1 luglio, pensata anche per coloro che trascorrono a Modena il fine settimana, grandi nomi del panorama editoriale italiano contemporaneo si succederanno per condividere aneddoti ed esperienze con gli Ospiti, parlando non solo dei propri romanzi ma anche di come vivono il mestiere della scrittura. Il tutto accolti dall'abbraccio delle vigne, davanti a un menù speciale, creato su misura per ognuno di loro dagli Chef del Consorzio Modena a Tavola, pensato appositamente per la serata

Cinque serate per raccontare il territorio tra parole ed enogastronomia.

presso l'Acetaia Villa San Donnino. Via Medicine 25/1 - San Donnino (MO).

Controlla la disponibilità e prenota online

PRENOTA ORA

Quando

8-15-22-28 giugno e 15 luglio 2023

Prezzo

60 euro a persona

MODENA A TAVOLA
Consorzio di ristoranti

PRESENTA **Autori in Vigna**

CON IL CONTRIBUTO DI **BPER: Banca**

CON IL PATROCINIO **Comune di Modena**

Cinque serate per raccontare il territorio tra parole ed enogastronomia, presso l'Acetaia Villa San Donnino.

Via Medicine 25/1 - San Donnino (MO)
Le serate avranno inizio alle ore 19.45

bookshop a cura della **GIUNTI** di Modena

PARTNER DELLA SERATA: **M**, **pentabevande**

CON LA SELEZIONE DEI CAFFÈ: **CAFFÈ Molinari**

IN COLLABORAZIONE: **PIACEREMODENA**

territori Bologna Modena

modenatur
incoming tour operator & DMC

Giovedì 8 giugno

Le parole di **Carlo Lucarelli**
interpretate dalla chef **Anna Maria Barbieri**
Antica Moka

Giovedì 15 giugno

Le parole di **Felicia Kingsley**
interpretate dallo chef **Davide Forghieri**
Osteria Emilia

Giovedì 22 giugno

Le parole di **Giuliano Pasini**
interpretate dallo chef **Emilio Barbieri**
Strada Facendo

Mercoledì 28 giugno

Le parole di **Sara Rattaro**
interpretate dallo chef **Simone Guerra**
La Busa

Sabato 1 luglio

Le parole di **Marcello Simoni**
interpretate dallo chef **Stefano Corghi**
Il luppolo e l'uva

INFO E
PRENOTAZIONI
TEL 059-2032660



M VISITMODENA

Il punto 2.3.6 corrisponde a "Azioni promozionali attraverso le eccellenze" nel PPTC23

Le azioni sono state realizzate senza scostamenti dal budget previsto.

2.3.7 Fiere e Workshop

Obiettivo: creare un contatto diretto con il turista e con l'intermediario della domanda

Modenatur ha partecipato alle fiere e workshop previste nel PPCT 2023 apportando alcune modifiche con sostituzione nel caso di manifestazioni cancellate, già trascorse al momento dell'assegnazione dell'incarico o dove si è ritenuto di cogliere opportunità che si sono presentate su alcuni mercati anche in ottica di ottimizzazione delle risorse ed esplorazione di nuovi eventi trade. Il numero di eventi è rimasto invariato rispetto alla pianificazione del PPCT 2023 e l'azione è stata pienamente realizzata rispetto agli obiettivi attesi e mercati individuati. Durante tutto il periodo è stato costante il rapporto e confronto con APT, anche per le fiere e WS in cui abbiamo partecipato insieme ad ENIT o autonomamente, e con la DMO Bolognese in ottica di coordinamento e valorizzazione dell'attività per tutto il Territorio Turistico Bologna Modena.

Per ogni fiera e workshop ai quali la DMO ha partecipato sono state realizzate le seguenti azioni

Fase preparatoria

- analisi del mercato, flussi di turisti verso il TTBOMO e l'Emilia-Romagna
- valutazione dei risultati fino ad ora ottenuti sulla stessa fiera se già conosciuta
- Inviti a operatori della zona per incontro in fiera
- Gestione agenda appuntamenti dove presente
- Comunicati stampa – stampa locale
- Predisposizione di offerte mirate e tematiche secondo il tipo di mercato target per presentare
- i prodotti turistici più in linea con i mercati e target di riferimento
- Predisposizione dei materiali cartacei o digitali a seconda del target di manifestazioni.

Attuazione

- Presenza di personale presso lo stand
- Distribuzione di materiale informativo
- Contatti con stampa e operatori turistici
- Raccolta indirizzi per mailing di materiale informativo
- Interviste / media relation canali fiera
- Attività social

Follow up

- Mailing con materiale informativo ai contatti raccolti in fiera
- Invio di proposte mirate in base alle richieste e manifestazione di interesse richieste
- Relazione fiera e risultati di breve periodo

Rispetto al piano fiere e workshop indicato nel PPCT abbiamo effettuato alcune sostituzioni mantenendo la strategia generale, i mercati target e il numero di iniziative programmate.

	FIERA/WORKSHOP	DATE	LUOGO	TIPO	MERCATO
1.	IMEX 2023	23-25 Maggio 2023	Francoforte, Germania	B2B	MONDO
2.	WORKSHOP CITIES EMILIA ROMAGNA	13-14 Giugno 2023	Bologna, Italia	B2B	MONDO
3.	MICE & LUXURY MADE IN ITALY	22 Giugno 2023	Madrid, Spagna	B2B	SPAGNA
4.	SALONE DEL CAMPER	9-17 Settembre 2023	Parma, Italia	B2C	ITALIA
5.	ITALIAN BIKE FESTIVAL	15-17 Settembre 2023	Misano, Italia	B2C	ITALIA
6.	WORLD TOURISM EVENT	21 Settembre 2023	Torino, Italia	B2B	MONDO
7.	JOURNEYS NORTH AMERICA	25-27 Settembre 2023	New York , USA – Toronto, Canada	B2B	USA CANADA
8.	WORKSHOP ENIT STOCCOLMA	25 Settembre 2023	Stoccolma, Svezia	B2B	SVEZIA
9.	GOOD ITALY WORKSHOP	2 Ottobre 2023	Piacenza, Italia	B2B	MONDO
10.	IFTM – TOP RESA	2-5 Ottobre 2023	Parigi, Francia	B2B	FRANCIA + MONDO
11.	TTG TRAVEL EXPERIENCE	11-13 Ottobre 2023	Rimini, Italia	B2B	MONDO
12.	TOURISM EXPO JAPAN	26-29 Ottobre 2023	Osaka, Giappone	B2B B2C	GIAPPONE- ASIA
13.	SKIPASS	26-29 Ottobre 2023	Modena, Italia	B2B B2C	ITALIA + EUROPA
14.	AUTO E MOTO D'EPOCA	26-29 ottobre 2023	Bologna, Italia	B2C	ITALIA
15.	WORLD TRAVEL MARKET	6-8 Novembre 2023	Londra, Regno Unito	B2B	MONDO
16.	ART CITIES EXCHANGE	17-18 Novembre 2023	Roma, Italia	B2B	MONDO
17.	WORKSHOP ENIT	20-21 Novembre 2023	Bruxelles, Belgio – Amsterdam, Olanda	B2B	BENELUX
18.	TRAVEL AGENT FORUM	13-15 Novembre 2023	Senigallia, Italia	B2B	USA
19.	IBTM WORLD	28-30 Novembre 2023	Barcellona, Spagna	B2B	SPAGNA + MONDO
20.	WORKSHOP ENIT	30 Novembre 2023	Varsavia, Polonia	B2B	POLONIA
21.	ILTM CANNES	4-7 Dicembre 2023	Cannes, Francia	B2B	MONDO

IMEX 2023

Date: 23-25 Maggio 2023

Sede: Francoforte, Germania



IMEX è una delle principali fiere internazionali dedicate al settore MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions), con oltre 3.500 espositori e 9.000 visitatori. L'evento è focalizzato sul B2B, offrendo numerose opportunità di networking per i professionisti del settore. La Germania è uno dei principali mercati per il turismo MICE in Italia, e l'Emilia-Romagna, ed in particolare il territorio di Modena e Bologna, per posizione strategica e le infrastrutture, è una destinazione ideale per il turismo d'affari e gli eventi internazionali. Abbiamo effettuato circa 30 contatti.

WORKSHOP CITIES EMILIA ROMAGNA

Date: 13-14 Giugno 2023

Sede: Bologna, Italia



Workshop dedicato al turismo culturale ed esperienziale in Emilia-Romagna, per promuovere le bellezze e le offerte turistiche dalle città di questa regione, ricca di cultura, arte e gastronomia. Il workshop si è tenuto a Bologna, presso Palazzo Re Enzo, dove abbiamo svolto un'agenda di incontri con 18 buyers, provenienti prevalentemente da Europa e Nord America. Nell'ambito del workshop, abbiamo organizzato insieme a Bologna Welcome un Educational Tour che ha coinvolto 14 buyers alla scoperta del territorio di Modena e Bologna. Come Modenatur, ci siamo occupati della parte modenese del tour. Complessivamente, il progetto ci ha consentito di prendere contatto con circa 40 buyer.

MICE & LUXURY MADE IN ITALY

Date: 22 Giugno 2023

Sede: Madrid, Spagna

Abbiamo preso parte al workshop MICE & LUXURY MADE IN ITALY organizzato da ENIT a Madrid, a cui hanno partecipato 185 buyer spagnoli. Modenatur era l'unica DMC dell'Emilia-Romagna presente all'evento. Il workshop si è svolto in giornata, e si è concluso con una cena di gala. Il workshop si è rivelato interessante, con molti buyers provenienti prevalentemente da Barcellona. In generale, i buyer erano tour operator specializzati principalmente in turismo leisure, molti con mercato sudamericano. Abbiamo ottenuto in tutto 45 nuovi contatti. Durante la cena di gala, abbiamo regalato un voucher riservato ad un futuro fam trip per tour operator con pernottamento due notti, ingresso Musei Ferrari e visita ad una acetaia.



Modenatur
1,023 followers
8mo · 🌐

Il 22 giugno, la nostra collega [Laura Mastrì](#) ha partecipato al MICE & LUXURY Made in Italy a Madrid, un workshop con 185 buyer spagnoli: è stata un'occasione imperdibile per promuovere Modena e l'Emilia Romagna in questa splendida città. Ringraziamo [ENIT - Agenzia Nazionale del Turismo](#) per l'organizzazione di questo evento e tutti i buyer che hanno partecipato, ci vediamo presto in Emilia Romagna!

[#modenatur](#) [#visitmodena](#) [#tourism](#) [#mice](#) [#miceindustry](#) [#luxurytravel](#) [#enit](#) [#madeinitaly](#) [#inemiliaromagna](#)

See translation

Lara Sandre and 20 others · 1 repost

👍 Like 💬 Comment 🔄 Repost ✉ Send

SALONE DEL CAMPER

Date: 9-17 Settembre 2023

Sede: Parma, Italia

Il Salone del Camper è l'evento più importante in Italia per il settore del turismo all'aria aperta e del camperismo, con oltre 200 espositori e 130.000 visitatori. L'evento è focalizzato sul B2C e offre un'ampia gamma di prodotti e servizi per gli amanti del turismo itinerante.

Modenatur ha partecipato all'evento nel weekend di apertura distribuendo materiale sui percorsi cicloturistici e trekking (brochure "Pedalare e Camminare"), ma anche fornendo informazioni generali su tutta l'offerta turistica con focus sul tema outdoor.

ITALIAN BIKE FESTIVAL

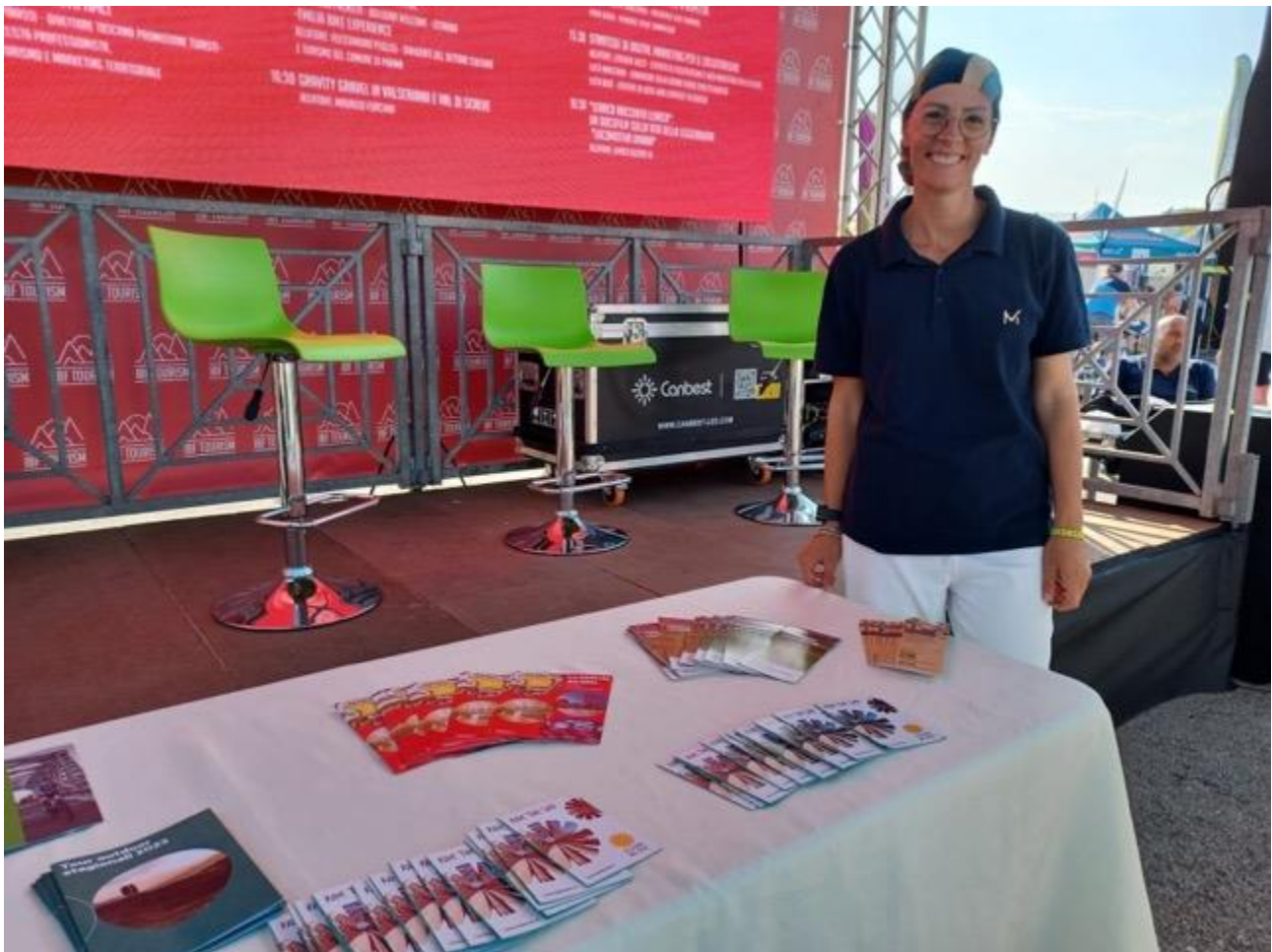
Date: 15-17 Settembre 2023

Sede: Misano, Italia

Si tratta di una delle fiere più importanti a livello europeo nel settore del cicloturismo, alla quale abbiamo partecipato presso lo stand dell'Emilia-Romagna, in collaborazione con APT Servizi, coordinando la presenza degli operatori del Territorio Turistico Bologna Modena. Trattandosi di una fiera di pubblico, abbiamo avuto l'opportunità di svolgere alcuni incontri b2c presso lo stand, e di distribuire materiale promozionale mirato, come la brochure "Pedalare Camminare".



Nell'ambito dell'iniziativa, abbiamo presentato come Territorio Turistico Bologna-Modena i servizi legati al cicloturismo del territorio provinciale e il progetto della Ciclovía del Mito, in uno speech tenuto sul palcoscenico dell'evento il sabato pomeriggio.



WORLD TOURISM EVENT

Date: 21 Settembre 2023

Sede: Torino, Italia

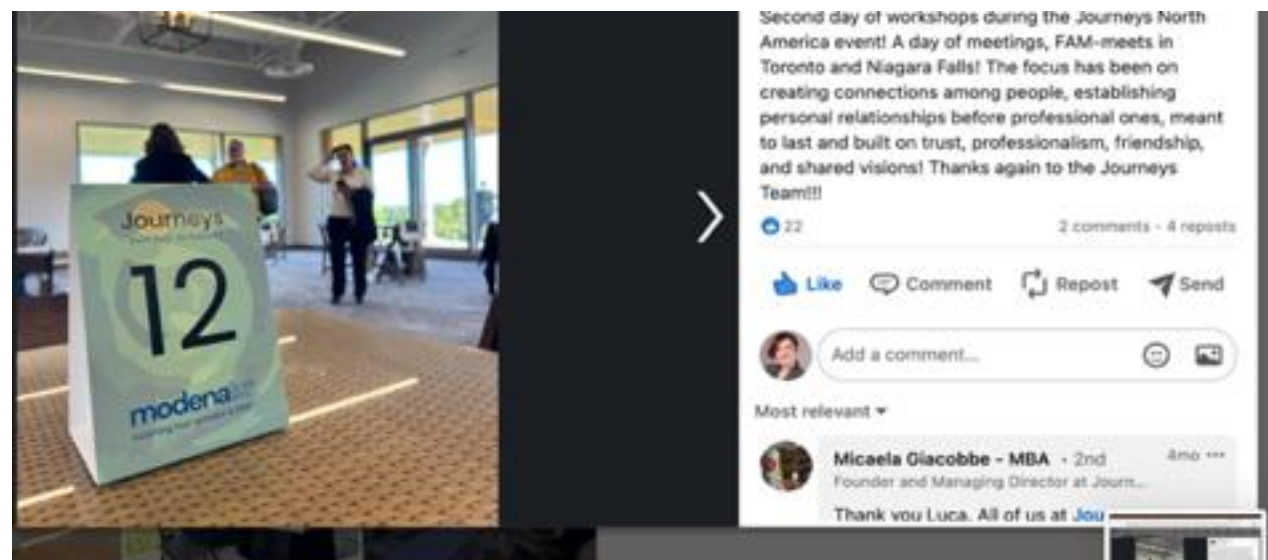
Un workshop B2B internazionale che riunisce operatori del turismo interessati in particolare al turismo nei siti Patrimonio Mondiale Unesco. Il workshop si è svolto nel corso di una giornata, con la possibilità di incontrare buyers internazionali (soprattutto europei), principalmente interessati ad un turismo di tipo culturale. I meeting non erano programmati con un calendario di appuntamenti ma si potevano incontrare i buyers liberamente. Abbiamo preso contatto con 15 operatori. Da questa partecipazione abbiamo anche creato opportunità per un fam trip con il Tour Operator *Enjoy Life Travel*, che abbiamo ospitato a Modena nei mesi successivi.

JOURNEYS NORTH AMERICA

Date: 25-27 Settembre 2023

Sede: New York , USA – Toronto, Canada

Workshop di alto profilo organizzato da "Connections", che offre l'opportunità di incontrare operatori del settore Luxury dei mercati USA e CANADA. Durante le giornate di workshop, organizzate da Micaela Giacobbe (CEO e Founder di Journeys) a Brooklyn e Toronto, è stato organizzato un iter di incontro con buyer locali, selezionati e di altissimo livello, svolto sia in location canoniche (hotel) sia in location più accattivanti (bakery, brewery, shuttle bus, winery) con il format innovativo *FAM-Meet*, un mix tra workshop e team building, che punta a creare rapporti personali duraturi e fidati tra travel advisors americani e sellers internazionali. In questa occasione, abbiamo conosciuto diversi buyer interessati al nostro prodotto, raccogliendo 29 nuovi contatti molto qualificati. Abbiamo inoltre distribuito dei voucher Fam trip e 4 buyer ci hanno già contattato per programmare un soggiorno a Modena per approfondimento del prodotto nei prossimi mesi.



WORKSHOP ENIT STOCCOLMA

Date: 25 Settembre 2023

Sede: Stoccolma, Svezia

Un workshop organizzato da ENIT, con incontri b2b finalizzati ad attivare collaborazioni con tour operator dell'area scandinava, in particolare della Svezia. Grazie a questo evento, abbiamo acquisito 29 nuovi contatti di tour operator.

GOOD ITALY WORKSHOP

Date: 2 Ottobre 2023

Sede: Piacenza, Italia



Abbiamo partecipato al Good Italy Workshop, evento b2b specializzato nel turismo enogastronomico. Il workshop è stato preceduto da 2 Fam trip per rafforzare la presentazione del territorio. Il workshop, organizzato da Tourist Trend, si è svolto presso gli spazi del Laboratorio Aperto di Piacenza. Il programma degli appuntamenti prevedeva 15 meeting con buyer prevalentemente interessati al settore enogastronomico. La sera si è svolta la cena di gala presso Palazzo Gotico, dove i buyer hanno potuto degustare piatti tipici del territorio regionale proposti da tre chef stellati. Questa è stata un'occasione più informale per incontrare nuovamente i buyer con cui è stato svolto l'educational tour e i meeting del mattino. Nel complesso, abbiamo preso contatto con circa 40 buyer.

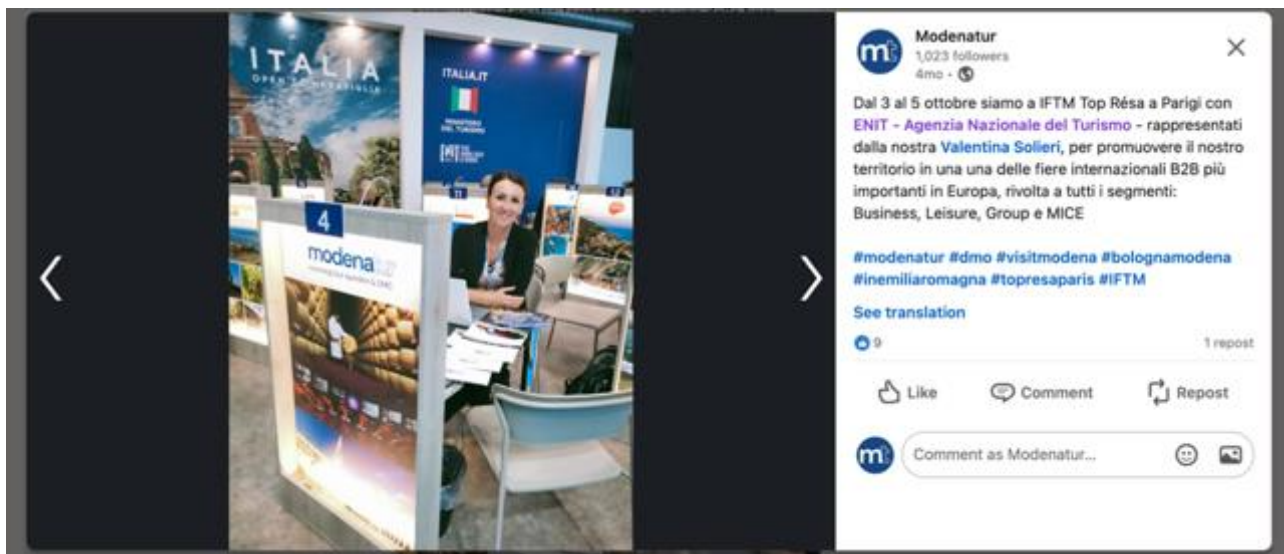


IFTM – TOP RESA

Date: 2-5 Ottobre 2023

Sede: Parigi, Francia

L'IFTM è una delle principali fiere internazionali del turismo in Francia, con oltre 1.700 espositori e 34.000 visitatori. Top Resa ospita in un'unica sede centinaia di incontri B2B, rivolgendosi al mercato turistico outbound francese, nonché al settore del mercato inbound, turismo leisure, eventi, operatori di pullman e viaggi d'affari. L'evento offre opportunità di promozione per i professionisti del settore: lo stand di Modenatur era collocato nello stand ENIT al di fuori dell'area riservata all'Emilia Romagna per motivi di disponibilità di spazi, in un'area di partner italiani indipendenti e con un buon passaggio di visitatori. Gli incontri prefissati hanno ottenuto un buon riscontro in termini di interesse e di nuovi contatti (in tutto circa 20 business meeting svolti). L'interesse primario è stato sul prodotto Motor Valley e Food. I break sono stati invece occasione per consolidare la conoscenza di partner e competitor, e per uno scambio di idee circa l'andamento dell'anno e le nuove tendenze.



TTG TRAVEL EXPERIENCE

Date: 11-13 Ottobre 2023

Sede: Rimini, Italia

TTG Travel Experience è una delle più importanti fiere del turismo in Italia, con oltre 2.500 espositori e 70.000 visitatori. L'evento è focalizzato sul B2B. Abbiamo partecipato presso lo stand APT Emilia-Romagna fornendo personale per la gestione del desk istituzionale del Territorio Turistico insieme ai colleghi di Bologna



TOURISM EXPO JAPAN

Date: 26-29 Ottobre 2023

Sede: Osaka, Giappone

TEJ è una delle principali fiere internazionali del turismo in Giappone, con oltre 1.300 espositori e 30.000 visitatori. L'evento è orientato sia al B2B che al B2C, offrendo opportunità di business e promozione per i professionisti del settore. Il mercato turistico giapponese è un segmento importante per il turismo con un interesse crescente per la cultura, l'enogastronomia e il patrimonio artistico dell'Italia, in particolare per i Patrimoni Unesco. Modenatur ha partecipato presso lo stand ENIT. Le attività sono iniziate con l'inaugurazione dello stand e la conferenza stampa, che hanno visto la partecipazione del Console Generale d'Italia a Osaka Marco Prencipe, dell'amministratore delegato ENIT Ivana Jelinic e della Direttrice Marketing e Promozione Maria Elena Rossi. Lo Stand Italia ha ospitato 5 regioni (Basilicata, Lazio, Puglia, Sicilia, Veneto), il Comune di Polignano, ITA Airways, Destination Italia Group / SONO Travel Club, Lindbergh Hotels & Resorts, e Modenatur per il Territorio Turistico Bologna Modena.

SKIPASS

Date: 26-29 Ottobre 2023

Sede: Modena, Italia

Skipass è una fiera dedicata agli sport invernali e al turismo di montagna, che si svolge ogni anno a Modena. L'evento è rivolto sia a un pubblico B2C che B2B e ospita espositori che offrono una vasta gamma di attrezzature, abbigliamento, e accessori per gli sport invernali, oltre a destinazioni turistiche di montagna e stazioni sciistiche. Abbiamo partecipato rappresentando Modena e il territorio Turistico Bologna-Modena presso lo stand di APT, presentando l'offerta turistica e di servizi al pubblico interessato a segmento neve e outdoor. Abbiamo inoltre partecipato al workshop b2b collegato all'evento con la partecipazione di circa 35 operatori, per i quali abbiamo anche organizzato 2 giorni di Fam trip.



AUTO E MOTO D'EPOCA

Date: 26-29 ottobre 2023

Sede: Bologna, Italia

Auto e Moto d'Epoca è una delle principali fiere del settore dei veicoli d'epoca in Italia, nonché il più grande mercato di auto e ricambi d'epoca d'Europa, con oltre 1.000 espositori e 150.000 visitatori. L'evento è focalizzato sul B2C e offre un'ampia gamma di prodotti e servizi per gli appassionati di veicoli d'epoca. Il mercato italiano dei veicoli d'epoca è in crescita e rappresenta un'opportunità per l'Emilia-Romagna, che offre numerose manifestazioni e raduni dedicati ai veicoli d'epoca. Abbiamo collaborato con l'associazione Motor Valley Development e con gli operatori privati del territorio per il presidio dello stand Motor Valley nel padiglione dedicato alla nostra regione. Il salone si è svolto per la prima volta a Bologna ed è stata un'occasione importante per presentare l'offerta turistica della regione e per distribuire la nuova edizione del Passaporto Motor Valley.

WORLD TRAVEL MARKET

Date: 6-8 Novembre 2023

Sede: Londra, Regno Unito

Il World Travel Market di Londra è un evento internazionale B2B che riunisce rappresentanti dell'industria dei viaggi globale. Siamo stati presenti nello stand ENIT, all'interno dell'area Emilia-Romagna a supporto del desk istituzionale del TTBOMO.

La maggior parte dei buyer era di provenienza internazionale ed era interessata ad aggiungere Modena a tour italiani che toccano le destinazioni più classiche. Il secondo giorno abbiamo partecipato alla cena organizzata da *Piacere Modena* presso l'Hotel Intercontinental con lo chef Theo Randall: è stato proposto un menù della tradizione modenese e abbiamo presentato ai 15 giornalisti presenti anche Modena come destinazione.



The 2023 edition of WTM London has come to an end, and as always, it has been an emotional journey! Meeting colleagues, clients, and friends at the London Excel venue has been both useful and inspiring. In my opinion, it's truly a well-suited location, both in terms of its position and the type of structure.

We also had the opportunity to attend a dinner hosted by Piacere Modena, where Chef Theo Randall prepared a truly Modenese menu for us, in the presence of buyers, friends, and local press representatives! Some "parallel" meeting in the city allowed us to strengthen existing relationships and plan for an absolutely fantastic 2024! 🍷

You and 37 others

2 reposts

Like Comment Repost Send

ART CITIES EXCHANGE

Date: 17-18 Novembre 2023

Sede: Roma, Italia



Evento B2B che promuove le città d'arte e le destinazioni culturali, permettendo a fornitori e professionisti dei viaggi di collegarsi, scambiare idee e creare nuove partnership. Durante il workshop abbiamo realizzato 22 appuntamenti già precedentemente fissati in agenda e circa 6 appuntamenti liberi fuori agenda. Non avevamo un desk fisso, in quanto erano i seller a spostarsi tra i vari desk dei buyers. L'interesse nei confronti del nostro prodotto è stato molto spiccato, con focus su cluster food e Motor Valley. Sono stati presi 30 nuovi contatti e sono in lavorazione già un paio di preventivi. Utili a rafforzare il networking anche i due working lunch e la cena finale al termine dei lavori.

WORKSHOP ENIT BRUXELLES

Date: 20-21 Novembre 2023

Sede: Bruxelles, Belgio – Amsterdam, Olanda



Workshop organizzato da ENIT, con focus sul mercato Benelux. L'evento, comprensivo di incontri b2b e cena di networking, si è rivelato strategicamente molto utile, in quanto ha permesso di ottenere oltre 60 nuovi contatti con operatori del settore.

TRAVEL AGENT FORUM

Date: 13-15 Novembre 2023

Sede: Senigallia, Italia



Abbiamo partecipato al Travel Agent Forum, un workshop con buyer provenienti dagli Stati Uniti, ideato dagli stessi organizzatori di LE/MIAMI. Nei due giorni di evento b2b, abbiamo avuto un'agenda serratissima con 48 appuntamenti con buyer, quasi tutti Travel Advisor provenienti da diversi stati degli Stati Uniti.

Come attività collaterali rispetto al workshop, l'organizzazione aveva previsto un aperitivo domenica 12 novembre, una cena lunedì 13 e una serata di gala il 14 novembre: ottima occasione per entrare ancora di più in contatto con tutti i buyer.

IBTM WORLD

Date: 28-30 Novembre 2023

Sede: Barcellona, Spagna

Evento globale per l'industria dei meeting, incentive, conferenze e eventi (MICE), che attira partecipanti da tutto il mondo per tre giorni di incontri di alto livello.

Abbiamo partecipato con un nostro desk all'interno dello stand ENIT.

Il livello di buyer selezionato per questa fiera era particolarmente alto: presenti event manager di grandi aziende.

Siamo riusciti ad ottenere nuovi contatti con 30 operatori interessati all'offerta del TTBOMO



Exciting second day at #IBTMBarcelona! 🌍🇪🇸
Currently stationed at Desk 12, Enit stand D50. Stop by to connect and discuss the latest trends in Modena. Looking forward to meaningful conversations and networking opportunities! #IBTM2023
#BusinessEvents Modenatur #visitemiliaromagna #visitmodena #destinazioneBolognaModena #motorvalley

You and 32 others 3 reposts

Like Comment Repost

Comment as Modenatur...

WORKSHOP ENIT

Date: 30 Novembre 2023

Sede: Varsavia, Polonia

Abbiamo partecipato al workshop organizzato da ENIT a Varsavia per favorire relazioni con il mercato polacco. Abbiamo svolto incontri b2b con buyers polacchi sul tema luxury e incentive e partecipato ad una cena di networking. Abbiamo preso circa 40 contatti con operatori del settore.



Just wrapped up an incredible series of workshops on tourism organized by Enit in Brussels, Amsterdam, and Warsaw. It was an honor to represent and promote Modena's tourist offerings! Here's to forging new partnerships with local buyers and bringing more visitors to our land!
#Modenatur #Visitmodena #modenatur #inemiliaromagna #visitmodena #destinazioneBolognaModena #ENIT - Agenzia Nazionale del Turismo #

You and 18 others 4 reposts

Like Comment Repost Send

ILTM CANNES

Date: 4-7 Dicembre 2023

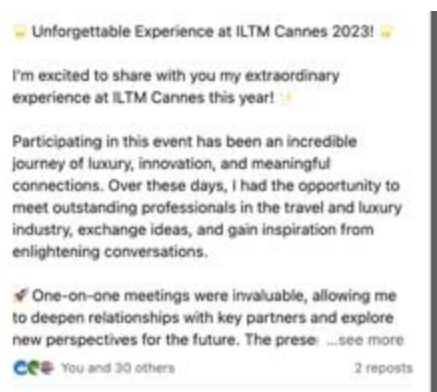
Sede: Cannes, Francia

Evento B2B leader per il mercato globale del viaggio di lusso, dove i principali professionisti del settore si incontrano, fanno rete e costruiscono relazioni commerciali.

Abbiamo partecipato con uno spazio personalizzato dedicato a Modena e al Territorio Turistico BO-MO con una agenda garantita di 30 appuntamenti di alto profilo.

Nel complesso, la fiera si è rivelata molto utile e ci ha consentito di ottenere oltre 50 nuovi contatti con operatori.

La scelta di partecipare con uno spazio autonomo è stata dettata principalmente dall'indisponibilità di spazi presso lo stand ENIT nel momento in cui abbiamo potuto fare la richiesta di accredito. Data la valenza strategica di questa fiera sul percorso che abbiamo intrapreso sul mercato internazionale americano e in generale mondiale di altro profilo, abbiamo ritenuto importante partecipare anche con stand autonomo.



Abbiamo inoltre partecipato alla BTO dove abbiamo potuto accrescere la nostra conoscenza sulle nuove tecnologie per il turismo e prendere contatto con potenziali futuri partner.

BTO - BUY TOURISM ONLINE

Date: 23 Novembre 2023

Sede: Firenze, Italia

BTO è una conferenza italiana dedicata all'innovazione nel turismo e all'online travel. Un luogo di incontro per professionisti del settore per discutere tendenze e strategie digitali. L'evento è stato molto interessante e utile per approfondire le nuove tendenze del turismo digitale, con particolare attenzione all'impatto dell'Intelligenza Artificiale in questo settore, specialmente in termini di comunicazione e promozione del prodotto turistico.

Il punto 2.3.7 corrisponde a "Fiere e Workshop" nel PPCT23

L'attività è stata pienamente realizzata. Scostamenti: leggero aumento di budget dovuto al fatto che avendo ricevuto l'incarico a maggio per poter completare la strategia del PPCT, mantenendo i mercati di riferimento e tipologie di prodotto identificate, abbiamo dovuto sostituire delle fiere ed in alcuni casi, in particolare alla fiera di Cannes, che era assolutamente strategica, abbiamo avuto una maggior spesa dovuta al fatto che gli spazi espositivi con ENIT erano terminati e abbiamo dovuto acquistare una postazione autonoma. Il maggior costo è stato compensato con la riduzione del budget del branding senza in alcun modo variare la strategia generale delineata nel PPCT23

2.3.8 Organizzazione e gestione di 8 FAM trip

Obiettivo: Far scoprire agli operatori turistici, incentive house, professional congress organizer l'offerta del Territorio Turistico Bologna-Modena allo scopo di farlo inserire nella programmazione dei potenziali buyer.

Per i tour operator e gli organizzatori di eventi, l'opportunità di "toccare con mano" il territorio rappresenta uno dei metodi più efficaci per promuovere l'offerta turistica e incentivare gli operatori del settore a proporre la destinazione ai propri clienti.

Questa azione è stata gestita da un team dedicato, composto da nostro personale che partecipa attivamente anche a fiere e workshop. Questi operatori sono altamente specializzati nelle dinamiche della commercializzazione turistica oltre che nella cura degli educational tour.

In conformità con il PPCT abbiamo selezionato gli operatori in base al loro target di riferimento prevedendone almeno 3 con caratteristiche di prodotto di area vasta TTBOMO

Nel corso del 2023, abbiamo realizzato 13 Fam trip (5 aggiuntivi rispetto al piano), tour ed esperienze di "familiarizzazione" con il territorio rivolte a tour operator / buyer interessati o potenzialmente interessati a programmare tour e soggiorni nel nostro territorio.

Alcuni Fam trip sono stati organizzati in abbinamento a workshop b2b realizzati in Emilia-Romagna (es. Cities), altri sono invece opportunità scaturite da contatti che abbiamo realizzato in occasione di fiere e workshop e che abbiamo invitato a venire a toccare con mano il prodotto.

I risultati in termini di apprezzamento dell'offerta e avvio di rapporti di collaborazione sono stati molto positivi. Riteniamo questa attività fondamentale per la costante e progressiva affermazione del territorio modenese e bolognese nel mercato turistico.

	Fam trip	Data	Pax	Mercato	Target prevalente
1	Cities Emilia-Romagna Workshop	13-14 giugno	14	Europa	Leisure
2	Travel With Flaire	19-20 giugno	1	South Africa - Mondo	Leisure
3	Quintessentially	22-24 giugno	4	Belgio	Luxury
4	Marcopolo Travel	27-28 giugno	1	EAU	Leisure
5	Xo Private Fam Trip	4-5 luglio	3	USA	Luxury
6	Amiche Italia	12-13 luglio	2	Italia	Leisure
7	Queen of Clubs	28-29 luglio	2	Francia, Svizzera e UK Usa	Luxury
8	Gruppo Enit San Paolo	15-18 settembre	10	Sud America	Leisure
9	Good Italy Workshop	1-2 ottobre	20	Europa	Leisure
10	Bespoke Ultra Luxury Travel	18-21 ottobre	1	Cina	Luxury
11	Enjoylive Travel	21-22 ottobre	1	USA	Leisure
12	Workshop Skipass	27-29 ottobre	26	Italia e Europa	Leisure sport
13	Bellavista Travel	8-10 novembre	3	USA	Leisure

Le attività nel dettaglio

FAM TRIP CITIES EMILIA ROMAGNA

Data: 13-14 giugno 2023

Luogo dell'evento: Modena

Ospiti: 14 buyer internazionali - International Rail Limited, Pinto Lopes Viagens, Tours to Boot, Inc, White Orchid Travel & Events, LLC, Emmedi Events, Turitalia, Your Run SIA, Italien Wein und Reisen, CTS Arctic AB, Dante Travel srl. Tim Travel, Experi, CK Erbia.

Descrizione: nell'ambito del Workshop Cities, dedicato al turismo culturale ed esperienziale in Emilia-Romagna, abbiamo ospitato 13 tour operator per un Fam trip di 2 giorni organizzato in collaborazione con la DMO Bolognese la scoperta del nostro Territorio Turistico, con un giorno e una notte su Modena e uno su Bologna.

Programma: l'educational ha coinvolto 14 buyer (provenienze: USA, Portogallo, Italia, Spagna, Lettonia, Germania, Svezia, Romania, Ungheria, Repubblica Ceca. La prima attività che ha coinvolto il gruppo è stata la visita guidata con degustazione presso l'acetaia Villa San Donnino, nel tardo pomeriggio invece è stata organizzata una breve visita del centro storico di Modena, accompagnati da una guida e la giornata si è poi conclusa con una cena presso un ristorante tipico, con la proposta di piatti della tradizione e vini del territorio. Il giorno successivo è iniziato con una visita guidata del Museo Enzo Ferrari, per poi proseguire nel territorio di Bologna.



FAM TRIP TRAVEL WITH FLAIR

Data: 19-20 giugno 2023

Luogo dell'evento: Modena

Ospite: Johanna Makgalemele, funder e CEO di *Travel With Flair*, e influencer (139.000 followers su [Instagram](#)).

Descrizione: abbiamo organizzato un press trip per una Luxury Travel Agent e influencer che abbiamo contattato durante la fiera ATM Dubai 2023. Le abbiamo proposto di visitare il nostro territorio per valutare collaborazioni con noi e nuovi fornitori. Trovandosi in Italia, le abbiamo proposto due giorni a Modena per visitare location e città.

Programma: visita allo showroom e alla fabbrica Maserati, e a seguire un'natica acetaia di produzione di Aceto Balsamico Tradizionale di Modena. Il giorno seguente, Makgalemele ha visitato il Museo Ferrari di Maranello, facendo una breve passeggiata all'interno per vedere gli spazi espositivi e conoscere le diverse soluzioni di visita. Al termine del tour, l'ospite ha pranzato presso un ristorante.



johanna.makgalemele • Segui già
HHP • Jabba (feat. Nkanyiso)

johanna.makgalemele 12 sett
Flew from Naples to Milan, then took a train to Modena.. the city of Ferrari and Maserati 🇮🇹🇸🇰🇮🇪 I visited the Ferrari Museum and the Maserati factory where I was privileged to see the production of the MC20 ✅👏🥰 I thought it would be a visit only guys would enjoy, but ladies - it is also worth your visit .. I was blown away.. 🍷👏👏 The gastronomy in Modena is insane as well 🥰👏
@modenatur @visitmodena #modenatur #visitmodena #beinspired #twf_luxury #silaphangoku #travelqueen
Vedi traduzione

memezaggp 5 sett



Piace a visitmodena e altri
29 GIUGNO

FAM TRIP QUINTESSENTIALLY

Data: 22-24 giugno 2023

Luogo dell'evento: Modena, San Cesario sul Panaro,

Ospite: Antoine Houssiere

Descrizione: abbiamo conosciuto Antoine Houssiere a LE/Miami 2022, e rivisto a Cannes in dicembre 2022. Quintessentially è un servizio di concierge che prenota luxury experiences per i suoi membri, e in questa occasione abbiamo organizzato un tour dei motori. Hanno accompagnato il viaggio anche 3 membri del club, tra cui un noto calciatore di AC Milan.

Programma: il Fam trip organizzato per Quintessentially è iniziato con l'accoglienza degli ospiti e una visita guidata del centro storico di Modena e pranzo presso il ristorante Erba del Re dello Chef stellato Luca Marchini. Il giorno seguente è stato dedicato al tema dei motori, con visita guidata al museo e fabbrica Pagani e all'Autodromo di Modena, dove hanno svolto un test drive su pista a bordo di vetture Ferrari e Lamborghini. Nel corso della giornata, è stato previsto anche un momento di incontro presso Casa Maria Luigia per conoscere la loro offerta essendo in linea con il target di questo operatore luxury.

FAM TRIP MARCOPOLO TRAVEL

Data: 27-28 giugno 2023

Luogo dell'evento: Modena, San Cesario sul Panaro, Sant'Agata Bolognese, Borgo Panigale

Ospite: Kunaal Nanick

Descrizione: abbiamo organizzato un Fam trip di due giorni per Kunaal Nanick di Marcopolo Travel. Si tratta di un tour operator conosciuto nel 2022 in occasione di ATM Dubai, e rivisto presso la stessa fiera nel 2023. In questo arco di tempo, ha già collaborato con noi per organizzare il viaggio di 3/4 gruppi, ed è voluto venire di persona a fine giugno per testare i servizi di visita dei principali luoghi della Motor Valley.

Programma: il Fam trip si è svolto in due giorni ed è stato incentrato sul tema motori: abbiamo riservato per l'ospite i Factory tour presso Maserati, Pagani, Ducati e Lamborghini, facendoci carico anche di trasferimenti e del pranzo del 28 giugno.

FAM TRIP XO PRIVATE

Data: 4-5 luglio 2023

Luogo dell'evento: Modena, San Cesario sul Panaro, Maranello

Ospite: Yvan Vermeesch

Descrizione: abbiamo organizzato per Yvan Vermeesch - il CEO e Founder di XO Private un fam trip di due giorni per fargli toccare con mano le esperienze di un tipico Motor Valley tour.

Programma: il Fam trip si è svolto in due giorni ed è stato focalizzato sul tema motori: il primo giorno è stato dedicato al tour del museo e fabbrica Pagani, e a seguire l'esperienza di test drive su pista a bordo di una Ferrari presso l'Autodromo di Modena. Il secondo giorno, invece, è iniziato con un Factory tour dello stabilimento Maserati, a seguire pranzo in un ristorante, per poi concludere con una visita guidata privata del Museo Ferrari.

FAM TRIP AMICHE ITALIA

Data: 12-13 luglio 2023

Luogo dell'evento: Modena, Castelvetro

Ospiti: Senior travel designer Annie Kudsen e Anna Cavallini

Descrizione: abbiamo organizzato le titolari del Tour Operator Amiche Italia due giornate di Fam trip alla scoperta della nostra destinazione, con un focus particolare su Motor Valley e Food.

Il contatto è pervenuto durante il workshop Velico, tenutosi ad inizio anno.

Programma: Il primo giorno è stato dedicato alla visita del Museo Enzo Ferrari di Modena e visita ad un agriturismo nelle colline modenesi, dove le ospiti hanno soggiornato. Il giorno successivo, le tour operator hanno svolto un tour dello showroom e fabbrica Maserati e a seguire una visita guidata di un caseificio con degustazione di Parmigiano Reggiano. Al termine delle attività, abbiamo previsto un walking lunch tipico emiliano presso il Mercato Storico Albinelli.

FAM TRIP QUEEN OF CLUBS

Data: 28-29 luglio 2023

Luogo: Modena, Maranello, San Cesario sul Panaro

Ospite: Filippo Torriani e 3 soci/collaboratori

Descrizione: Queen of Clubs, importante tour operator settore luxury ha organizzato un Fam trip per Filippo Torriani, CEO & Founder. Abbiamo incontrato Filippo in fiera a L.E/Miami. Abbiamo in seguito organizzato 2 giorni di Fam trip per Filippo e la socia in affari Jennifer, che si occupa dei contratti con i fornitori.

Programma: abbiamo organizzato un tour incentrato sul tema motori: il primo giorno abbiamo previsto una visita privata alla fabbrica Pagani, e a seguire test drive in pista presso l'Autodromo di Modena. Il secondo giorno, invece, abbiamo riservato per gli ospiti un tour guidato per visitare un caseificio di Parmigiano Reggiano. Nel pomeriggio, si sono spostati a Maranello dove hanno visitato il Museo Ferrari.



FAM TRIP GRUPPO ENIT SAN PAOLO

Data: 15-18 settembre 2023

Luogo: Modena, Maranello, Nonantola, San Cesario sul Panaro, Sorbara

Ospiti: 7 tour operator brasiliani, più 1 celebre influencer brasiliano e il suo videomaker. Di seguito, l'elenco completo dei partecipanti, con indicazione della rispettiva agenzia di riferimento:

1. Scarlett Bicudo de Lima - TERESA PEREZ TOURS
2. Washington Rodrigues Silva - GRUPO BRT
3. Gustavo Soares Starling - DIVERSA TURISMO
4. Monica Peixoto - KANGAROO
5. Clayton Oshiro - INCOMUM VIAGENS
6. Karina Tsuda - SELECTIONS (TTW Group)
7. Sheila Fontana - ITA AIRWAYS
8. Thelmo Saraiva Maia - VIDEOMAKER
9. Lucas Eleuterio Fernandes - INFLUENCER
10. Mirella Morici - ENIT SAN PAOLO (Tour Leader)

Descrizione: con la collaborazione di ENIT - Agenzia Nazionale del Turismo, abbiamo organizzato per un Fam trip per il mercato brasiliano in collaborazione con Imola Faenza Tourism Company e Motorsite per far vivere al gruppo un'autentica esperienza emiliana, immergendosi nella cultura, nell'enogastronomia e nella bellezza di questo splendido territorio: dalla scoperta dei siti storici alle degustazioni di prodotti locali, fino ai luoghi iconici della Motor Valley.

Programma: la parte modenese del tour è iniziata il 15 settembre, con prima tappa al museo e fabbrica Pagani. Il secondo giorno di Fam trip è iniziato con una visita ad un Salumificio a Maranello, con degustazione di Prosciutto di Modena ed altri prodotti tipici del territorio. A seguire, il gruppo ha visitato il Museo Ferrari di Maranello. A seguire tappa a Nonantola, dove gli ospiti hanno potuto visitare una cantina di produzione di Lambrusco e fare un light lunch con degustazione di vini con una collezione di memorabilia della Formula 1 anche legati a Senna (con loro grande emozione).

Il terzo giorno è stato dedicato alla visita di un caseificio, con visita guidata privata in portoghese alla produzione del Parmigiano Reggiano, e degustazione finale. Al termine del tour, hanno visitato il Museo Enzo Ferrari di Modena, per una visita guidata all'esposizione e pranzo presso il Bistrot interno. Hanno infine visitato lo showroom e fabbrica Maserati. La giornata si è conclusa con una visita ad un'Acetaia e a seguire cena.



Modenatur ha collaborato all'organizzazione e ha sostenuto le spese per la parte modenese relative a visite guidate, trasporto e pasti. L'hotel a Modena è stato supportato da Motorsite.



FAM TRIP GOOD ITALY

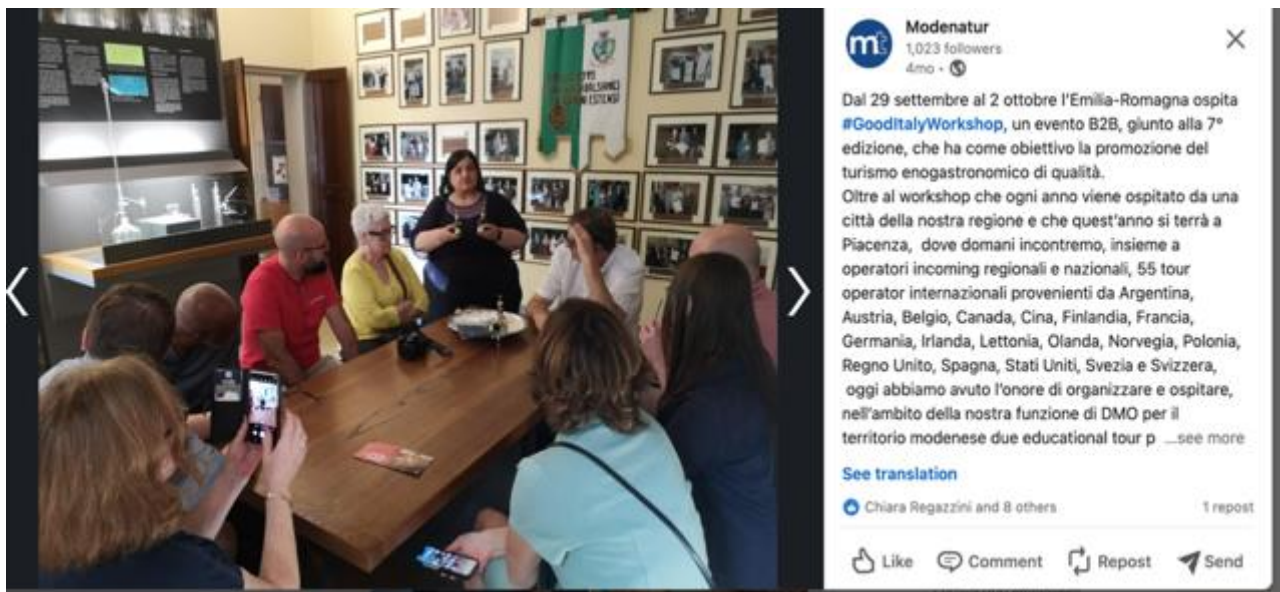
Data: 1° ottobre 2023

Luogo: Modena, Spilamberto

Ospiti: 18 tour operator internazionali - Brokertravel Exclusive, Dn Travel And Events, Travel Edge, Voyages Regence, Intermédés, Style In Travel & Cazebonne, Intrepid Travel, Duvine Cycling + Adventure Co., Italy4real.Com - Hagleitner Touristik, Gateways International, Ventura Travel, Enotria Travel, Carpe Diem, Merlot Reiser, Cortina Travel, Kuoni Tumlare, Bellavista Tours.

Descrizione: in occasione del workshop Good Italy – tenutosi a Piacenza il 2 ottobre 2023, abbiamo sviluppato due educational per la destinazione Bologna-Modena, al fine di mostrare i nostri territori dando particolare risalto all’aspetto enogastronomico.

Programma: Il primo gruppo ha visitato il centro storico di Modena e i suoi principali monumenti, ha partecipato ad una cooking class dedicata alla pasta fresca, concludendo la giornata al Museo del Balsamico a Spilamberto. Il secondo gruppo, invece, ha visitato un caseificio, un’acetaia e un prosciuttificio: in tutti e tre i casi, gli ospiti hanno avuto la possibilità di degustare questi tre prodotti che caratterizzano la nostra area.



FAM TRIP BESPOKE ULTRA LUXURY TRAVEL

Data: 18-21 ottobre 2023

Luogo: Modena, Maranello, San Cesario sul Panaro

Ospite: Blane Kieng

Descrizione: Blane Kieng è un VIP travel agent conosciuto ad ATM Dubai 2023. In quell'occasione, è stato presentato il prodotto Modena / Bologna e in particolare i servizi luxury legati ad enogastronomia e motori. Per lui, abbiamo organizzato un Fam Trip, in collaborazione con APT, in vista di proposta 2024 tour di lusso per viaggiatori cinesi alto spendenti.



Programma: Il primo giorno del Fam trip organizzato per Blane Kieng si è focalizzato sui luoghi della Motor Valley, prevedendo una visita guidata al Museo Enzo Ferrari di Modena, alla fabbrica e showroom Maserati, alla Pagani Automobili e al Museo Ferrari di Maranello, con test drive. Il secondo giorno, invece, è stato dedicato ad una visita guidata ad un caseificio di Parmigiano Reggiano e ad un'acetaia di produzione di Aceto Balsamico Tradizionale di Modena. Abbiamo inoltre organizzato un sopralluogo a Casa Maria Luigia struttura in target per la clientela di questo operatore. Modenatur ha sostenuto le spese dell'alloggio per il sig. Kieng, i trasporti durante il tour, un'attività di test drive.

FAM TRIP ENJOYLIVE TRAVEL

Data: 21-22 ottobre 2023

Luogo: Modena, Maranello

Ospite: Larissa Attili

Descrizione: Larissa Attili è referente di Enjoylive Travel, un tour operator italiano specializzato in viaggi a tema opera, cultura e sport. Ha già alcune proposte sul territorio modenese, ma limitate al calendario eventi teatrali. L'abbiamo conosciuta in occasione del workshop WTE a Torino e qualche settimana dopo l'operatrice ci ha ricontattati in quanto aveva interesse nell'ampliare la sua conoscenza del territorio per poter proporre ai suoi clienti attività e visite da affiancare alle serate d'opera in programma al Teatro Comunale Pavarotti-Freni. Abbiamo quindi organizzato per lei due giorni di Fam trip nel nostro territorio.

Programma: Il primo giorno abbiamo organizzato per la tour operator un Factory tour presso Pagani Automobili; a seguire pranzo e visita guidata in Acetaia. Nel pomeriggio, l'ospite ha visitato il Museo Enzo Ferrari di Modena. Il giorno successivo, ha visitato il Museo Ferrari di Maranello, comprensivo di "panoramic tour" della fabbrica, e ha concluso la giornata con una visita alla Casa Museo Luciano Pavarotti.

FAM TRIP BUYER SKIPASS

Data: 26-29 ottobre 2023

Luogo: Modena, Maranello, Vignola

Ospiti: 26 tour operator



Descrizione: Nell'ambito della fiera Skipass, abbiamo organizzato un fam trip per 26 tour operator, 11 internazionali e 15 italiani. Il 26 Ottobre, abbiamo organizzato presentazione presso la sala meeting dell'Hotel Rechigi a Modena, sull' offerta turistica del territorio, con particolare focus sul prodotto outdoor.

Al termine della presentazione, abbiamo organizzato una cena di benvenuto presso un ristorante tradizionale modenese e visita guidata dell'acetaia del ristorante.

Il giorno seguente, gli operatori hanno partecipato al workshop presso la fiera Skipass. Il giorno successivo al workshop, il 28 ottobre, abbiamo organizzato 2 fam trip per gli operatori, divisi per nazionalità, con visite guidate ed esperienze nel territorio.

Programma: il tour per i buyer italiani ha incluso la visita guidata al Museo Enzo Ferrari di Modena, visita guidata de centro storco con pranzo al Mercato Albinelli e visita alla Casa Museo Pavarotti. Il tour per il gruppo di buyer internazionali è iniziato con la visita al Castello di Vignola e al centro storico. Hanno poi provato il "gelato experience" presso Casa Toschi e a seguire visita ad una cantina di Lambrusco e pranzo presso un agriturismo locale. Nel pomeriggio, si sono spostati a Modena, dove hanno visitato il centro storico e il Museo Enzo Ferrari.



FAM TRIP BELLAVISTA TRAVEL

Data: 8-10 novembre 2023

Luogo: Modena, Maranello

Ospiti: Tamara Humphrey, Pascal Lee e Virginia Mackey

Descrizione: Abbiamo organizzato tre giorni di Fam trip per tre agenti di viaggio del Tour Operator Bellavista Travel (USA), con il quale in passato avevamo già collaborato. Abbiamo coperto economicamente visite e alloggi, mentre Bellavista si è preso carico dei trasferimenti.

Programma: Il tour organizzato per le tre tour operator ha previsto la visita guidata al museo Ferrari di Maranello, con a seguire pranzo presso un ristorante. Successivamente, abbiamo organizzato il trasferimento a Modena per Factory tour Maserati e poi visita ad un'acetaia, con degustazione di Aceto Balsamico Tradizionale di Modena. Le ospiti hanno poi cenato in un ristorante del centro insieme ad uno dei nostri operatori e pernottato in un hotel del centro.

L'attività 2.3.8 è corrispondente alla voce Fam Trip del PPCT2023

Scostamenti: sono stati realizzati 5 fam trip aggiuntivi rispetto alla base di 8 iniziative previste.

L'azione è stata pienamente realizzata con un lieve potenziamento del budget previsto, compensato da una minor spesa nel budget delle azioni branding. Come per i press trip anche per i fam trip abbiamo avuto una maggiore attività nel mercato internazionale rispetto a quello nazionale. Questo è stato dovuto al rinnovato interesse degli operatori turistici stranieri per la nostra regione. Si è trattato di occasioni importanti per saldare rapporti con importanti agenzie concretamente interessate a programmare viaggi su Modena. Abbiamo voluto cogliere ogni opportunità.

2.3.9 E-commerce e fruibilità turistica

Obiettivo: costruire una destinazione integrata con un'ampia varietà di offerta turistica facilmente accessibile

Nell'ambito di questa attività abbiamo operato per favorire la fruibilità turistica e per canalizzare sempre di più le proposte tramite e-commerce.

Alla base di questa azione abbiamo identificato la seguente linea strategica:

analisi risorse turistiche, trasformazione in offerta turistica, promo-commercializzazione, vendita, monitoraggio.

Le **risorse turistiche** rappresentano un potenziale prodotto turistico solo se vengono rese accessibili, collegate a un'esperienza e ad un prezzo, e se vengono adeguatamente posizionate sul mercato.

Le risorse che abbiamo identificato nell'analisi propedeutica alla costruzione delle offerte sono:

Risorse	descrizione	tema
Posizione geografica	Per la posizione strategica e gli ottimi collegamenti con le autostrade A1 - A22, l'Aeroporto ed il polo ferroviario di Bologna e l'AV Medio-padana a Reggio Emilia Modena e in generale tutta la Regione Emilia-Romagna possono essere individuati come sede ideale per viaggi ed eventi	Tutti
Unesco	Modena (Duomo, piazza grande, torre civica), città creativa dell'Unesco per le media arts, MAB Unesco, Bologna e i portici, città creativa della Musica. I riconoscimenti UNESCO conferiscono un marchio di qualità ben riconoscibile dai mercati turistici	Turismo culturale

	emergenti. Novità 2023 – riconoscimento Unesco Gessi Emilia-Romagna.	
Gioielli del Romanico	Il Duomo di Modena può rappresentare il richiamo principale rafforzato da Nonantola con l'abbazia di San Silvestro, Carpi e la pieve di Santa Maria in Castello e le altre pievi e chiese della pianura e dell'appennino modenese. Rievocazioni storiche, laboratori di scrittura medievale, cene a tema possono contribuire a creare un'offerta evocativa ed invitante per il mercato italiano e quello europeo.	Turismo culturale
Castelli	Anche sul tema Castelli e borghi il territorio modenese vanta notevoli risorse anche se purtroppo una parte è stata danneggiata dal terremoto. Per questo prodotto c'è ancora spazio per una valorizzazione e creazione di esperienze turistiche legate alla visita. In particolare, per quanto riguarda il territorio modenese, per costruire un prodotto maggiormente appetibile per uno dei principali target, le famiglie, sarebbe necessario potenziare l'animazione tematica e laboratori che possano rendere la visita "attiva" anche per i più giovani come già accade in altre località regionali. I castelli rappresentano inoltre una risorsa che concorre alla formazione di prodotti turistici rivolti al settore MICE potendo essere utilizzati come scenario per eventi, convegni e serate speciali.	
Ducato Estense	Il ducato estense ha sviluppato la propria storia in Emilia-Romagna tra Ferrara, Modena e Reggio Emilia. Palazzi, Castelli e residenze estensi sono risorse che possono essere aggregati in tour tematici sulle tracce dei duchi. Anche su questa tematica è importante trovare attività collaterali che possano arricchire le offerte. In questo senso troviamo sul territorio altre risorse minori che possono contribuire alla creazione del prodotto come gruppi musicale specializzati in musica estense, associazioni che organizzano eventi tematici, noleggi di costumi d'epoca.	Turismo culturale
Musica Opera Teatri	Grandi nomi (Luciano Pavarotti, Mirella Freni, Raina Kabaivanska, Vasco Rossi, i Modena City Rambles ecc.) e antichi teatri, in una rete di spettacoli, iniziative e manifestazioni di primaria importanza. Altre risorse che possono contribuire alla creazione di un prodotto turistico legato alla musica e all'opera sono la Fondazione Luciano Pavarotti, la casa museo di Pavarotti, Il Teatro Comunale Pavarotti – Freni, le importanti scuole o corsi di perfezionamento di canto lirico, l'istituto Vecchi-Tonelli, il tessuto corale associativo modenese	Turismo culturale
Architettura moderna	In tutta la regione Emilia-Romagna sono presenti capolavori di architettura moderna. In particolare, nel territorio modenese sono identificabili opere che sono diventate o potrebbero diventare landmark del territorio come: il Museo Enzo Ferrari, il Cimitero	Turismo culturale

	Aldo Rossi, Architettura del Novecento a Modena (itinerario già codificato), la Chiesa di Gesù Redentore, il Mabic Maranello, la Fabbrica Ferrari (Renzo Piano.), il futuro Polo Sant'Agostino	
Fotografia, arti visive, grafica.	Fondazione Modena Arti Visive, Gallerie d'arte moderna di Modena. Modena è città creativa Unesco per le Media Arts	Turismo culturale
Luoghi della memoria	Museo al deportato Politico e Razziale di Carpi, Ex campo Fossoli, museo di Montefiorino, Sinagoga di Modena, Cimitero e ghetto Ebraico Finale Emilia, Parco Monte Santa Giulia a Palagano e possibili collegamenti con Bologna Monte Sole.	Turismo scolastico e culturale
Luoghi del cinema e serie TV	Il territorio regionale ha offerto location per film e produzioni televisive importanti e può essere proposto sia come set che come insieme di siti per cineturismo inteso come visita a luoghi dove sono stati girati i film. Abbiamo registrato un notevole impatto sulla visibilità sulla stampa USA a seguito della presenza di Modena nella seconda stagione della serie Netflix Master of None e altri programmi Tv. Grandi aspettative per la prossima uscita del film su Enzo Ferrari di Michael Mann	
Antiquariato, antiche botteghe, artigianato artistico	I mercati d'antiquariato, caratterizzati da un calendario di programmazione definito e dalla qualità degli espositori e alcune fiere di settore possono attirare alcuni flussi turistici interessati al tema. Le antiche botteghe e l'artigianato artistico sono risorse che possono essere integrati in offerte turistiche complesse.	Turismo culturale
Location per eventi e congressi	Sono presenti numerose location per congressi ed eventi, diversificate per tipologia e capacità.	MICE
L'Università di Modena e Reggio Emilia	La presenza dell'Università di Modena e Reggio Emilia rappresenta una risorsa anche in chiave turistica; oltre al naturale movimento che genera nella quotidiana attività l'università può contribuire, come già ha fatto in numerose occasioni, a portare eventi e congressi nazionali ed internazionali sul territorio candidando la città ad ospitarli	MICE
Il tessuto produttivo / industrie d'eccellenza	La provincia di Modena ed in generale tutta la regione Emilia-Romagna sono sede di aziende di caratura internazionale che possono attirare flussi turistici e allo stesso tempo collaborare all'internazionalizzazione dell'immagine produttiva e turistica della zona legando il proprio nome alle eccellenze del territorio. Questo tessuto rappresenta un'importante risorsa anche dal punto di vista turistico motivando flussi di visitatori legati al business e al settore congressuale. il tessuto industriale, in particolare le aziende collegate alla produzione di ceramiche, possono inoltre diventare esse stesse parte dell'offerta turistica in un ambito di turismo industriale attivo, interessante su specifici target	Tutti

La cultura del cibo e le tradizioni	In Emilia-Romagna la cultura del cibo è sacra ed è da sempre legata ai valori dell'ospitalità, del mantenimento delle tradizioni e della specificità del territorio, una regione conosciuta per il "mangiar bene", per i ristoranti e le osterie e per i prodotti e piatti tipici conosciuti in tutto il mondo. Sono tante le risorse che possono essere tradotte in prodotti e offerte turistiche.	Turismo enogastronomico
I prodotti	Attualmente i prodotti che maggiormente attirano l'interesse dei visitatori e che vengono quindi declinati sotto vari aspetti all'interno delle nostre offerte e prodotti turistici sono l'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena dop, il Parmigiano Reggiano dop, i vini regionali, il Prosciutto di Modena dop, la ciliegia di Vignola.	Turismo enogastronomico
Le aziende agricole	La visita all'azienda agricola diventa una vera e propria risorsa turistica perché permette al visitatore di vivere una esperienza unica e irripetibile data la grande varietà e peculiarità delle aziende.	Turismo enogastronomico
L'agricoltura biologica	Sul territorio sono presenti diverse aziende agricole certificate biologiche, un tema sempre più apprezzato dal turismo slow legato alla scoperta dei prodotti e del territorio.	Turismo enogastronomico
Le scuole di cucina ed esperienze di cucina "hands on"	Sul territorio modenese e regionale sono presenti diverse scuole di cucina che possono fornire servizi ed esperienze per turisti. Ne citiamo alcuni: Scuola di cucina Bibendum, Amaltea, Modena Food lab. Alcuni ristoranti e agriturismo sono inoltre disponibili ad organizzare brevi esperienze "hands on" in cucina con lo chef abbinate a pranzo o cena. È inoltre possibile organizzare corsi anche in location inusuali come il Museo della Rosa antica di Serramazzoni.	Turismo enogastronomico
La ristorazione, i catering, lo street food	La ristorazione modenese e in generale quella regionale sono posizionate su un livello alto che mira alla qualità e alla valorizzazione dei prodotti locali. Negli ultimi anni sono nati anche diversi punti di degustazione, piccoli esercizi che propongono street food o light lunch di qualità adatti ad essere consumati anche fuori dagli orari standard dei pasti. Sul territorio sono presenti anche diversi catering di alto livello conosciuti anche a livello nazionale e internazionale che possono contribuire ad offerte turistiche nel settore meeting e congressi	Turismo enogastronomico MICE
Chef premiati	Notevole risorsa è inoltre la presenza di chef premiati come Massimo Bottura, Luca Marchini ed altri che possono veicolare e attirare l'interesse di potenziali turisti del gusto.	Turismo enogastronomico
Il paesaggio rurale	Scenari naturali diversi. Le dolci curve dell'appennino e la campagna di pianura. Immagini evocative che non hanno nulla da invidiare ad altre regioni che hanno fatto del paesaggio un vero prodotto turistico. In pianura il paesaggio della campagna padana rappresenta una risorsa importante, le strade accompagnano alla scoperta di aziende agricole non ancora sfruttate dal turismo industriale.	Turismo enogastronomico

Sagre – eventi enogastronomici	Pur non essendo spesso progettate in chiave turistica, sagre, eventi folcloristici ed enogastronomici possono essere considerate risorse utili ad arricchire le offerte	Turismo enogastronomico
Il saper fare/ il sogno “motor valley terra di motori”	L’Emilia-Romagna è riconosciuta come la terra dei Motori per eccellenza, dalla Ferrari alla Maserati, la Lamborghini, la Ducati, la Pagani, una cultura radicata sul territorio che si evidenzia anche nei numerosi musei e collezioni private di auto e moto. La trasformazione da risorsa a prodotto turistico è ancora in corso ma in netto miglioramento in termini di fruibilità negli ultimi anni.	Turismo motori MICE Sport
Musei e collezioni private legate al mondo d motori	La regione Emilia-Romagna offre numerosi luoghi ed eventi direttamente collegati al tema dei motori che si concentrano in particolare nelle zone di Modena e Bologna. Le numerose industrie meccaniche, circuiti, eventi motoristici, musei e collezioni private, scuole, carrozzerie, personaggi... sono risorse turistiche uniche al mondo! Museo Ferrari - Maranello (Mo); Museo Enzo Ferrari – Modena; Museo Umberto Panini – Modena; Museo Horacio Pagani Showroom Maserati Museo Stanguellini Raccolta D’auto D’epoca Collezione Privata Righini - Panzano (Mo); Il prodotto è particolarmente forte anche per le sinergie attivate con il territorio bolognese Museo Lamborghini - Sant’agata Bolognese (Bo); Museo Ducati – Bologna; Museo Ferruccio Lamborghini - Funo di Argelato (Bo) Autodromo Enzo e Dino Ferrari Imola (Bo)	Turismo motori
Fabbriche motori	Le risorse legate al mondo dei motori e il legame del territorio con grandi marchi come Ferrari, Maserati, Lamborghini, Pagani e Ducati sono fattori che se trasformati in prodotto turistico efficace possono permettere al territorio di essere una potenziale destinazione anche per mercati lontani ed emergenti che potrebbero individuare nella nostra zona una tappa del loro viaggio alla scoperta dell’Italia e dell’Europa attirati dai marchi evocativi di eccellenza come quelli sopracitati.	Turismo motori
Carrozzerie	Sul territorio modenese sono presenti diverse carrozzerie specializzate che possono essere meta di visita per appassionati dei motori e collezionisti di auto d’epoca	Turismo motori
L’autodromo di Modena	Gli autodromi sono una risorsa in chiave turistica sia per gli eventi che ospitano che per le attività di guida su pista che propongono. Autodromo Di Modena. Possibili sinergie con. Autodromo Enzo e Dino Ferrari - Imola (Bo);	Turismo motori

Eventi dedicati ai motori	Motor Valley fest, Motori e Sapori Castelfranco Emilia – Marzo; Concours D'élégance Trofeo Salvarola Terme Modena – Marzo; Millemiglia Italia – Maggio; Modena 100 Ore. Fiera Auto e Moto d'epoca a Bologna. Le mostre dei Musei Ferrari. Il GP di Formula 1 a Imola.	Turismo motori
Terme	Le terme sono una risorsa importante e ben collegabile al tema natura e benessere. Il territorio modenese in particolare vede la presenza delle Terme di Salvarola con le quali è possibile sviluppare un'attività fortemente legata alla caratterizzazione dei trattamenti benessere mediante l'utilizzo di prodotti tipici locali (Es. trattamenti all'aceto balsamico, alle ciliegie di Vignola, al Lambrusco). Interessante l'evento "notte celeste" che mette in rete tutti i centri termali regionali e che sta acquisendo un'immagine ben riconoscibile ed evocativa.	Wellness
Appennino	Nella zona dell'Appennino tra Modena e Bologna, oltre alla risorsa neve per il turismo invernale, stanno nascendo interessanti opportunità per la vacanza attiva. È necessario migliorare i servizi di accoglienza e puntare rinnovamento delle strutture ricettive.	Turismo Natura e sport Neve
I cammini	Grande risorsa per la costruzione di un'offerta turistica al momento molto apprezzata dal mercato sono i cammini religiosi e non che attraversano il territorio modenese come La Via Vandelli, la via Romea Nonantolana, la Via Romea Germanica Imperiale, la via Bibulca, il cammino di Santa Giulia e il Cammino dell'Unione.	Outdoor
Piste ciclabili e percorsi cicloturistici	Sono tante le risorse turistiche che possono interessare lo sviluppo del cicloturismo sul territorio provinciale e regionale. Alcuni progetti in corso di sviluppo sono particolarmente interessanti come Pedalare Camminare promosso dal Comune di Modena. Grande opportunità data dalla Ciclovía del Sole e dalla Ciclovía del Mito che sarà inaugurata in primavera 2024.	Sport
Cultura dello sport e impianti sportivi	Sul territorio provinciale sono presenti impianti versatili e molto utilizzati anche per competizioni internazionali (stadio, palazzetto dello sport, piste atletica, pattinaggio artistico) e sono attive diverse ASD che possono diventare una risorsa per attirare eventi sportivi sul territorio. La presenza di importanti squadre, come Modena Volley, potrebbe essere una risorsa dal punto di vista promozionale.	Sport
Campi da golf	Modena Golf & Country club di Montale, anche in abbinamento ai numerosi campi da golf regionali. Tra la pianura e le colline dell'Emilia Romagna, fra Bologna e Piacenza, in un raggio di 150 km, si trovano infatti 9 prestigiosi campi da golf di alta qualità tecnica.	Sport
Eventi come risorsa turistica	Gli eventi rappresentano una risorsa turistica trasversale agli altri prodotti turistici e possono essere considerati:	Tutti

	<p>Potenziale motivazione nella scelta del viaggio e della destinazione.</p> <p>Intrattenimento per chi si trova sul territorio anche per altre motivazioni.</p> <p>Un canale di promozione turistica efficace.</p> <p>Il territorio modenese e regionale ospita alcuni eventi appetibili e mirati che possono quindi diventare veicolo d'informazione e contatto con potenziali futuri visitatori. Il visitatore partecipante a un evento, se soddisfatto dell'esperienza e incuriosito rispetto a ciò che non ha potuto visitare, diventa un potenziale turista di ritorno e una forma di pubblicità spontanea e credibile al ritorno a casa attraverso il passaparola, il racconto dell'esperienza.</p>	
--	--	--

Abbiamo dato particolare importanza alla valorizzazione del mix di risorse turistiche primarie e secondarie, che sono state in parte trasformate e combinate per creare nuovi prodotti e offerte turistiche. Nell'analisi di queste risorse, abbiamo assegnato a ciascuna di esse o a gruppi di esse un cluster tematico principale, tenendo presente che non esistono confini netti, poiché la motivazione e l'esperienza di viaggio spesso derivano da una combinazione di prodotti appartenenti a diverse tematiche turistiche. I cluster di prodotto che, in linea con le strategie del PPCT 23, sono stati associati alle risorse e guidando la progettualità della strutturazione dell'offerta turistica sono stati

- Tutti: risorsa trasversale che interessa tutti i temi/motivazioni
- Turismo culturale e city break
- Turismo enogastronomico
- Turismo dei motori
- Turismo natura e appennino – outdoor
- Turismo wellness/termale
- Sport
- MICE – congressi, eventi, incentive

Come sottolineato nel Piano di Promozione e Comunicazione Turistica (PPCT), per poter essere efficacemente introdotti sul mercato, sia direttamente che attraverso intermediari, i prodotti turistici devono soddisfare le esigenze del mercato stesso, considerando i seguenti aspetti:

- Focalizzare l'attenzione sui clienti: Il punto di partenza fondamentale è comprendere le esigenze e i desideri dei potenziali clienti. I prodotti turistici dovrebbero essere progettati per soddisfare le aspettative dei viaggiatori.
- Puntare sull'esperienzialità: I viaggiatori cercano esperienze autentiche e coinvolgenti. I prodotti turistici dovrebbero mirare a offrire esperienze uniche e memorabili che vanno oltre la semplice visita ai luoghi di interesse.
- Realizzare prodotti innovativi: L'innovazione è cruciale per rimanere competitivi nel settore turistico. La creazione di prodotti turistici innovativi può attrarre nuovi clienti e fidelizzare quelli esistenti.

- Programmare tour garantiti, senza minimi di partecipanti: Per rendere i prodotti turistici più accessibili, è importante offrire tour con partenze garantite, anche quando il numero di partecipanti è limitato. Questo aumenta la convenienza per i viaggiatori.
- Rendere l'esperienza-utente semplice e intuitiva: L'interazione con il prodotto turistico, dalla prenotazione all'esperienza effettiva, dovrebbe essere facile da comprendere e navigare. Un'esperienza senza intoppi aumenta la soddisfazione del cliente.
- Coinvolgere testimonial locali che lavorano all'interno dell'esperienza offerta: L'apporto di guide locali o esperti può arricchire l'esperienza dei viaggiatori, fornendo conoscenze autentiche e una prospettiva locale.
- Offrire tour in lingua: La disponibilità di tour in diverse lingue può aumentare l'accessibilità e l'attrattiva per una clientela internazionale.

Grazie al sistema di prenotazione adottato (trekksoft) e l'interfacciamento dello stesso con i siti visitmodena.it, emiliaromagnaturismo.it, emiliaromagnawelcome.it e altri siti regionali (giornataverde.it, camminiemiliaromagna.it..) le esperienze relative al territorio modenese sono state distribuite e commercializzate simultaneamente su diversi canali online b2c. Il sistema è lo stesso adottato dalla DMO bolognese e da tutte le principali DMC regionali che gestiscono IAT-R. Questo consente di rendere visibile il database di esperienze modenesi a diversi altri soggetti regionali.

Nella progettazione delle offerte e nella comunicazione promozionale, abbiamo concentrato i nostri sforzi per suscitare interesse nella destinazione turistica e per rafforzare l'immagine turistica. Ciò è stato ottenuto attraverso l'utilizzo di risorse chiave come l'Unesco, il Parmigiano Reggiano, e l'Aceto Balsamico Tradizionale, insieme a figure di spicco come Pavarotti e marchi automobilistici prestigiosi come Ferrari, Maserati, Pagani ed Enzo Ferrari. Questi marchi di fama internazionale rappresentano risorse di grande valore da sfruttare sia in termini di prodotto turistico che di promozione.

ATTIVITÀ PROMOCOMMERCIALIZZATE SU E-COMMERCE LE ESPERIENZE PROPOSTE SU VARI CANALI DI VENDITA
PAGANI FACTORY AND MUSEUM TOUR
GUIDED TOUR TO MODENA DUCAL PALACE
MASERATI FACTORY TOUR
MODENA CITY TOUR
GUIDED TOUR TO MUSA - MUSEO DELLA SALUMERIA (CHARCUTERIE MUSEUM)
MASERATI FACTORY TOUR DEDICATED TO MASERATI CUSTOMERS
STANGUELLINI MUSEUM IN MODENA
LUCIANO PAVAROTTI HOUSE MUSEUM TICKET - MODENA
SCOPRI L'EX ALBERGO DIURNO DI MODENA
IL PALAZZO DEL PRINCIPE FORESTO E LA PREFETTURA DI MODENA
MASERATI SHOWROOM TOURS - SPECIAL OPENING DAY SETP 16-17
MASERATI FACTORY TOUR FOR EMPLOYEES
AUTORI IN VIGNA

IL PALAZZO DUCALE DI MODENA E LA TORRE GHIRLANDINA - SPECIALE PRIMAVERA FUORI DAL COMUNE
VISITA GUIDATA DEL PALAZZO DUCALE DI MODENA E DELLA GALLERIA ESTENSE - SPECIALE AUTUNNO FUORI DAL COMUNE
VISITA GUIDATA DEL MUSEO DELL'ACETO BALSAMICO TRADIZIONALE DI MODENA A SPILAMBERTO - OFFERTA SPECIALE PRIMAVERA FUORI DAL COMUNE
25TH ANNIVERSARY EXPERIENCE: UNCOVER THE TECHNICAL DEVELOPMENT BEHIND PAGANI'S PRODUCTION ATELIER
HANDS ON AT JDENTALCARE TRAINING CENTER
VISITA GUIDATA DEL PALAZZO DUCALE E DEL CENTRO STORICO DI SASSUOLO - SPECIALE AUTUNNO FUORI DAL COMUNE
ALL'OMBRA DELLE PIETRE
GUIDED TOUR TO TEATRO COMUNALE LUCIANO PAVAROTTI
APERITIVO IN TORRE
PERCORSO GUIDATO ALLA SCOPERTA DEL RINNOVATO ALLESTIMENTO DEI MUSEI DEL DUOMO E DELLE INSTALLAZIONI SONORE ALLESTITE PER L'OCCASIONE
ALLA SCOPERTA DEL MITO FERRARI TRA MODENA E MARANELLO
GLI INTERNI DEL DUOMO
ALLA SCOPERTA DEL MITO FERRARI TRA MODENA E MARANELLO - SPECIALE AUTUNNO FUORI DAL COMUNE
VISITA GUIDATA AL MUSEO DEL BALSAMICO DI SPILAMBERTO "MAESTRO ASSAGGIATORE PER UN GIORNO"; - SPECIALE AUTUNNO FUORI DAL COMUNE
MASERATI FACTORY TOUR SPECIALE 16 E 17 SETTEMBRE
COUPON PER RICEVERE IL PASSAPORTO DELL'APPENNINO MODENESE IN OMAGGIO
PIAZZA MAZZINI, GHETTO E SINAGOGA
FORMIGINE AND ITS HISTORY - GUIDED TOUR
VISITA GUIDATA DEL CENTRO STORICO DI CARPI E DEL PALAZZO DEI PIO - SPECIALE AUTUNNO FUORI DAL COMUNE
VISITA GUIDATA DELLA SPEZIERIA MONASTICA E DELL'ACETAIA DEL MONASTERO DI SAN PIETRO
VISITA GUIDATA AL CIMITERO MONUMENTALE DI SAN CATALDO
VISITA GUIDATA DEL MUSEO DELL'ACETO BALSAMICO TRADIZIONALE DI MODENA A SPILAMBERTO
VISITA GUIDATA ALLA TORRE GHIRLANDINA E AI MUSEI DEL DUOMO DI MODENA - SPECIALE AUTUNNO FUORI DAL COMUNE
LIVE SURGERY AT JDENTALCARE TRAINING CENTER
GLI ESTE TRA ARTE E STORIA, TRA FERRARA E MODENA
VISITA GUIDATA AL MUSEO DUCATI - SPECIALE AUTUNNO FUORI DAL COMUNE
VISITA GUIDATA ALLA CASA MUSEO LUCIANO PAVAROTTI - MODENA - SPECIALE PRIMAVERA FUORI DAL COMUNE
MUSEO FERRARI MARANELLO - GUIDED TOUR - SPECIAL ITALIAN MOTOR WEEK
VISITA GUIDATA ALLA CHIESA DI ALVAR AALTO E LA ROCCHETTA MATTEI - SPECIALE AUTUNNO FUORI DAL COMUNE
ALLA SCOPERTA DELLA MISURA TRA ESPERIMENTI E ANTICHI STRUMENTI AL MUSEO DELLA BILANCIA DI CAMPOGALLIANO- SPECIALE AUTUNNO FUORI DAL COMUNE
MODENA CITY TOUR "LA MODENA DI FERRARI E MANN";

MODENA SLOW: MINIERE DI RAME DI MONTECRETO
24TH JUNE - 16.30 - LAMBORGHINI MUSEUM FOR JDSYMPIOSIUM
SATURDAY BY BUS BETWEEN BOLOGNA AND MODENA - TASTY WEEKEND SPECIAL
GUIDED TOUR OF SAN SILVESTRO CHEESE FACTORY - TASTY WEEKEND SPECIAL
ALLA SCOPERTA DEGLI ETRUSCHI TRA TERRECOTTE VOTIVE DA VEIO E LE LORO TESTIMONIANZE NEL MODENESE
CI VEDIAMO DA LUCIO - SPECIALE AUTUNNO FUORI DAL COMUNE
MODENA SLOW: L'ANELLO DEI LAGHI GLACIALI
LIVE SURGERY AT TOMMASO GRANDI DENTAL CLINIC - INTERNATIONAL GUESTS
MUSEO DELLA SALUMERIA (CHARCUTERIE MUSEUM)- TASTY WEEKEND SPECIAL
SCOPRI LA STORIA DEL MITO LAMBORGHINI - SPECIALE AUTUNNO FUORI DAL COMUNE
GUIDED TOUR WITH TASTING AT ACETAIA DEI BAGO - TASTY WEEKEND SPECIAL
CITTÀ DEI VIVI, CITTÀ DEI MORTI. VISITA GUIDATA STORIE CITTADINE NEL CIMITERO DI SAN CATALDO
GLI AFFRESCHI RESTAURATI E LA MOSTRA "ANIMALI FANTASTICI. UNICORNI E ALTRE CREATURE...";
ALLE ORIGINI DEL WIRELESS DI CASA MARCONI - SPECIALE AUTUNNO FUORI DAL COMUNE
IL DUOMO E I SUOI TESORI: PERCORSO ESTERNO CON INGRESSO AI MUSEI DEL DUOMO
MODENA CITY TOUR KIDS
VISITA GUIDATA DEL MUSEO STANGUELLINI DI MODENA - SPECIALE AUTUNNO FUORI DAL COMUNE
PIEVE DI CENTO: IL PAESE DEL "VIVERE CORTESE" - SPECIALE AUTUNNO FUORI DAL COMUNE
DISCOVERING GELATO - SPECIALE AUTUNNO FUORI DAL COMUNE
MODENA SLOW: IL PONTE D'ERCOLE TRA STORIA E LEGGENDA
VISITA GUIDATA ALLO STUDIO-ARCHIVIO DELL'ARCHITETTO CESARE LEONARDI A MODENA
DEGUSTAZIONI IN TOUR ECCELLENZE MODENESI: ACETO BALSAMICO, PARMIGIANO REGGIANO, LAMBRUSCO DI MODENA
LABORATORIO DI CUCINA CON DEGUSTAZIONE DI TORTELLINI
LA GALLERIA OTTOCENTESCA DELLE TERME DI PORRETTA E IL PERCORSO DELLE ACQUE ALLE TERME - SPECIALE AUTUNNO FUORI DAL COMUNE
LABORATORIO DI CUCINA – IL SALAME DI CIOCCOLATO
LIVE SURGERY AT TOMMASO GRANDI DENTAL CLINIC
PIAZZA MATTEOTTI E CHIESA DEL VOTO
VISITA GUIDATA DEL MUSEO PANINI
GUIDED TOUR OF THE TRADITIONAL BALSAMIC VINEGAR MUSEUM IN SPILAMBERTO WITH GELATO TASTING - TASTY WEEKEND SPECIAL
IN CAMMINO SULLA VIA VANDELLI DA MODENA A MASSA 2023
LABORATORIO DI CUCINA CON DEGUSTAZIONE DI GNOCCO FRITTO
BOLOGNA MONTANA ART TRAIL - SPECIALE AUTUNNO FUORI DAL COMUNE
IL SANTUARIO DELLA MADONNA DEL MURAZZO - VISITA GUIDATA ALLA CHIESA E ALLA SAGRESTIA
VISITA GUIDATA DI CARPI - SPECIALE EMILIA FOOD FEST
DEGUSTAZIONI ECCELLENZE MODENESI: ACETO BALSAMICO, PARMIGIANO REGGIANO, LAMBRUSCO DI MODENA

DEGUSTAZIONI IN TOUR "I PRODOTTI TIPICI DELL'AUTUNNO"
FUORI DAL GHETTO
MODENA SLOW: PIEVEPELAGO: SULLA STRADA DEL DUCA
LABORATORIO DI CUCINA - IL MACCHERONE AL PETTINE DELLE VALLI MIRANDOLESI
LA STREGONERIA A MODENA
MODENA SLOW: FANANO, IL LAGO PRATIGNANO E LA GROTTA DELLE FATE
MODENA SLOW: SENTIERO DEI PORTATORI - MONTE CIMONE
CITTÀ DEI VIVI, CITTÀ DEI MORTI
LABORATORIO DI CUCINA – LA STRIA CARPIGIANA
MODENA SLOW: FANANO, DALLA CROCE ARCANA AL LAGO SCAFFAILOLO - NOTTURNA
ALLA FATTORIA ZIVIERI: UNA MATTINATA TRA ARTE E NATURA - SPECIALE AUTUNNO FUORI DAL COMUNE
LA GALLERIA DELLE STATUE E CORTILE CON L' ESEDRA NEOCLASSICA
MODENA SLOW ANELLO CON PARTENZA DALLA PODESTERIA DI GOMBOLA
MODENA SLOW: DAI SASSI AL SASSO SULLE ALI DEL FALCO PELLEGRINO - PARCO DEI SASSI DI ROCCAMALATINA
MODENA SLOW: FANANO: DALLA CROCE ARCANA AL LAGO SCAFFAILOLO
MODENA SLOW: SENTIERO DELLE CASCATE DI SANT'ANNAPELAGO
MODENA SLOW: TRA I BORGHI DI MONTESE LUNGO I SENTIERI DELLA LINEA GOTICA
VISITA DELL'ACETAIA COMUNALE DI CARPI
VISITA GUIDATA AL MUSEO DELLA GUERRA E AL PONTE ALIDOSI - SPECIALE AUTUNNO FUORI DAL COMUNE
ALLA SCOPERTA DEL PARCO UNESCO DELLA VENA DEL GESSO - SPECIALE AUTUNNO FUORI DAL COMUNE
COOKING CLASS AT MODENA FOOD LAB
MODENA SLOW: ANELLO DA SESTOLA ALL' ORATORIO DI SAN BIAGIO
APERITIVO CON DEGUSTAZIONE DI VINI - SPECIALE WEEKEND DEL GUSTO
BECOME A BALSAMIC VINEGAR MASTER TASTER FOR A DAY!
COCKTAIL EXPERIENCE, MIXOLOGY COURSE AT CASA TOSCHI- TASTY WEEKEND SPECIAL
CORSO DI CUCINA NEL PIÙ ANTICO VILLAGGIO ARTIGIANO D'ITALIA
GUIDED VISITS TO ENZO AND DINO FERRARI RACETRACK
L'ARTE DEL CANTINIERE DEI PROSCIUTTI CRUDI – TECNICHE E SEGRETI DI UN ANTICO MESTIERE
MASERATI FACTORY TOUR DEDICATED TO MASERATI CUSTOMERS - ITA
MODENA SLOW WE: LUNA PIENA A MONTE BELVEDERE
MODENA SLOW: L'ANELLO DEI SASSI: PERCORSO AD ANELLO NEL PARCO DEI SASSI DI ROCCAMALATINA
MODENA SLOW: LE MINIERE DI TOGGIANO E IL POGGIO BIANCO DRAGONE
VISIT TO THE TERRAQUILIA WINERY WITH LAMBRUSCO TASTING - TASTY WEEKEND SPECIAL
VISITA GUIDATA AL MUSEO DELLA CIVILTÀ CONTADINA - SPECIALE AUTUNNO FUORI DAL COMUNE
VISITA GUIDATA DEL CASEIFICIO SAN GIORGIO - PARMIGIANO REGGIANO
WE NEVER MAKE THE SAME IMPRESSION" CREATE A CUSTOMIZED T-SHIRT USING STAMPS.
CAPODANNO A MODENA

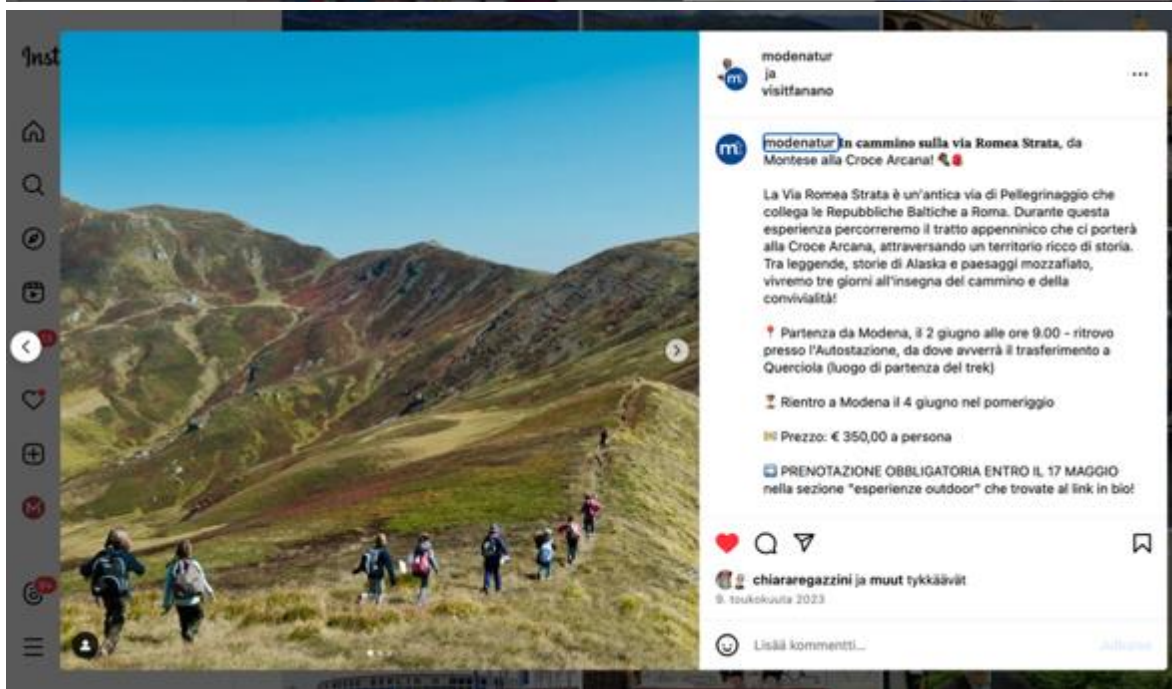
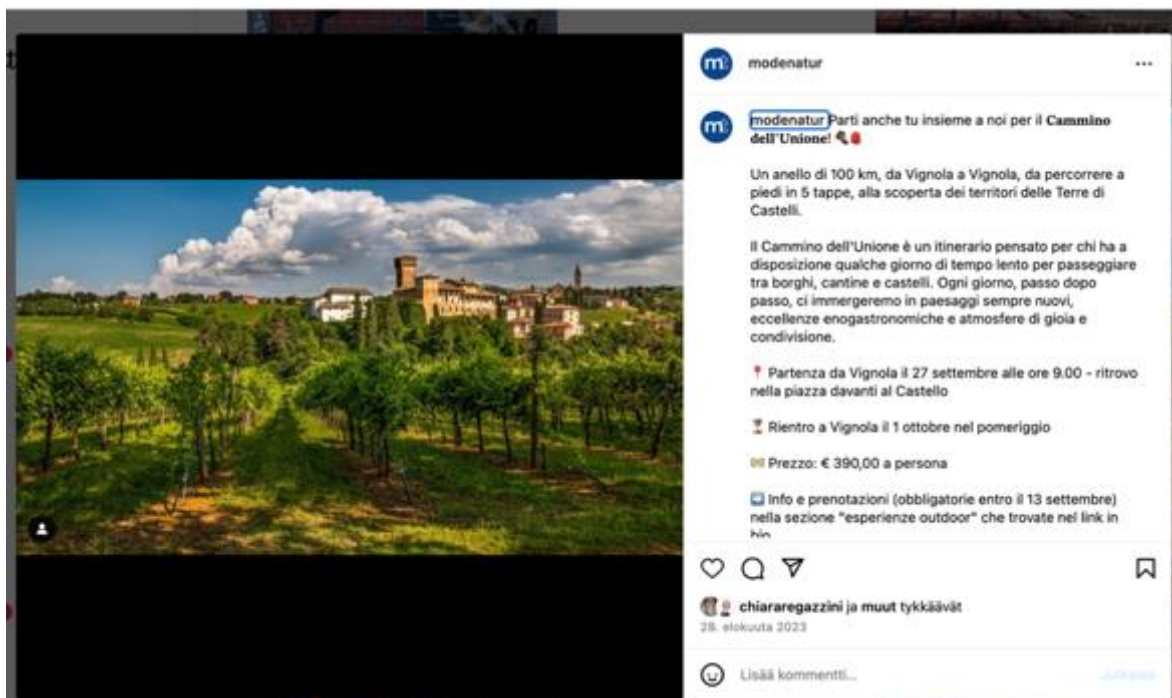
FIUMALBO: L'ANELLO DEI FAGGI SECOLARI E LE CAPANNE CELTICHE
LIVE SURGERY AT JDENTALCARE TRAINING CENTER - INTERNATIONAL GUESTS
MODENA SLOW: FANANO, DALLA CROCE ARCANA AL LAGO SCAFFAILOLO
MODENA SLOW: MARANO SUL PANARO - DUE PASSI TRA NATURA E STORIA
MODENA SLOW: RIOLUNATO E LA CASCATA DEL RIO MONIO
BOLOGNA WELCOME CARD EASY
BUDRIO: LA CITTÀ DEI MUSEI E DI ANTICHI GIOIELLI D'ARTE - SPECIALE AUTUNNO FUORI DAL COMUNE
CASA TOSCHI GELATO EXPERIENCE
CHIARLI VISITA E DEGUSTAZIONE DI LAMBRUSCO
CREATE YOUR TORTELLINO KEYCHAIN AT VACCHETTA GRASSA
HANDS ON AT JDENTALCARE TRAINING CENTER - ITA
MODENA SLOW: FAMIGLIE AL PARCO DEI SASSI DI ROCCAMALATINA
MODENA SLOW: FRASSINORO: BIBULCA A SAN PELLEGRINO IN ALPE
MODENA SLOW: IL PONTE DI OLINA NEL FRIGNANO: SULLA VIA ROMEA GERMANICA IMPERIALE
MODENA SLOW: PRIGNANO SULLA SECCHIA-SASSOMORELLO-MONCERRATO
MODENA SLOW: SERRAMAZZONI: CASCATE DEL BUCAMANTE
MODENA SLOW: SULLA VIA VANDELLI DALLA CAPANNE CELTICHE
MOTOR VALLEY GIFT CARD
VISITA DEL MUSEO FERRARI DI MARANELLO CON PIT STOP EXPERIENCE
MODENA SLOW: RIPERCORRENDO LA VIA VANDELLI
MUSEO ENZO FERRARI MODENA - GUIDED TOUR - SPECIALE ITALIAN MOTOR WEEK

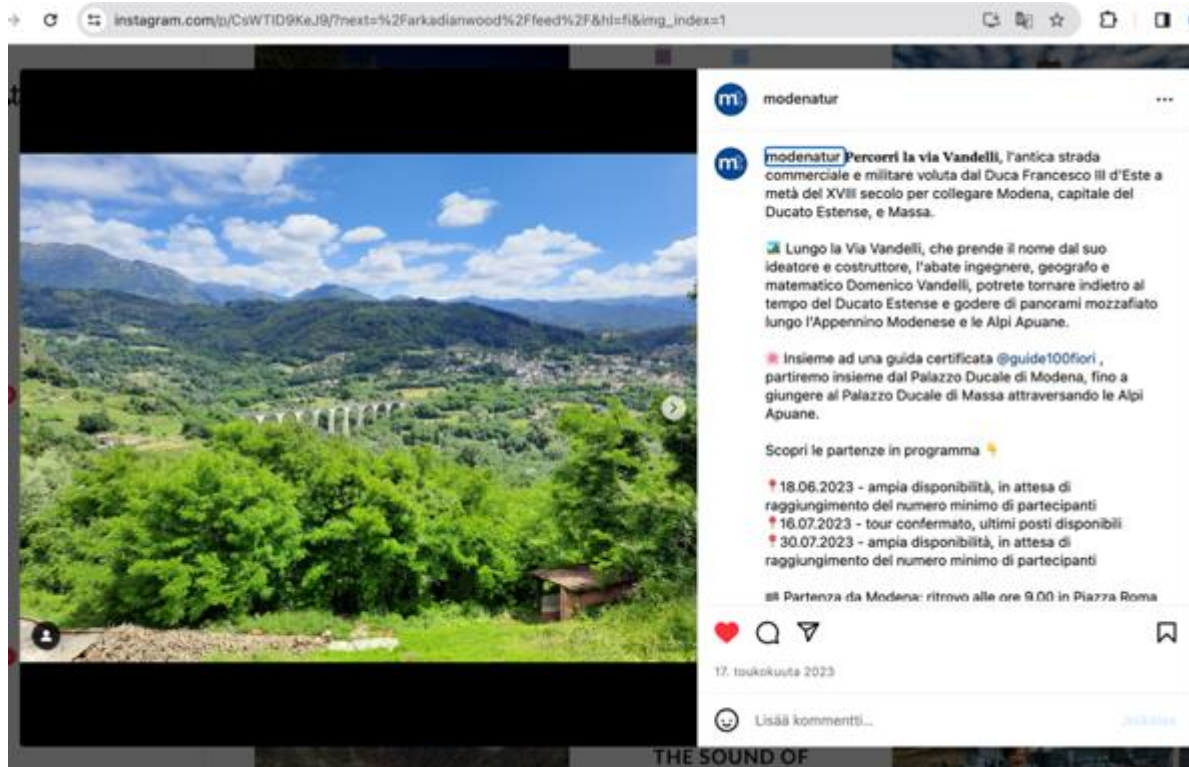
137 esperienze
23.126 persone prenotate

I CAMMINI

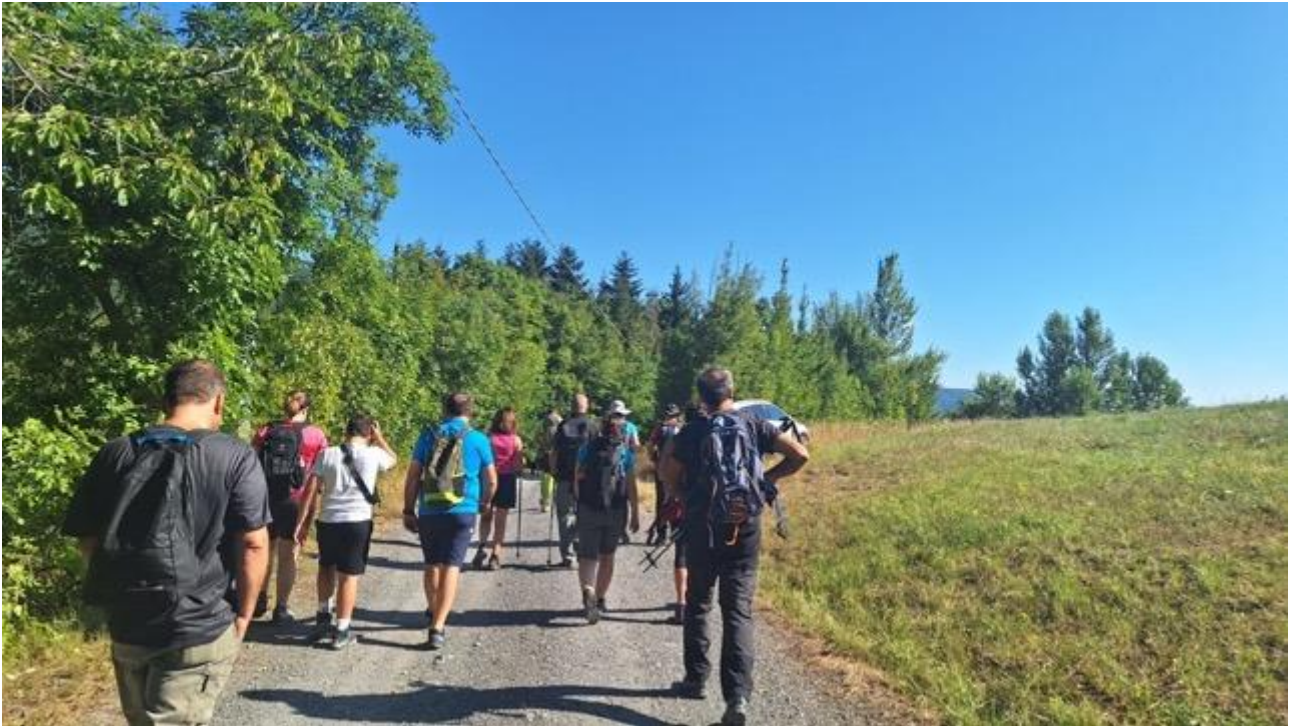
Particolarmente rilevante è stata l'attività che abbiamo svolto in questo ambito per la promozione dell'Appennino e del turismo outdoor. L'appennino ha grandi risorse che devono essere rese maggiormente fruibili e rese disponibili anche su web per ampliare il raggio di azione.

Abbiamo lavorato molto sul tema dei cammini strutturando offerte di tour di gruppo con guide GAE su Via Vandelli, Via Romea Nonantolana, Via Romea Germanica Imperiale, Cammino dell'Unione, Romea Strata. Abbiamo inoltre iniziato a studiare il Cammino di Santa Giulia e la Piccola Cassia. Non abbiamo avuto molti risultati in termini di prenotazioni. Gli unici tour di 7 giorni che siamo riusciti ad attivare sono stati quelli sulla Via Vandelli che è certamente al momento il Cammino di maggior richiamo turistico. Riteniamo comunque molto positiva questa esperienza che ci ha consentito di consolidare i rapporti con i soggetti e le associazioni gestori dei cammini e con gli operatori della ricettività, ristorazione e guide di quell'ambito. Sono state quindi messe le basi di un percorso che potrà essere sviluppato.





MODENA SLOW



Una delle attività sulle quali abbiamo investito molto nell'ambito del miglioramento della fruibilità del prodotto è stato il programma di escursioni "Modena slow" con l'obiettivo di promuovere esperienze turistiche autentiche e sostenibili che vanno ad arricchire l'offerta del territorio, invitando i visitatori a trascorrere il proprio tempo nelle località in quota con escursioni calendarizzate in modo da favorire la permanenza durante il weekend e non solo, da giugno a fine ottobre e poi ancora da dicembre a febbraio.

La peculiarità di questa raccolta di esperienze risiede anche nella sua distribuzione geografica: abbiamo programmato almeno una partenza da ogni comune dell'Appennino modenese permettendo ai visitatori di esplorare diverse aree, scoprendo la diversità di paesaggi e tradizioni che caratterizzano il territorio. Dalle Valli del Dolo e del Dragone al Parco del Frignano e al Monte Cimone, fino ai Sassi di Roccamalatina, ogni escursione offre una prospettiva unica sul territorio montano.

Le escursioni sono state condotte da esperte Guide Ambientali Escursionistiche

Il calendario completo dell'iniziativa è stato pubblicato su una landing page dedicata www.visitmodena.it/modenaslow

La quota di partecipazione è stata 20 euro a persona, ridotto 15 euro dai 12 ai 18 anni.

Per i gruppi di minimo 4 persone è stata applicata la tariffa ridotta di 15 euro a persona. Gratuito fino agli 11 anni.

La quota comprende l'accompagnamento e anche una copertura assicurativa per infortuni che non sarebbe stata obbligatoria ma che abbiamo preferito aggiungere in questa occasione.

Riepilogo delle principali caratteristiche

- Copertura stagionale estiva/autunnale da giugno a ottobre e invernale in dicembre.
- Programmazione di almeno una partenza per ogni comune dell'Appennino, sia per testare l'interesse delle varie zone che per coinvolgere attivamente gli operatori locali.
- Organizzazione di partenze da due località vicine durante i weekend, al fine di incentivare il pernottamento e prolungare il soggiorno dei visitatori.
- Coinvolgimento di diverse associazioni di Guide Escursionistiche Ambientali, promuovendo una strategia di rete e ampliando l'offerta di escursioni e attività.
- Garanzia di partenze anche con un solo partecipante iscritto, pur pagando il servizio della guida, al fine di rendere il prodotto più accessibile e non vincolare la fruizione delle attività a un numero minimo di partecipanti.

Queste caratteristiche sono state progettate per massimizzare l'attrattività dell'evento, garantendo una vasta gamma di opzioni e facilitando l'accesso alle attività per un numero più ampio di visitatori.

Risultati calendario estate-autunno

VISITA	DATA	Guida		numero partecipanti totali
L'ANELLO DEI FAGGI SECOLARI E LE CAPANNE CELTICHE	10/06/2023	100 FIORI	ANNULLATA	
L'ANELLO DEI LAGHI GLACIALI (BACCIO E SANTO)	11/06/2023	OLTRE I SENTIERI		4
ANELLO DA SESTOLA ALL'ORATORIO DI SAN BIAGIO	17/06/2023	APPENNINO HIKERS	ANNULLATA	
IL SENTIERO DEI PORTATORI	18/06/2023	APPENNINO HIKERS		5
L LAGO PRATIGNANO E LA GROTTA DELLE FATE	24/06/2023	VIA DEI MONTI - Sara		3
FANANO:DALLA CROCE ARCANA AL LAGO SCAFFAILO	25/06/2023	VIA DEI MONTI - Sara		3
SERRAMAZZONI	01/07/2023	GUIDE 100 FIORI		1
IL PONTE D'ERCOLE	02/07/2023	APPENNINO HIKERS		13
FRASSINORO BIBULCA	08/07/2023	APPENNINO HIKERS	ANNULLATA	
L'ANELLO DEI LAGHI GLACIALI (BACCIO E SANTO)	09/07/2023	APPENNINO HIKERS		6
FAMIGLIE ROCCAMALATINA	15/07/2023	GIANNI GENZALE	ANNULLATA	
DAI SASSI AL SASSO	16/07/2023	GIANNI GENZALE		7
SULLA STRADA DEL DUCA	22/07/2023	ESCURSIONI DEL FAGNO		2
L'ANELLO DEI FAGGI SECOLARI E LE CAPANNE CELTICHE	23/07/2023	100 FIORI		3
MINIERE DI MONTECRETO	29/07/2023	VIA DEI MONTI - Davide		17
LAGO PRATIGNANO	30/07/2023	VIA DEI MONTI - Sara		4
FAMIGLIE ROCCAMALATINA	05/08/2023	CHIARA CARIANI	RIMANDATA 2 - 27/10	
L'ANELLO DEI SASSI	06/08/2023	CHIARA CARIANI	RIMANDATA 1 - 28/10	

L'ANELLO DEI LAGHI GLACIALI (BACCIO E SANTO)	07/08/2023	STRAY DOGS	ANNULLATA	
DALLE PIANE AL MONTE CANTIERE	12/08/2023	KATIA LAUDICELLA	ANNULLATA	
RIOLUNATO E LA CASCATA DEL RIO MONIO	13/08/2023	100 FIORI		3
SULLA VIA VANDELLI	14/08/2023	100 FIORI		2
SULLA STRADA DEL DUCA	15/08/2023	ESCURSIONI DEL FAGNO		9
RIPERCORRENDO LA VIA VANDELLI	16/08/2023	STRAY DOGS		1
VIA ROMEA NONANTOLANA E LAGO SCAFFAILOLO	19/08/2023	GUIDE 100 FIORI		2
IL SENTIERO DEI PORTATORI	20/08/2023	APPENNINO HIKERS		4
ANELLO DI SAN BIAGIO	21/08/2023	APPENNINO HIKERS		2
SENTIERO DELLE CASCATE DI SANT'ANNAPELAGO	22/08/2023	STRAY DOGS		7
L'ANELLO DEI LAGHI GLACIALI (BACCIO E SANTO)	23/08/2023	STRAY DOGS		2
ESCURSIONE NOTTURNA FANANO CROCE ARCANA LAGO SCAFFAILOLO	26/08/2023	INTRAMUNDI		7
FANANO, IL LAGO PRATIGNANO E LA GROTTA DELLE FATE	27/08/2023	INTRAMUNDI		1
SERRAMAZZONI: CASCATE DEL BUCAMANTE	02/09/2023	OLTRE I SENTIERI		1
ANELLO CON PARTENZA DALLA PODESTERIA DI GOMBOLA	03/09/2023	100 FIORI		7
IL PONTE D'ERCOLE TRA STORIA E LEGGENDA	10/09/2023	OLTRE I SENTIERI		8
FANANO: DALLA CROCE ARCANA AL LAGO SCAFFAILOLO NOTTURNA	16/09/2023	APPENNINO HIKERS	ANNULLATA	
FANANO: DALLA CROCE ARCANA AL LAGO SCAFFAILOLO	17/09/2023	APPENNINO HIKERS		4
FAMIGLIE ROCCAMALATINA	23/09/2023	CHIARA CARIANI	ANNULLATA	
MARANO SUL PANARO	24/09/2023	GIANNI GENZALE		3
L'ANELLO DEI LAGHI GLACIALI (BACCIO E SANTO)	30/09/2023	100 FIORI		11
MONTESE LINEA GOTICA	01/10/2023	ILARIA GALLINO		6
MINIERE DI MONTECRETO	07/10/2023	DAVIDE PAGLIAI - VIA DEI MONTI		11
ANELLO DA SESTOLA ALL'ORATORIO DI SAN BIAGIO	08/10/2023	APPENNINO HIKERS		3
FRASSINORO: BIBULCA A SAN PELLEGRINO IN ALPE	14/10/2023	Francesco, Via dei Monti		2
VIA BIBULCA, PARCO DELLE OFIOLITI, POGGIO MEDOLA, LAGO COMUNE DI MONTEFIORINO	15/10/2023	Katia laudicella	RIMANDATA 05/11	
PRIGNANO SULLA SECCHIA - SASSOMORELLO-MONCERRATO	21/10/2023	Katia laudicella		2

LE MINIERE DI TOGGIANO E IL POGGIO BIANCO DRAGONE	22/10/2023	Katia laudicella		3
FAMIGLIE ROCCAMALATINA	27/10/2023	CHIARA CARIANI		2
L'ANELLO DEI SASSI	28/10/2023	chiara CARIANI		4
VIA BIBULCA	05/11/23	katia laudicella	ANNULLATA	

Le fasi organizzative sono state

- Progettazione dell'iniziativa
- Incontri con le guide per presentare il progetto
- Definizione del calendario in collaborazione con le guide delle diverse associazioni
- Condivisione del calendario e definizione degli accordi tariffari
- Attivazione del contratto con l'assicurazione outdoordaily
- Preparazione del materiale di comunicazione
- Creazione della landing page
- Comunicato stampa e presentazione alla stampa
- Gestione delle prenotazioni, conferme guide, valutazioni di ogni singola escursione. Gestione cancellazioni in caso maltempo o mancanza iscritti
- Una nostra operatrice ha partecipato a numerose escursioni per verificare l'esperienza, fare foto, raccogliere feedback immediato dai partecipanti (link alla cartella con le foto https://drive.google.com/drive/folders/1t8fcgajSqxsX_QahHxIO3snEP-YfgXv7)
- Analisi dei risultati
- Call di confronto con tutte le guide post edizione estiva-autunnale
- Programmazione Modena slow winter con le guide

La versione invernale è stata programmata con una modalità diversa non avendo possibilità di attivare un'organizzazione così complessa al termine del nostro mandato annuale e avendo l'incognita della neve. In accordo con le guide, per portare avanti con continuità il nome del progetto, non abbiamo attivato noi tutte le visite come organizzatore primario come nella prima parte e le guide ci hanno concesso posti in opzione nei tour che loro avrebbero organizzato nell'ambito della loro attività stagionale invernale riducendo quindi per questa parte dell'anno l'investimento ma mantenendo il cappello Modena slow ed occupandoci noi della promozione. Questo è sicuramente stato possibile perché le guide hanno apprezzato l'iniziativa estiva-autunnale e hanno capito e condiviso i nostri obiettivi, oltre ad aver apprezzato che non abbiamo scaricato su di loro il rischio d'impresa della fase di avvio del progetto. Abbiamo inoltre aggiunto ad alcune escursioni elementi esperienziali come visita di musei, degustazione, serata per osservazione delle stelle, cene a tema in modo da arricchire e diversificare il programma,



La conferenza stampa

Risultati

Abbiamo registrato 178 prenotazioni con persone provenienti principalmente dai territori di Modena e Bologna e dalla Regione Emilia-Romagna. Alcuni anche da Lombardia e Toscana e una coppia dal Messico.

L'escursione con un numero maggiore di partecipanti rispetto alla media è stata quella alle miniere di Montecreto che ha attirato essendo abbastanza inedita.

Nelle nostre previsioni avevamo ipotizzato circa 250 adesioni alla prima edizione. Sicuramente la crisi idrogeologica che ha colpito la regione ha influito sulla prima parte di avvio del progetto avendo coinvolto anche il nostro Appennino e avendo generato difficoltà ed incertezza.

In ogni caso Modena Slow 1° edizione non era stata pensata come una attività in grado di autosostenersi in particolare considerando lo sforzo promozionale necessario a lanciare un nuovo progetto.

Questa attività è stata un investimento promo-commerciale per l'avvio di un progetto di maggiore fruibilità e canalizzazione online dell'offerta dell'Appennino e non è quindi stato progettato e gestito come una normale attività sul mercato.

Il risultato più importante e positivo è stato l'aver creato un gruppo collaborativo con le guide escursionistiche ambientali, componente fondamentale dell'offerta dell'Appennino, che ci hanno accompagnato nell'avvio del progetto dimostrandosi collaborative e fornendo preziosi feedback. Questo è un tassello fondamentale per la costruzione di offerte future.

Ottimi riscontri anche dai partecipanti che hanno gradito il sistema di prenotazione, la cura che abbiamo avuto, insieme alle guide, per la preparazione del tour con comunicazioni costanti e dettagliate su tutti gli aspetti tecnici, la qualità delle guide e l'accoglienza sul territorio.

Adesione all'e-commerce

Tutti gli operatori del territorio hanno avuto la possibilità di aderire al sistema di e-commerce. Per la pubblicazione interfacciata con Visitmodena.it è stata adottata dal Comune di Modena una scheda di adesione con indicazione dei cluster tematici in linea con le linee guida regionali e il PPCT e con i requisiti minimi di pubblicazione che sono stati determinati anche con attenzione all'armonizzazione, dove possibile, con quelli applicati nel territorio bolognese.

Modenatur si è anche fatta carico di aggregare servizi e costruire prodotti turistici aggregando piccole reti di fornitori di servizi turistici che non avrebbero avuto le caratteristiche e autorizzazioni per portare pacchetti turistici sul mercato.

Durante tutto l'anno sono state realizzate diverse visite inspection in luoghi interessati ad entrare nel circuito turistico e ad offrire Experiences.

Il punto 2.3.9 corrisponde a "E-commerce e fruibilità turistica" nel PPTC23

Le azioni sono state realizzate senza scostamenti dal budget previsto.

2.3.10 Direct marketing sport e outdoor

Obiettivo: raggiungere il target legato alla linea di prodotto Sport con una promozione che passa attraverso la Grande Distribuzione e le associazioni

Collaborazione con GDS e direct marketing su associazioni sportive per camp estivi



Attività GDS è stata realizzata in novembre e dicembre, dopo la fiera Skipass, in collaborazione con il Consorzio degli Impianti del Cimone e operatori privati del territorio. Distribuzione di coupon per stagione invernale presso negozi della Grande distribuzione. 22 in Toscana e 30 in Emilia-Romagna. (Decathlon, Cisaifa e Nencini Sport)
La DMO ha supportato l'attività nella fase di pianificazione strategica.



Per la promozione dei Camp estivi abbiamo attivato diverse attività

- partecipazione a workshop b2b organizzato da APT a Firenze dedicato a CRAL e associazioni sportive, il 5 ottobre
- abbiamo partecipato al workshop b2b organizzato in occasione di Skipass il 27 ottobre
- costruzione e attività di direct marketing su associazioni sportive con invio di mail di presentazione delle offerte del territorio e successivo contatto telefonico da parte di un nostro operatore specializzato in questo tipo di attività.

Il punto 2.3.10 corrisponde a "Direct marketing sport e outdoor" nel PPTC23

Le azioni sono state realizzate senza scostamenti dal budget previsto.

2.3.11 Promozione eventi del territorio

Obiettivo: promuovere iniziative ed eventi del territorio presso i target di riferimento

Quest'attività è stata di fondamentale importanza per valorizzare al meglio ogni opportunità per il territorio rispetto alle potenzialità di attrattività e di animazione legate agli eventi e per avviare un percorso di coordinamento sulla pianificazione. La promozione degli eventi del territorio rappresenta infatti un pilastro fondamentale per la valorizzazione delle potenzialità locali.

Attraverso un'efficace strategia di promozione e coordinamento, è possibile ottimizzare l'attrattività e l'animazione legate agli eventi, contribuendo significativamente allo sviluppo turistico ed economico del territorio.

L'attività promozionale di un evento è strettamente legata alla capacità dei soggetti promotori di "impostare" l'evento in modo che abbia caratteristiche adatte al turismo e servizi adeguati.

In questo senso l'attività promozionale che la DMO ha fornito è partita ben prima dell'attività promozionale in senso stretto che è l'ultimo tassello di un processo di "preparazione alla promozione" che parte dal scegliere le date giuste, predisporre una candidatura in caso di eventi che la prevedono, strutturarsi con un servizio di segreteria organizzativa e booking center e così via.

Abbiamo quindi consolidato relazioni con i principali organizzatori di eventi (pubblici e privati) offrendo il sostegno della DMO in termini di assistenza per le candidature di eventi da portare sul territorio, disponibilità a curare la segreteria organizzativa quando l'organizzatore ne ha necessità, supporto per la raccolta di informazioni sulla ricettività ed eventuale servizio di coordinamento booking center, supporto per la promozione e commercializzazione dell'evento.

Abbiamo instaurato relazioni solide con i principali organizzatori di eventi nella regione, tra cui Comuni, Modenafiere, Unimore, Bper Forum Monzani, Palatipico, SGP, il sistema associativo e diverse associazioni di categoria. Queste collaborazioni sono fondamentali per consolidare e ampliare la nostra rete, facilitando un coordinamento efficace e un approccio sinergico alla pianificazione degli eventi.

La certezza di avere un supporto così ampio e qualificato stimola gli organizzatori a sviluppare un maggior numero di iniziative, migliorando la qualità e la varietà delle proposte. Questo non solo incrementa le candidature per nuovi eventi, ma rafforza anche la relazione tra l'esperienza turistica dei partecipanti e il territorio, generando un circolo virtuoso di crescita e valorizzazione.

Alcuni esempi di collaborazioni realizzate:

**Pagani Automobili 25° dalla fondazione
16-18 giugno
Modena**

Abbiamo promosso l'evento organizzato da Pagani a Modena in occasione delle celebrazioni dei 25 anni dalla fondazione con una campagna mirata verso appassionati di auto



**Finali Nazionali CSI di Pallavolo Open e Top Junior
Comuni Distretto Ceramico Modenese 12/16 luglio 2023**

Modenatur ha svolto ruolo di booking center, raccogliendo le prenotazioni e rispondendo alle esigenze logistiche delle squadre partecipanti. L'attività ha comportato l'attivazione di incontri preparatori, inspection nelle strutture alberghiere con i referenti, gestione delle prenotazioni, assistenza durante l'evento, follow up post evento.

Collaborazione con aeroporto di Pavullo

L'aeroclub ha organizzato due importanti eventi di rilevanza internazionale in agosto e settembre: FAI Sailplane Grand Prix dal 22 agosto al 2 settembre 2023 finale dell'undicesima serie del F, Campionato del Mondo di Volo a Vela.

22° FAI EAC+ Open Dal 3 al 17 settembre 2023 campionato Europeo di acrobazia aerea.

Modenatur in funzione di DMO ha dato supporto su vari livelli:

supporto nel coordinamento della ricettività alberghiera ed extra-alberghiera e gestione delle prenotazioni, coordinamento delle attività ristorative esterne all'aeroporto, organizzazione di attività di scoperta del territorio.



40° raduno della Federazione Italiana Circoli Enogastronomici

12-15 ottobre

Modena

Abbiamo collaborato alla presentazione della candidatura dell'evento all'associazione nazionale. Abbiamo costruito insieme all'associazione promotrice (AED ABTM) il pacchetto di partecipazione all'evento curando la promozione e supportando per gli aspetti logistici di accoglienza, fornendo all'associazione promotrice l'appoggio tecnico necessario per poter realizzare l'evento che ha coinvolto 150 persone da tutta Italia a Modena per 4 giorni.

FestivalFilosofia

15-17 settembre 2023

Modena, Carpi, Sassuolo

Abbiamo collaborato con gli organizzatori del festivalfilosofia per la realizzazione di proposte rivolte in particolare al turismo scolastico che in un evento di questa portata necessita di coordinamento per la verifica di disponibilità negli hotel e la definizione di soluzione personalizzate.

World Rockie Tour 15-17 settembre 2023

Modena

evento internazionale di skateboard che si è tenuto a Modena nell'ambito di un festival itinerante con tappe in tutto il mondo. Abbiamo fornito supporto per la promozione dell'evento e per la gestione dell'ospitalità e per supporto a un press tour.

<https://www.worldrookietour.com/>

Emilia Food Fest

22-23 settembre

Carpi

abbiamo collaborato con gli organizzatori dell'evento Emilia Food fest con la costruzione di offerte weekend a Carpi in occasione dell'evento e con l'attivazione di esperienze dedicate prenotabili online per arricchire l'offerta e incentivare il soggiorno

Candidatura Gran Premio Nuvolari – Modena e Mirandola

Abbiamo collaborato con il Comune di Modena per creare le condizioni per poter ospitare il trofeo Nuvolari a Modena nel 2024. In particolare, abbiamo effettuato in dicembre 2023 la ricerca, contrattualizzazione di opzioni per l'organizzatore per 450 camere in hotel 4 stelle, garantendo la fattibilità dell'ospitalità relativa all'evento (20 settembre). Questo ruolo della DMO di regia per l'ospitalità alberghiera è stato molto importante per poter sostenere l'organizzazione.

Abbiamo inoltre creato pacchetti turistici in collaborazione di alcuni eventi in Appennino come Ste Sroden in collaborazione con l'ufficio turistico di Fanano, Capodanno a Pavullo e altri.



Il punto 2.3.11 corrisponde a “Promozione eventi del territorio” nel PPTC23

Le azioni sono state realizzate senza scostamenti dal budget previsto.

CONSEGUIMENTO DEGLI OBIETTIVI DEL PROGRAMMA 2023

Tutte le azioni attuate da Modenatur sono state mirate a valorizzare i fattori di competitività del territorio. Nel secondo anno di attivazione della DMO è stato proseguito il percorso di analisi, progettazione e coordinamento dell'offerta avviato nel 2022 confrontando i dati e apportando eventuali correttivi.

ATTIVITÀ DI RIFERIMENTO NEL PPCT	OBIETTIVO
Sito web e social	fare conoscere (awareness e positioning) gli elementi caratterizzanti l'identità territoriale e facilitare l'esperienza d'acquisto e fruizione dei consumatori (purchase) – attività trasversale
Press trip	raggiungere il target di riferimento attraverso spazi di carattere redazionale e pubblicitario, favorendo la promozione dell'offerta del Territorio Turistico Bologna-Modena
Piano digitale	favorire la visibilità dei canali istituzionali e di promo-commercializzazione attraverso cui la narrazione territoriale giunge al consumatore finale e/o agli intermediari della domanda
Supporti di comunicazione	Veicolare l'offerta del Territorio Turistico Bologna-Modena, su supporti dedicati B2B e B2C
Branding	Armonizzare l'immagine coordinata della Provincia di Modena con quella ufficiale del Territorio Turistico Bologna-Modena.
Azioni promozionali attraverso le eccellenze	rafforzare il posizionamento dell'offerta turistica attraverso le eccellenze del Territorio Turistico Bologna-Modena
Fiere e Workshop	Creare un contatto diretto con il turista e con l'intermediario della domanda
Fam trip	Far scoprire agli operatori turistici, incentive house, professional congress organizer l'offerta del Territorio Turistico Bologna-Modena allo scopo di farlo inserire nella programmazione dei potenziali buyer
E-commerce e fruibilità del prodotto	costruire una destinazione integrata con un'ampia varietà di offerta turistica facilmente accessibile
Direct marketing sport e outdoor	raggiungere il target legato alla linea di prodotto Sport con una promozione che passa attraverso la Grande Distribuzione e le associazioni
Promozione eventi del territorio	Promuovere iniziative ed eventi del territorio presso i target di riferimento

Gli obiettivi del programma 2023 sono stati raggiunti.

Strategia applicata:

Analisi della domanda turistica. Monitoraggio mercati e target PPCT	Valutazione della domanda turistica per rilevare eventuali cambiamenti significativi rispetto all'anno precedente. Analisi trend di mercato
Offerta turistica	Analisi delle risorse turistiche del territorio in riferimento ai cluster tematici riconosciuti come strategici dal territorio turistico. Costruzione dell'offerta, coinvolgimento degli operatori del territorio.
Azioni di promo-commercializzazione	Attuazione delle azioni di promo-commercializzazione previste dal PPCT23
Potenziamento del processo di vendita	Analisi delle procedure di vendita online e offline, potenziamento e-commerce e distribuzione offerta nei canali B2B e B2C, sia tradizionali che innovativi.
Piano finanziario	Monitoraggio budget durante tutta l'attività
Verifica dei risultati -	Analisi risultati, monitoraggio

Il coinvolgimento del territorio per la costruzione e promozione dell'offerta in relazione agli obiettivi del ppct

Per la costruzione dell'offerta Modenatur ha collaborato e coinvolto operatori e fornitori di servizi turistici riferiti a tutte le componenti della filiera.

Modenatur è una società consortile attiva dal 1996, partecipata dalle associazioni di categoria Confcommercio, Confesercenti, Confartigianato, CNA). Per la sua stessa natura e per le scelte strategiche attuate in più di 25 anni di attività, Modenatur ha maturato una grande capacità di coinvolgimento dei fornitori dei servizi turistici del territorio con i quali vengono effettuati confronti derivanti da un rapporto continuativo e coordinato.

Sistema ricettivo: Modenatur ha mantenuto un approccio aperto alla collaborazione con tutto il sistema ricettivo locale, in particolare quello alberghiero senza esclusioni per B&B e agriturismo. Oltre l'attività tradizionale abbiamo dato il nostro supporto come coordinatori e consulenti nella definizione e creazione di offerte speciali, coordinate tra più hotel, in occasione di manifestazioni (Es. l'offerta speciale Festivalfilosofia), nel coordinamento di modalità di servizio dedicate per eventi tematici,, coordinamento ricettivo per Fiera di Modena per la quale siamo booking center ufficiale come da indicazione sul modenafiere.it. Abbiamo attivato un servizio di conciergerie remota per alcune strutture in forma sperimentale con l'obiettivo di connettere sempre di più le strutture in un sistema di upselling di esperienze e tour, sia per fornire un servizio ai clienti degli hotel e altre strutture che per incentivare l'eventuale allungamento del soggiorno motivando con un ricco panorama di esperienze possibili.

Sistema degli eventi: la DMO ha svolto azioni di assistenza/prenotazioni e accoglienza turistica per gli organizzatori dei principali eventi locali tra i quali: Consorzio Festival Filosofia, Modena Fiere, Forum Guido Monzani, SGP grandi Eventi, Università di Modena e Reggio Emilia, ERT Emilia Romagna Teatro, Teatro Comunale di Modena Luciano Pavarotti, Fondazione Pavarotti.

Sistema museale: i principali musei del territorio sono stati coinvolti tramite confronto costante anche sulle possibilità di promozione congiunta e proposte turistiche coordinate. Gestiamo le visite al Palazzo Ducale di Modena tramite convenzione con Comune di Modena.

Musei/luoghi dei motori: la DMO si è costantemente e attivamente rapportata con i principali luoghi legati al mondo dei motori. Modenatur è booking center ufficiale di Maserati e Pagani, tour operator ufficiale del Museo Umberto Panini, è anche soggetto "aderente" alla fondazione Museo Enzo Ferrari, collabora quotidianamente con Musei Ferrari, Lamborghini, Ducati, Museo Ferruccio Lamborghini. L'obiettivo il miglioramento della messa in rete coordinata delle esperienze legate a questo cluster che seguono dinamiche diverse dai classici prodotti turistici. Con Maserati e Pagani in particolare modenatur ha lavorato con grande intensità fornendo supporto anche nell'analisi dei dati e determinazione dei prezzi delle esperienze.

Aziende agricole, ristorazione e sistema agroalimentare: Modenatur collabora attivamente con Palatipico srl che riunisce sotto il marchio "Piacere Modena" i principali consorzi. Palatipico, ha recentemente lanciato un progetto di e-commerce sul sito www.piaceremodena.it attraverso il quale Modenatur commercializza pacchetti turistici. Abbiamo collaborato inoltre con Museo del Balsamico, Associazione La San Nicola, Consorzio Mercato Albinelli, aziende agricole (acetaie, caseifici, cantine, prosciuttifici). Modenatur è anche il booking center ufficiale del MUSA Museo della Salumeria che è stato collegato a treksoft tramite Modenatur con una integrazione anche sul sito ufficiale.

Sistema industriale e aziendale: Modenatur ha collaborato con diverse aziende del territorio per facilitare l'organizzazione di soggiorni e di attività bleisure. Le imprese del territorio possono essere testimonial dell'offerta turistica trasversalmente alla propria attività e per questo motivo si sono ricercate, dove possibile, sinergie promozionali.

Commercianti e Artigiani: oltre ad avere tra i propri soci le associazioni di categoria, Modenatur aderisce a ModenAmoremio e collabora con diversi artigiani locali sviluppando attività finalizzate alla valorizzazione dell'artigianato artistico e delle produzioni locali. Si tratta di uno degli ambiti sui quali la DMO continuerà energicamente la propria attività di stimolo e supporto nella creazione di esperienze adatte alle esigenze del mercato turistico.

Guide turistiche e accompagnatori: Modenatur ha collaborato con le associazioni guide locali, con guide freelance e con numerose associazioni di guide turistiche regionali. Sono state coinvolte nella creazione di un ricco calendario di visite guidate tematiche proposte in prenotazione online tramite l'e-commerce con ottimi risultati.

Trasporti: la DMO ha collaborato con numerose locali che forniscono noleggio bus e auto con o senza autista in tutta la regione, fornitori di test drive ed esperienze con supercar, noleggi di auto d'epoca. Ci siamo confrontati con loro per il miglioramento del servizio e l'allineamento con le richieste del mercato rispetto a questa tipologia, fondamentale, di servizio. A titolo di esempio abbiamo organizzato una sessione di formazione per driver NCC per i servizi rivolti alla clientela americana con presentazioni di aspetti culturali e necessità specifiche.

I risultati dell'attività promo-commerciale attuata nel 2023 sono stati positivi con un riscontro attivo anche in termini di prenotazioni ricevute nel corso dell'anno e in corso per il 2024.

Interazione con l'area della città metropolitana di Bologna

L'azione della DMO territoriale è inserita nell'assetto organizzativo del Territorio turistico Bologna-Modena, descritto nella Premessa del Programma PPCT. Specificare come è stato tenuto conto degli orientamenti e delle indicazioni adottate dalla Governance del Territorio turistico Bologna-Modena e il rapporto instaurato con i rispettivi organismi

Descrivere la collaborazione e le attività congiunte con la DMO dell'area di Bologna

Modenatur ha collaborato attivamente con tutti gli organi, referenti pubblici e privati che fanno parte della strategia di gestione del TBOMO e dell'attuazione del PPCT23

Il rapporto con la DMO Bolognese è stato costante e ricco di momenti di confronto durante tutto il periodo di attività.

Abbiamo partecipato agli incontri per l'attivazione dei prodotti congiunti Bologna Modena Progetto Unione Reno Lavino Samoggia e Unione Terre di Castelli, incontro per aggiornamento delle attività PPCT per i soggetti privati anche in riferimento ai vari tavoli tematici di prodotto.

Abbiamo partecipato ad alcuni incontri dell'Ufficio Unico riportando sulle attività in corso nel territorio modenese

Infine, Modenatur ha partecipato attivamente a tutti gli incontri volti alla preparazione del PPCT 2024, lavorando a stretto contatto con Bologna Welcome per definire strategie e azioni volte a promuovere il turismo nei territori di Modena e Bologna.

Dinamiche del comparto turistico nell'area di riferimento

Riportare l'evoluzione nel corso del periodo di attuazione del servizio con dati statistici ed elementi conoscitivi prodotti da fonti riconosciute e qualificate (CCIAA, Ricerche di settore, etc.)

I dati ufficiali attualmente disponibili sui flussi turistici in provincia di Modena restituiscono un quadro positivo per Modena con un +10,4 di arrivi e un +6,4 di presenze sul 2019. Anche Bologna ha recuperato e superato nelle presenze i dati 2019.

Modena risulta essere una delle province che ha avuto una delle maggiori crescite in termini di percentuale di incremento.

La performance di Modena e Bologna insieme evidenzia il peso del nostro territorio nell'ambito delle tre destinazioni.

TAVOLA 1.A - DOMANDA TURISTICA NEGLI ESERCIZI RICETTIVI PER DESTINAZIONE
(valori assoluti anno 2023 e variazione percentuale sul 2022 e sul 2019)
Territorio: Regione Emilia-Romagna
Periodo Gennaio-Dicembre Anno 2023

(Dati provvisori)

PROVINCIA	TURISTI									PERNOTTAMENTI								
	Italiani	VAR.% su 2022	VAR.% su 2019	Esteri	VAR.% su 2022	VAR.% su 2019	Totali	VAR.% su 2022	VAR.% su 2019	Italiani	VAR.% su 2022	VAR.% su 2019	Esteri	VAR.% su 2022	VAR.% su 2019	Totali	VAR.% su 2022	VAR.% su 2019
Piacenza	187.186	1,3	-3,4	89.610	13,6	15,3	276.796	5,0	2,0	435.760	0,7	10,9	167.475	7,8	19,0	603.235	2,6	13,1
Parma	428.707	-1,0	-9,4	239.407	15,9	-1,9	668.114	4,5	-6,8	981.239	-2,0	-16,1	470.951	16,2	1,0	1.452.190	3,2	-11,3
Reggio nell'Emilia	232.769	2,3	-17,8	92.243	20,6	-22,6	325.012	6,9	-19,2	538.269	-4,2	-10,7	213.748	17,4	-11,5	752.017	1,1	-11,0
Modena	544.978	9,7	8,7	251.585	23,1	14,5	796.563	13,6	10,4	1.244.578	3,3	3,4	526.880	17,4	14,1	1.771.458	7,1	6,4
Bologna	1.353.092	6,0	-1,9	1.054.585	25,0	2,5	2.407.677	13,5	-0,0	2.785.774	4,9	5,4	2.393.445	21,8	9,8	5.179.219	12,1	7,4
Ferrara	404.591	-1,5	0,3	169.078	12,2	-9,0	573.669	2,2	-2,6	1.740.599	-3,9	7,0	960.741	6,8	-2,0	2.701.340	-0,3	3,6
Ravenna	1.223.995	-1,6	-4,7	304.542	11,4	13,2	1.528.537	0,8	-1,6	4.935.768	-2,1	-7,0	1.440.256	8,1	13,6	6.376.024	-0,0	-3,1
Forlì-Cesena	973.722	-0,3	1,0	179.246	3,3	-0,5	1.152.968	0,3	0,7	4.505.766	-1,3	1,4	1.009.659	1,1	1,7	5.515.425	-0,8	1,5
Rimini	2.830.856	3,6	-5,4	815.440	19,1	2,1	3.646.296	6,7	-3,8	10.856.614	-2,2	-12,1	3.842.687	13,6	-1,0	14.699.301	1,5	-9,5
Totale Regione	8.179.896	2,5	-3,5	3.195.736	18,7	2,3	11.375.632	6,6	-1,9	28.024.367	-1,3	-5,8	11.025.842	12,9	3,9	39.050.209	2,4	-3,2

I dati non sono definitivi e consolidati

ARRIVI (NUMERO DI TURISTI) 2023

Fonte servizio Statistiche Regione Emilia-Romagna

Dati provvisori 2023

Destinazione	TURISTI		VAR.% su 2019	Esteri	VAR.% su 2022	VAR.% su 2019	Totali	VAR.% su 2022	VAR.% su 2019
	Italiani	VAR.% su 2022							
PROVINCIA DI MODENA	544.978	9,7	8,7	251.585	23,1	14,5	796.563	13,6	10,4
Modena	209.492	13,2	9	117.759	21,3	16,4	327.251	16	11,5
Formigine	38.302	9,4	-3,3	15.583	20,3	-6,3	53.885	12,3	-4,2
Maranello	32.095	4,5	-0,5	39.980	33,9	11,1	72.075	19	5,6
Carpi	28.288	8,1	8,7	10.981	21,1	-5,7	39.269	11,4	4,3
Sestola	25.208	4,1	5,4	964	4,1	-0,8	26.172	4,1	5,1
Sassuolo	24.941	52,8	28,6	10.175	46,6	-2,3	35.116	51	17,8
Campogalliano	22.339	3,9	29,3	9.266	0,7	17,7	31.605	2,9	25,7
Castelvetro di Modena	21.052	5,5	7,4	10.507	14,5	20,6	31.559	8,3	11,5
Fiumalbo	10.603	-8,2	-13,2	455	-10,4	-24,9	11.058	-8,3	-13,8
Soliera	9.702	-4,2	-11,8	1.656	-7,2	2,3	11.358	-4,7	-10
Pievepelago	9.680	5	31,5	307	-38	-19,2	9.987	2,8	29
Fiorano Modenese	9.019	-3,5	81,9	10.581	24,2	250,1	19.600	9,7	145,6
Bomporto	8.603	2	39,3	2.036	9,6	55,8	10.639	3,4	42,2
Mirandola	8.508	9,6	27,1	2.761	57,3	79,8	11.269	18,4	36,9
Castelfranco Emilia	7.298	19,5	17,5	2.548	45,8	9,9	9.846	25,3	15,5
Vignola	7.270	8,5	10,5	1.557	6,6	-13,3	8.827	8,2	5,4
San Cesario sul Panaro	7.084	5,6	740,3	1.185	-0,3	350,6	8.269	4,7	647,6
Fanano	6.253	-6,9	-44,1	494	101,6	14,9	6.747	-3,1	-42
Lama Mocogno	6.172	3,6	27,7	169	9	39,7	6.341	3,7	28
Medolla	4.427	-16,4	8,2	2.159	18,2	-18,4	6.586	-7,5	-2,3
Pavullo nel Frignano	4.177	12,5	-28,6	1.265	54,1	28,4	5.442	20	-20,4
San Felice sul Panaro	3.501	17,1	24,5	435	29,5	143	3.936	18,3	31,6
Spilamberto	2.936	4,7	5,5	584	13,4	-13	3.520	6,1	1,9
Nonantola	2.232	32,9	4,5	540	44	7,6	2.772	35	5,1
Frassinoro	1.821	-0,8	-5	136	-2,9	123	1.957	-0,9	-1
Serramazzone	1.037	-21,4	-16,5	456	-6	198	1.493	-17,3	7
Altri comuni provincia Modena	14.765	21,6	-13,7	4.067	51	0	18.832	26,9	-11,1
Altri comuni Appennino modenese	13.263	7,9	28,8	1.657	60,6	2,9	14.920	12	25,3
Altri comuni collinari modenesi	4.910	-5,7	1	1.322	5,2	-35,6	6.232	-3,6	-9,8

Destinazione	TURISTI		Estero	Estero	Estero	Estero	Totali	Estero	Estero
	Italiani	VAR.% su 2022							
Sestola	25.208	4,1	5,4	964	4,1	-0,8	26.172	4,1	5,1
Fiumalbo	10.603	-8,2	-13,2	455	-10,4	-24,9	11.058	-8,3	-13,8
Pievepelago	9.680	5	31,5	307	-38	-19,2	9.987	2,8	29
Fanano	6.253	-6,9	-44,1	494	101,6	14,9	6.747	-3,1	-42
Lama Mocogno	6.172	3,6	27,7	169	9	39,7	6.341	3,7	28
Pavullo nel Frignano	4.177	12,5	-28,6	1.265	54,1	28,4	5.442	20	-20,4
Frassinoro	1.821	-0,8	-5	136	-2,9	123	1.957	-0,9	-1
Serramazzone	1.037	-21,4	-16,5	456	-6	198	1.493	-17,3	7
Altri comuni Appennino modenese	13.263	7,9	28,8	1.657	60,6	2,9	14.920	12	25,3

PRESENZE (NUMERO DI PERNOTTAMENTI) 2023
Fonte servizio Statistiche Regione Emilia-Romagna
Dati provvisori 2023

Destinazione	PERNOTTAMENTI		Estero	Estero	Estero	Estero	Totali	Estero	Estero
	Italiani	VAR.% su 2022							
PROVINCIA DI MODENA	1.244.578	3,3	3,4	526.880	17,4	14,1	1.771.458	7,1	6,4
Modena	401.477	3,3	1,3	231.654	15,2	17,4	633.131	7,4	6,7
Formigine	120.467	14,8	1,9	50.631	19,2	28,7	171.098	16	8,6
Sestola	77.200	-4,6	-4,8	3.244	7,1	-10,5	80.444	-4,2	-5,1
Maranello	62.872	-2,8	-20,2	71.479	26,1	2	134.351	10,7	-9,7
Carpi	54.192	6,7	15,3	20.436	20,9	-9,2	74.628	10,2	7,4
Sassuolo	43.844	37,9	15	20.643	38,8	-15,3	64.487	38,2	3,2
Campogalliano	43.525	0,6	23,2	16.139	-10,4	10,4	59.664	-2,6	19,4
Castelvetro di Modena	38.224	6,3	0	19.553	-4,7	12,6	57.777	2,3	3,9
Pievepelago	28.497	6,9	41,2	733	-34,3	5,2	29.230	5,3	40
Fiumalbo	24.452	-9,1	-16,5	1.225	-7,6	-18,2	25.677	-9	-16,6
Vignola	22.338	-4,9	5,1	5.227	25,5	-1,1	27.565	-0,3	3,8
Pavullo nel Frignano	20.835	10,1	-20,6	6.232	49,2	39,5	27.067	17,2	-11,8
Fiorano Modenese	19.759	-2,9	58,4	16.902	16,7	152,5	36.661	5,3	91,2
San Cesario sul Panaro	18.907	0,1	669,5	3.093	-4,9	352,9	22.000	-0,7	600,6
Soliera	18.477	-9,6	-14,3	3.404	5,7	-0,4	21.881	-7,5	-12,4
Mirandola	18.218	-0,6	23	7.648	40,9	92,7	25.866	8,8	37,7
Castelfranco Emilia	17.122	19,1	33,1	5.874	3,3	19,6	22.996	14,6	29,4
Fanano	15.884	5,7	-47,2	1.282	89,1	-28,7	17.166	9,3	-46,2
Lama Mocogno	15.614	-15,4	12,8	333	-18,6	32,7	15.947	-15,5	13,2
Bomporto	14.410	-5	21,3	4.647	0	99	19.057	-3,9	34
Spilamberto	11.160	5,9	11,4	1.221	2,3	-36	12.381	5,5	3,8
San Felice sul Panaro	10.947	41	51	1.277	55,5	219,3	12.224	42,4	59,8

Medolla	8.761	-17,1	15,4	6.411	21,9	2,2	15.172	-4,2	9,4
Frassinoro	6.566	-20,6	-11,8	321	-1,8	154,8	6.887	-19,8	-9
Nonantola	6.187	73,5	2,6	1.422	84,7	-0,6	7.609	75,5	2
Serramazzoni	2.716	-20,4	-36,3	1.317	9,8	263,8	4.033	-12,5	-12,8
Altri comuni Appennino modenese	60.792	-0,5	77,2	5.996	46,3	-10,8	66.788	2,5	62,8
Altri comuni provincia Modena	46.663	9,6	-22,4	15.000	78,7	17,8	61.663	21	-15,4
Altri comuni collinari modenesi	14.472	-22,5	-13,2	3.536	-26,5	-46,6	18.008	-23,3	-22,7

Destinazione	PERNOTTAMENTI						Totali	VAR.% su 2022	VAR.% su 2019
	Italiani	VAR.% su 2022	VAR.% su 2019	Esteri	VAR.% su 2022	VAR.% su 2019			
Sestola	77.200	-4,6	-4,8	3.244	7,1	-10,5	80.444	-4,2	-5,1
Pievepelago	28.497	6,9	41,2	733	-34,3	5,2	29.230	5,3	40
Fiumalbo	24.452	-9,1	-16,5	1.225	-7,6	-18,2	25.677	-9	-16,6
Pavullo nel Frignano	20.835	10,1	-20,6	6.232	49,2	39,5	27.067	17,2	-11,8
Fanano	15.884	5,7	-47,2	1.282	89,1	-28,7	17.166	9,3	-46,2
Lama Mocogno	15.614	-15,4	12,8	333	-18,6	32,7	15.947	-15,5	13,2
Frassinoro	6.566	-20,6	-11,8	321	-1,8	154,8	6.887	-19,8	-9
Serramazzoni	2.716	-20,4	-36,3	1.317	9,8	263,8	4.033	-12,5	-12,8
Altri comuni Appennino modenese	60.792	-0,5	77,2	5.996	46,3	-10,8	66.788	2,5	62,8

Arrivi - Provincia di Modena – esteri

Fonte servizio Statistiche Regione Emilia-Romagna

Dati provvisori 2023

Selezione sopra i 2000 arrivi

	Turisti	Var.% su 2022	Var.% su 2019
Dach Germania	17.257	17,5	20,2
Dach Svizzera e Liechtenstein	8.137	16,5	28,1
Dach Austria	2.864	16,2	12,8
Nord America - Stati Uniti d'America	12.576	17,6	40,1
Nord America - Canada	2.243	32,3	42,4
Francia	11.098	9,2	14,3
Regno Unito	6.030	19,9	-9,6
Spagna	5.054	19,8	21,1
Paesi Bassi	4.513	0,3	14,2
Belgio	3.179	9,5	8
Polonia	2.604	13,4	41,8
Brasile	2.528	48,5	15
Australia	2.262	112	37,2

Presenze - Provincia di Modena – esteri

Fonte servizio Statistiche Regione Emilia-Romagna

Dati provvisori 2023

Selezione sopra i 2000 arrivi

	Pernottamenti	Var.% su 2022	Var.% su 2019
Dach Germania	28.680	21,4	25,2
Dach Svizzera e Liechtenstein	11.747	18,4	26
Dach Austria	5.264	23,1	12,4
Nord America - Stati Uniti d'America	24.426	11,5	43,2
Nord America - Canada	4.439	20,9	48,7
Francia	18.708	10,9	16,8
Regno Unito	11.192	11,8	-7,9
Spagna	9.511	0,8	9,5
Romania	7.057	66,1	55,5
Paesi Bassi	6.660	-5,4	13,9
Brasile	5.864	20,9	25,1
Polonia	5.418	-18,9	40,9
Belgio	5.380	21	12,2
Svezia	4.835	35,9	-32,7
Australia	4.238	99,6	19,7
Cina	4.041	200,7	-24,4
Giappone	3.784	51,8	13,2

Presenze – Regione ER – esteri

Fonte servizio Statistiche Regione Emilia-Romagna

Dati provvisori 2023

Principali mercati sopra le 200.000 presenze

	Pernottamenti	Var.% su 2022	Var.% su 2019
Dach Germania	2.415.387	5,6	11,1
Dach Svizzera e Liechtenstein	951.539	-2,3	11,1
Dach Austria	338.608	12,9	17,1
Francia	765.315	4	-7,1
Polonia	571.284	28,8	10,4
Romania	477.713	16,6	32,1
Nord America - Stati Uniti d'America	433.334	24,6	29,9
Nord America - Canada	87.257	32,5	22,4
Paesi Bassi	427.338	-1,4	6,4
Regno Unito	383.833	16,2	-11,3
Belgio	309.390	1,4	-1,2
Spagna	308.454	-2,7	13,5
Ucraina	286.757	9	77,6
Repubblica Ceca	275.916	50,1	11,7

I dati relativi ai flussi stranieri confermano che il mercato DACH (Germania, Austria, Svizzera) rimane il principale contributore alle presenze turistiche nel territorio modenese. È interessante notare che il mercato Nord America ha registrato una performance sorprendente, superando addirittura la Francia. Questo trend di crescita degli Stati Uniti era già stato osservato nel 2022, ma all'epoca sussisteva il dubbio che fosse influenzato dalle riprese del film "Ferrari". Ora, con la conferma che questa crescita è continua, si ottiene una maggiore fiducia nell'investire in politiche promozionali mirate a quel mercato. Anche a livello regionale, il mercato nordamericano sta mostrando un'eccellente performance, con una crescita per gli Stati Uniti di quasi il 25%. La Francia, il Regno Unito e la Spagna seguono con risultati positivi, confermando l'interesse dei turisti provenienti da queste nazioni per il territorio modenese. Questi dati forniscono un quadro chiaro delle tendenze del mercato turistico e suggeriscono opportunità per strategie di promozione mirate a catturare l'attenzione dei turisti provenienti da queste regioni.

Arrivi e Presenze – Provincia di Modena

Fonte servizio Statistiche Regione Emilia-Romagna

Dati provvisori 2023

Per tipologia di esercizio

Tipologia Esercizi - Mese	ARRIVI	TURISTI		Esteri	VAR.% su 2022	VAR.% su 2019	Totali	VAR.% su 2022	VAR.% su 2019
		Italiani	VAR.% su 2022						
Esercizi Alberghieri	Gennaio	33.789	24,3	8.313	129,4	-10,9	42.102	36,6	-1,2
	Febbraio	39.103	29,5	9.215	60,9	-8,8	48.318	34,5	-0,7
	Marzo	41.669	27,5	14.304	81,9	2,6	55.973	38	-0,5
	Aprile	37.862	8,9	17.798	19,2	11,5	55.660	12	6,2

	Maggio	38.750	-3,2	4,2	22.400	28,6	1,5	61.150	6,5	3,2
	Giugno	38.810	-3,4	10,8	21.896	18,6	14,6	60.706	3,5	12,1
	Luglio	42.213	13,7	20,5	26.600	22,2	30,4	68.813	16,9	24,2
	Agosto	31.720	-6,3	17	21.121	10,2	42,3	52.841	-0,3	26
	Settembre	41.541	15,6	11,6	23.731	11,9	1,1	65.272	14,2	7,6
	Ottobre	39.802	0,6	8,3	21.614	8,3	11,7	61.416	3,2	9,5
	Novembre	34.683	2,2	-6	13.392	3,1	11,2	48.075	2,5	-1,8
	Dicembre	39.043	8,4	6,9	8.726	10	-7,1	47.769	8,7	4,1
	Totale Periodo	458.985	8,9	6,2	209.110	22,3	10	668.095	12,8	7,3
Esercizi Extra-Alberghieri	Gennaio	5.565	15,2	31	911	102,4	52,9	6.476	22,7	33,7
	Febbraio	6.110	29,9	36,1	1.422	77,5	73	7.532	36,8	41,8
	Marzo	6.908	47	20	2.293	86	44,3	9.201	55,1	25,3
	Aprile	7.432	22,7	31,6	3.492	22,7	39,6	10.924	22,7	34
	Maggio	6.341	-3,4	31	4.482	36,1	24,1	10.823	9,8	28,1
	Giugno	7.810	9,1	27	4.624	20,9	34,8	12.434	13,2	29,8
	Luglio	9.358	8,9	39,6	6.054	18,8	50,1	15.412	12,6	43,5
	Agosto	8.362	2,2	10	5.443	15,1	42,6	13.805	6,9	20,9
	Settembre	7.953	23,1	21,3	5.745	25,7	44,1	13.698	24,1	30
	Ottobre	7.171	1,1	23,6	4.185	23,9	45,2	11.356	8,5	30,8
	Novembre	5.879	12,5	6	2.177	10,8	53,4	8.056	12	15,7
	Dicembre	7.104	21,4	22,5	1.647	37,5	62,6	8.751	24,1	28,4
		Totale Periodo	85.993	14	24,4	42.475	27,2	43	128.468	18,1
Totale esercizi ricettivi	Gennaio	39.354	22,9	4,8	9.224	126,4	-7,1	48.578	34,6	2,3
	Febbraio	45.213	29,5	5	10.637	62,9	-2,7	55.850	34,8	3,5
	Marzo	48.577	29,9	1	16.597	82,4	6,8	65.174	40,2	2,4
	Aprile	45.294	10,9	7,6	21.290	19,8	15,3	66.584	13,6	9,9
	Maggio	45.091	-3,2	7,3	26.882	29,8	4,7	71.973	6,9	6,3
	Giugno	46.620	-1,5	13,2	26.520	19	17,7	73.140	5,1	14,8
	Luglio	51.571	12,8	23,6	32.654	21,5	33,7	84.225	16	27,3
	Agosto	40.082	-4,6	15,5	26.564	11,2	42,4	66.646	1,1	24,9
	Settembre	49.494	16,7	13,1	29.476	14,4	7,3	78.970	15,8	10,9
	Ottobre	46.973	0,7	10,4	25.799	10,5	16,1	72.772	4	12,3
	Novembre	40.562	3,6	-4,4	15.569	4,1	15,6	56.131	3,7	0,4
	Dicembre	46.147	10,2	9,1	10.373	13,6	-0,3	56.520	10,8	7,2
		Totale Periodo	544.978	9,7	8,7	251.585	23,1	14,5	796.563	13,6

PRESENZE		Italiani	VAR.% su 2022	VAR.% su 2019	Esteri	VAR.% su 2022	VAR.% su 2019	Totali	VAR.% su 2022	VAR.% su 2019
Esercizi Alberghieri	Gennaio	66.610	4,9	-8,6	18.807	62,7	-11,5	85.417	13,8	-9,3
	Febbraio	77.349	23,4	-3,9	23.199	46,2	-0,4	100.548	28	-3,1
	Marzo	80.060	15,9	-8,7	33.088	56,4	-2,6	113.148	25,4	-7
	Aprile	73.282	7,6	-2,3	35.058	4,6	1,5	108.340	6,6	-1,1
	Maggio	76.227	-1,5	3,9	43.601	17,4	1,2	119.828	4,6	2,9
	Giugno	76.884	-1	3,4	42.404	13,3	15	119.288	3,7	7,3
	Luglio	92.714	5,7	1,2	47.181	17,4	25,4	139.895	9,4	8,2
	Agosto	82.786	-7,5	4,3	37.957	9,5	46,1	120.743	-2,8	14,6
	Settembre	82.029	3,6	6,8	48.570	5,2	7,3	130.599	4,2	7
	Ottobre	77.310	-2,1	4,9	43.827	5,2	6,4	121.137	0,4	5,4
	Novembre	70.747	5,1	-4,1	31.639	5,6	15,5	102.386	5,3	1,2
	Dicembre	76.304	9,8	3,7	21.997	17,8	5,6	98.301	11,5	4,1
	Totale Periodo	932.302	4,7	0	427.328	16,1	9,2	1.359.630	8	2,7
Esercizi Extra-Alberghieri	Gennaio	20.459	-9,5	8,6	3.194	33	16,1	23.653	-5,4	9,6
	Febbraio	19.776	5	18,5	5.020	55	50,8	24.796	12,3	23,9
	Marzo	22.190	9,7	8,4	6.640	64,5	25,1	28.830	18,8	11,9
	Aprile	25.572	15,7	26,7	8.652	17,7	40,6	34.224	16,2	30
	Maggio	21.869	-14,9	16,3	9.445	16,1	18,5	31.314	-7,5	17
	Giugno	26.238	1,7	17,7	9.479	9,1	34,6	35.717	3,5	21,8
	Luglio	38.874	-5,3	16,8	12.121	13,2	39,4	50.995	-1,5	21,5
	Agosto	43.004	-9,6	5,9	11.175	10,2	53,8	54.179	-6,1	13,2
	Settembre	28.033	14,2	37	12.550	27,9	59,1	40.583	18,1	43,1
	Ottobre	23.878	-10,3	18,8	10.195	29,8	44	34.073	-1,2	25,4
	Novembre	20.377	3,6	8,4	6.194	21,2	56	26.571	7,3	16,7
	Dicembre	22.006	14,8	7,5	4.887	39,5	56,9	26.893	18,6	14
	Totale Periodo	312.276	-0,5	15,2	99.552	22,9	41,1	411.828	4,3	20,6
Totale esercizi ricettivi	Gennaio	87.069	1,1	-5,1	22.001	57,6	-8,3	109.070	9	-5,8
	Febbraio	97.125	19,2	-0,1	28.219	47,7	6	125.344	24,6	1,2
	Marzo	102.250	14,5	-5,4	39.728	57,7	1,2	141.978	24	-3,7
	Aprile	98.854	9,6	3,8	43.710	7	7,4	142.564	8,8	4,9
	Maggio	98.096	-4,9	6,4	53.046	17,2	3,9	151.142	1,9	5,5
	Giugno	103.122	-0,3	6,7	51.883	12,5	18,2	155.005	3,6	10,3
	Luglio	131.588	2,2	5,4	59.302	16,5	28,1	190.890	6,2	11,5
	Agosto	125.790	-8,2	4,8	49.132	9,7	47,8	174.922	-3,8	14,2
	Settembre	110.062	6,1	13,2	61.120	9,2	15	171.182	7,2	13,8
	Ottobre	101.188	-4,2	7,9	54.022	9,1	11,9	155.210	0	9,2

	Novembre	91.124	4,8	-1,5	37.833	7,9	20,6	128.957	5,7	4,1
	Dicembre	98.310	10,9	4,5	26.884	21,2	12,3	125.194	13	6,1
	Totale Periodo	1.244.578	3,3	3,4	526.880	17,4	14,1	1.771.458	7,1	6,4

Dall'analisi delle presenze turistiche nel territorio modenese rispetto alla tipologia di struttura scelta per il pernottamento possiamo notare che il 25% delle presenze sono riferiti strutture extra-alberghiere e il 75% a pernotti in hotel per quanto riguarda il mercato italiano mentre per il mercato estero riscontriamo il 19% circa di pernottamenti in extra-alberghiero e 81% in hotel. Se prendiamo in esame il totale dei pernottamenti avremo 23% in esercizi extra-alberghieri e 77% in hotel. Rispetto al 2019 gli esercizi extra-alberghieri stanno registrando una percentuale di crescita maggiore rispetto alla percentuale di crescita negli hotel.

Il pernottamento medio negli hotel è pari a 2,03 notti mentre quello negli esercizi extra-alberghieri è pari a 3,20.

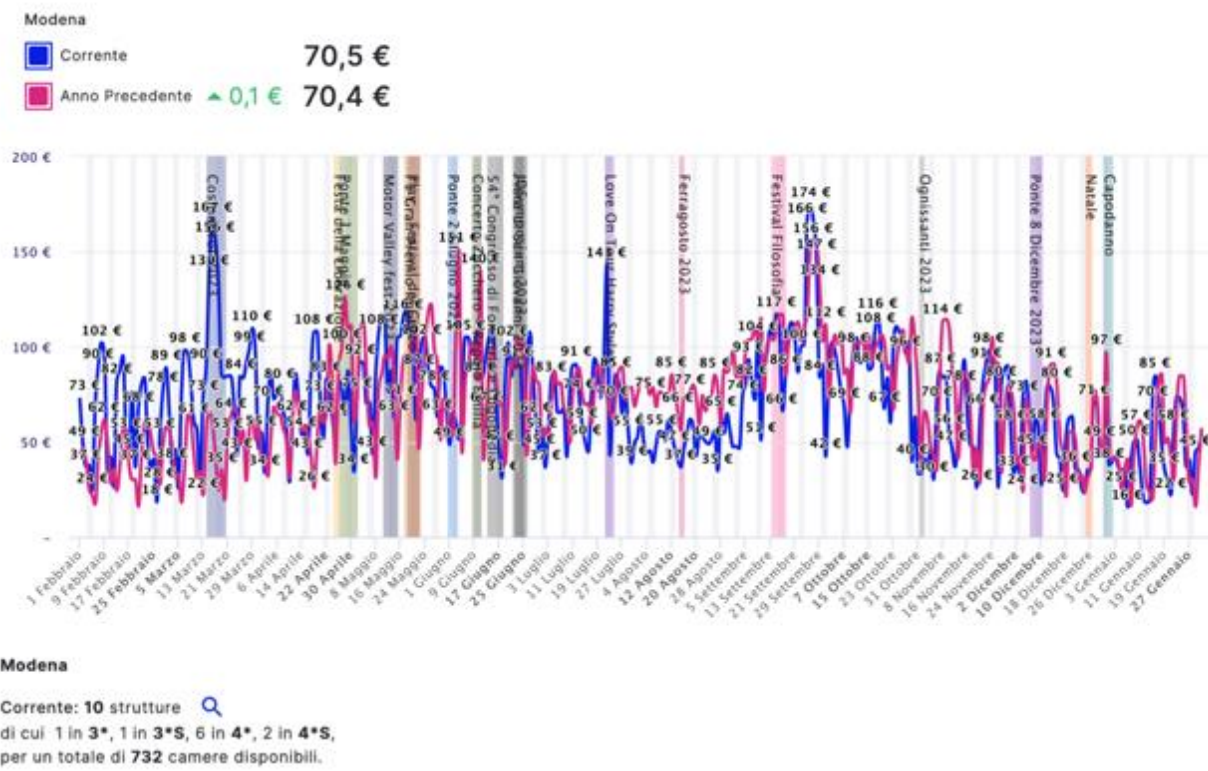
Dati osservatorio Hbenchmark

Dai primi dati estratti dall'osservatorio Hbenchmark attivato dalla Provincia di Modena nel 2022 emerge che l'occupazione media nel 2023 è stata del 67,3%. Questo dato è stato ottenuto da un campione di analisi di 732 camere situate a Modena e nei suoi dintorni, considerato rappresentativo dell'andamento generale del settore alberghiero nella zona. È significativo notare che i dati relativi alla percentuale di occupazione, al prezzo medio e al REVPAR sono sostanzialmente stabili rispetto al 2022. Questo suggerisce una continuità nell'andamento del mercato alberghiero locale, con una buona tenuta delle performance nonostante le fluttuazioni stagionali e altri fattori esterni.



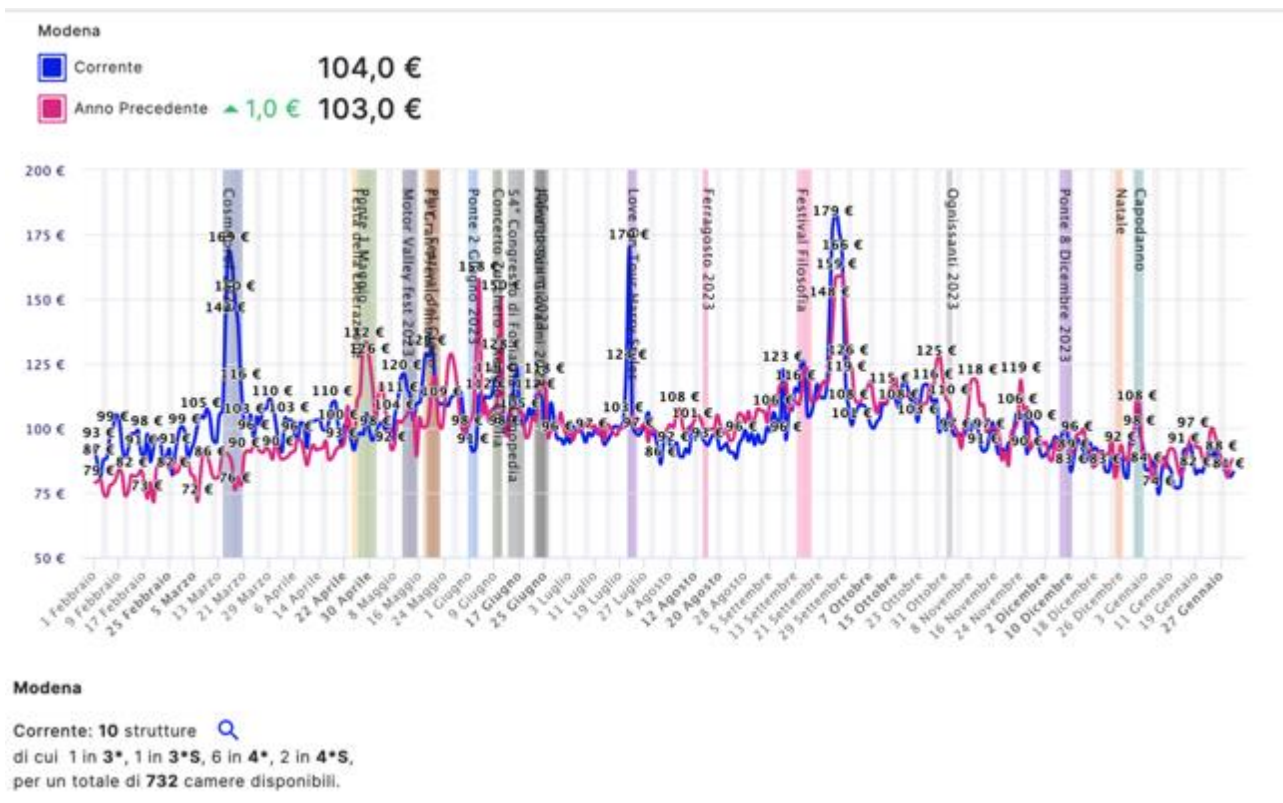
Il dato sull'occupazione risulta positivo, evidenziando un significativo aumento nei primi mesi dell'anno rispetto al 2022, il quale era ancora influenzato negativamente dalla presenza del Covid durante lo stesso periodo. È interessante notare un calo estivo nel 2023, che potrebbe essere attribuito al fatto che nell'estate del 2022 è stata girata la pellicola "Ferrari" di Michael Mann, evento che potrebbe aver influito sulle presenze negli hotel analizzati. Il resto dell'anno segue una tendenza in linea con quanto osservato nel 2022..

REVPAR



Il REVPAR, acronimo di Revenue per Available Room, rappresenta un cruciale indicatore di redditività nel settore alberghiero. Esso si ottiene dividendo il totale delle entrate derivanti dalla vendita delle camere per la quantità di camere disponibili durante un dato periodo temporale. Un valore elevato di REVPAR, come quello che possiamo notare sul campione esaminato, denota una situazione estremamente positiva: le strutture alberghiere stanno generando entrate sostanziali rispetto alla capacità disponibile. Questo può riflettere prezzi elevati per le camere occupate o un'elevata occupazione delle stesse, indicando così una gestione efficiente e una forte domanda da parte della clientela.

ADR PREZZO MEDIO



Rispetto alle dinamiche dei flussi quello che abbiamo potuto osservare è

- Forte ripresa della propensione a viaggiare anche dai mercati di lungo raggio
- Recupero e superamento dei dati dei flussi turistici 2019
- Tenuta dei principali cluster di offerta identificati dal piano rispetto alla domanda del mercato
- Diminuzione della finestra di prenotazione in particolare da parte degli operatori turistici che tendono a prenotare con meno anticipo
- Trend di aumento dei prezzi dei servizi turistici

Quadro economico

Rendicontazione dei costi sostenuti per la realizzazione delle attività

ATTIVITÀ DI RIFERIMENTO NEL PPCT	BUDGET PREVISIONALE NEL PPCT	BUDGET CONSUNTIVO MODENATUR	AZIONE
2.3.2 Press trip	€ 50.000,00	€ 49.000,00	Realizzata
2.3.3 Piano digitale	€ 60.000,00	€ 58.800,00	Realizzata
2.3.4 Supporti di comunicazione	€ 40.000,00	€ 39.200,00	Realizzata
2.3.5 Branding	€ 40.000,00	€ 29.400,00	Realizzata
2.3.6 Azioni promozionali attraverso le eccellenze	€ 40.000,00	€ 39.200,00	Realizzata
2.3.7 Fiere e Workshop	€ 75.000,00	€ 78.400,08	Realizzata
2.3.8 Fam trip	€ 35.000,00	€ 39.200,00	Realizzata
2.3.9 E-commerce e fruibilità del prodotto	€ 20.000,00	€ 19.600,00	Realizzata
2.3.10 Direct marketing sport e outdoor	€ 15.000,00	€ 14.700,00	Realizzata
2.3.11 Promozione eventi del territorio	€ 40.000,00	€ 39.200,00	Realizzata
	€ 415.000,00	€ 406.700,08*	

*Il budget a disposizione di Modenatur è al netto del ribasso concesso in sede di bando pari al 2%. Nonostante il budget ridotto tutte le azioni sono state pienamente realizzate.

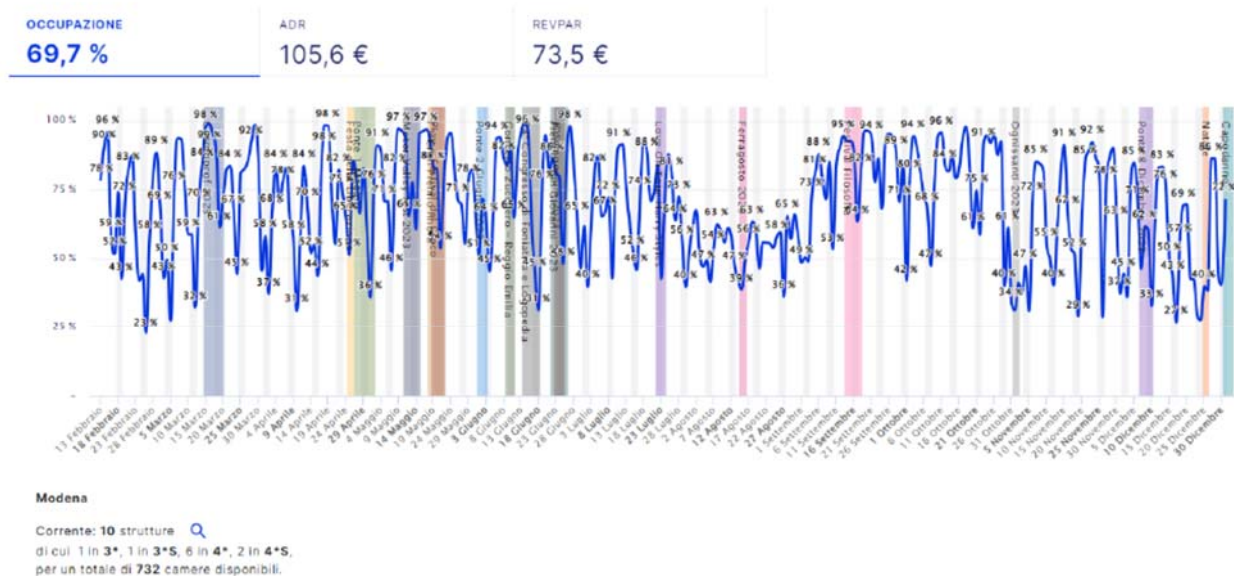
4.b.2 Attività svolta da Hbenchmark s.r.l.

(estratto relazione di rendicontazione presentata da Hbenchmark s.r.l.)

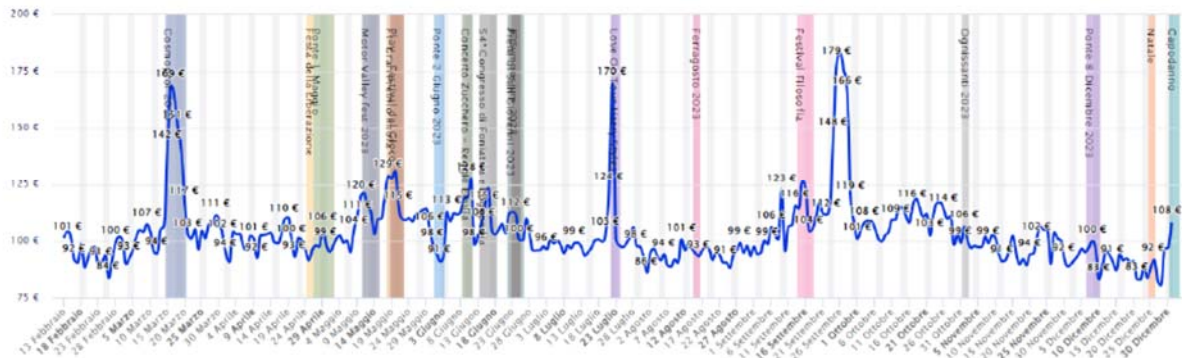
Report Strutture iscritte al progetto .

Nome	Data Iscrizione	Data Integrazione	Categoria	Territorio	Unità Disp.	Letti
HOTEL ESTENSE	28-gen-23	06-feb-23	3*	Modena	60	99
RMH Modena Des Arts	13-gen-23	25-gen-23	4*S	Modena	95	184
HOTEL PRINCIPE	22-dic-22	22-dic-22	4*	Modena	51	98
Best Western Hotel Libertà	22-dic-22	22-dic-22	3*S	Modena	51	86
BEST WESTERN MODENA DISTRICT	22-dic-22	11-gen-23	4*	Modena	125	320
BEST WESTERN PLUS MODENA RESORT	22-dic-22	11-gen-23	4*	Modena	61	158
Best Western Premier Milano Palace Hotel	22-dic-22	22-dic-22	4*S	Modena	55	99
Rechigi Park Hotel	20-dic-22	16-gen-23	4*	Modena	70	122
CDH HOTEL MODENA	20-dic-22	14-feb-23	4*	Modena	80	173
Hotel Real Fini Baia del Re	20-dic-22	01-feb-23	4*	Modena	84	210

Alcuni esempi di restituzione piattaforma alla data attuale:



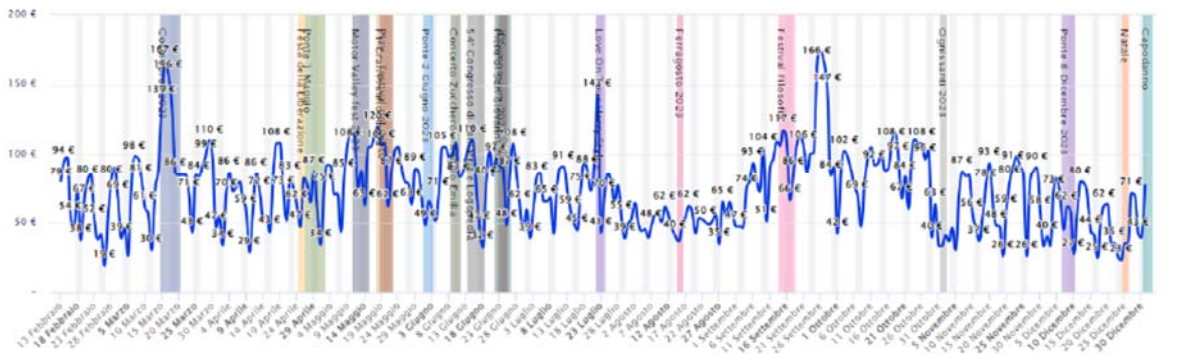
OCCUPAZIONE	ADR	REVPAR
69,7 %	105,6 €	73,5 €



Modena

Corrente: 10 strutture 
di cui 1 in 3*, 1 in 3*S, 6 in 4*, 2 in 4*S,
per un totale di 732 camere disponibili.

OCCUPAZIONE	ADR	REVPAR
69,7 %	105,6 €	73,5 €



5. Conto consuntivo

5.a Budget PPCT 2023

ATTIVITÀ	TOTALE	Provincia Modena
Partnership con le compagnie aeree	€ 60.000,00	€ 0,00
Sito web e Social	€ 100.000,00	€ 0,00
Press trip	€ 160.000,00	€ 50.000,00
Piano digitale	€ 230.000,00	€ 60.000,00
Supporti di comunicazione	€ 175.000,00	€ 40.000,00
Branding	€ 80.000,00	€ 40.000,00
Azioni promozionali attraverso le eccellenze	€ 130.000,00	€ 40.000,00
Fiere e Workshop	€ 370.000,00	€ 75.000,00
Fam trip	€ 100.000,00	€ 35.000,00
E-commerce e fruibilità del prodotto	€ 65.000,00	€ 20.000,00
Promozione eventi del territorio	€ 40.000,00	€ 40.000,00
Direct marketing sport e outdoor	€ 15.000,00	€ 15.000,00
Altre attività di gestione e supporto	€ 55.000,00	€ 25.000,00
	€ 1.580.000,00	€ 440.000,00

5.b Raffronto previsionale - consuntivo

Per l'attuazione del PPCT 2023 relativamente alle azioni di competenza della Provincia di Modena sono state sostenute spese per un totale di € 414.999,95, di cui € 406.700,03 per l'attività affidata alla DMO e € 8.991,40 per l'ulteriore attività di supporto affidata a Hbenchmark s.r.l., oltre ad € 25.000,05 per l'attività di gestione svolta dagli Uffici.

Con riferimento al personale impiegato presso la Provincia l'importo forfettario di € 25.000,05 è stato computato applicando alla busta paga mensile una percentuale appunto forfettaria relativa all'impegno effettivo rispetto al monte ore complessivo di ciascun dipendente per ogni singola mensilità dell'anno 2023.

Nel prospetto che segue il raffronto tra il budget previsionale ed il conto consuntivo:

PPCT 2023	BUDGET PREVISIONALE MODENA			BUDGET CONSUNTIVO MODENA		
AZIONI DI PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE	TOT	ITALIA	ESTERO	TOT	ITALIA	ESTERO
Partnership con le compagnie aeree	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00
Sito web e Social	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00
Press trip	€ 50.000,00	€ 30.000,00	€ 20.000,00	€ 49.000,00	€ 5.000,00	€ 44.000,00
Piano digitale	€ 60.000,00	€ 40.000,00	€ 20.000,00	€ 58.800,00	€ 53.000,00	€ 5.800,00
Promenade e altri supporti di comunicazione	€ 40.000,00	€ 25.000,00	€ 15.000,00	€ 39.200,00	€ 24.500,00	€ 14.700,00
Branding	€ 40.000,00	€ 20.000,00	€ 20.000,00	€ 29.400,00	€ 14.700,00	€ 14.700,00
Azioni promozionali attraverso le eccellenze	€ 40.000,00	€ 20.000,00	€ 20.000,00	€ 39.200,00	€ 19.600,00	€ 19.600,00
Fiere e Workshop	€ 75.000,00	€ 20.000,00	€ 55.000,00	€ 78.400,03	€ 19.000,00	€ 59.400,03
Fam trip	€ 35.000,00	€ 15.000,00	€ 20.000,00	€ 39.200,00	€ 5.000,00	€ 34.200,00
E-commerce e fruibilità del prodotto	€ 20.000,00	€ 15.000,00	€ 5.000,00	€ 19.600,00	€ 9.800,00	€ 9.800,00
Promozione eventi del territorio	€ 40.000,00	€ 32.000,00	€ 8.000,00	€ 39.200,00	€ 31.360,00	€ 7.840,00
Direct marketing sport outdoor	€ 15.000,00	€ 12.000,00	€ 3.000,00	€ 14.700,00	€ 11.760,00	€ 2.940,00
Attività di supporto trasversali	€ -	€ -	€ -	€ 8.299,92	€ 4.149,96	€ 4.149,96
Altre attività di gestione / Spese generali forfettarie	€ 25.000,00	€ 12.500,00	€ 12.500,00	€ 25.000,05	€ 12.500,05	€ 12.500,00
TOTALE	€ 440.000,00	€ 241.500,00	€ 198.500,00	€ 440.000,00	€ 210.370,01	€ 229.629,99

5.c Pagamenti:**5.c.1 Modenatur soc. cons. a r.l.**

Mandati di pagamento	Importo	Fattura	Importo	imponibile	IVA
n. 8531/2023 Cap 4788 Impegno 604/2023 Sub Impegno 505/2023	€ 122.010,00	n. 82/22/2023 dell'01/12/2023	€ 122.010,00	€ 100.008,20	€ 22.001,80
n. 8532/2023 Cap 4788 Impegno 604/2023 Sub Impegno 505/2023	€ 122.010,00	n. 83/22/2023 dell'01/12/2023	€ 122.010,00	€ 100.008,20	€ 22.001,80
n. 995/2024 Cap 4718 Impegno 606/2023 Sub Impegno 506/2023	€ 32.122,50				
n. 996/2024 Cap 4788* Impegno 604/2023* Sub Impegno 505/2023* *rilevata economia -0,05	€ 130.557,53	n. 09/22/2024 del 19/02/2024	€ 162.680,03	€ 133.344,29	€ 29.335,74
TOTALI	€ 406.700,03		€ 406.700,03	€ 333.360,69	€ 73.339,34

N.B. In sede di fatturazione Modenatur soc. cons. a r.l. ha ridotto l'importo dell'ultima tranche di pagamento di € 0,05 per problemi di arrotondamento del gestionale utilizzato per l'emissione delle

fatture, fatturando l'importo di € 162.680,03; la Provincia di Modena ha quindi provveduto al pagamento dell'importo indicato, rilevando l'economia.

All'impresa è stato quindi corrisposto l'importo complessivo di € 406.700,03.

5.c.2 HBenchmark s.r.l.

Mandati di pagamento	Importo	Fattura	Importo	imponibile	IVA
n. 208/2024 Cap 4718 Impegno 3795/2023	€ 8.991,40	n. 139 del 20/12/2023	€ 8.991,40	€ 7.370,00	€ 1.621,40
TOTALI	€ 8.991,40		€ 8.991,40	€ 7.370,00	€ 1.621,40

5.c.3 Spese generali forfettarie

Il personale impiegato è stato regolarmente pagato tramite busta paga mensile per un importo complessivo di € 25.000,05.

6. Scostamenti e conclusioni

La verifica dei risultati conseguiti e dell'attuazione delle attività secondo i criteri previsti dal PPCT 2023 ha dato esito positivo: **con riferimento alla annualità 2023 le azioni del Programma di promo-commercializzazione turistica di cui al PPCT 2023 risultano integralmente realizzate per un importo complessivo di € 440.000,00.**

Può quindi richiedersi alla Regione Emilia-Romagna la liquidazione di complessivi € 373.377,58, pari a 84,86% della spesa iniziale ammessa.

BUDGET PREVISIONALE E CONSUNTIVO

PPCT 2023	BUDGET PREVISIONALE MODENA			BUDGET CONSUNTIVO MODENA			DIFFERENZA
	TOT	ITALIA	ESTERO	TOT	ITALIA	ESTERO	
AZIONI DI PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE							
Partnership con le compagnie aeree	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	
Sito web e Social	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	
Press trip	€ 50.000,00	€ 30.000,00	€ 20.000,00	€ 49.000,00	€ 5.000,00	€ 44.000,00	- € 1.000,00 scostamento pari a circa il 2% dell'importo previsionale, corrispondente al ribasso offerto in sede di gara dalla DMO
Piano digitale	€ 60.000,00	€ 40.000,00	€ 20.000,00	€ 58.800,00	€ 53.000,00	€ 5.800,00	- € 1.200,00 scostamento pari a circa il 2% dell'importo previsionale, corrispondente al ribasso offerto in sede di gara dalla DMO
Promenade e altri supporti di comunicazione	€ 40.000,00	€ 25.000,00	€ 15.000,00	€ 39.200,00	€ 24.500,00	€ 14.700,00	- € 800,00 scostamento pari a circa il 2% dell'importo previsionale, corrispondente al ribasso offerto in sede di gara dalla DMO
Branding	€ 40.000,00	€ 20.000,00	€ 20.000,00	€ 29.400,00	€ 14.700,00	€ 14.700,00	- € 10.600,00 Il budget impiegato è stato leggermente più basso, essendosi spostata la differenza su altre azioni con rilevanza sull'immagine di brand di destinazione, senza quindi modifiche alla strategia, oltre allo scostamento pari a circa il 2% dell'importo previsionale, corrispondente al ribasso offerto in sede di gara dalla DMO
Azioni promozionali attraverso le eccellenze	€ 40.000,00	€ 20.000,00	€ 20.000,00	€ 39.200,00	€ 19.600,00	€ 19.600,00	- € 800,00 scostamento pari a circa il 2% dell'importo previsionale, corrispondente al ribasso offerto in sede di gara dalla DMO

Fiere e Workshop	€ 75.000,00	€ 20.000,00	€ 55.000,00	€ 78.400,03	€ 19.000,00	€ 59.400,03	+ € 3.400,03 lieve aumento di budget dovuto al fatto che, avendo affidato l'appalto a maggio, al fine di attuare la strategia del PPCT, mantenendo mercati di riferimento e tipologie di prodotto identificate, sono state sostituite alcune fiere ed in alcuni casi, in particolare alla fiera di Cannes, assolutamente strategica, sono state sostenute maggiori spese in connessione al fatto che gli spazi espositivi con ENIT erano terminati e sono stati acquistati postazioni autonomi. Il maggior costo è stato compensato con la riduzione del budget del branding senza in alcun modo variare la strategia generale delineata nel PPCT 2023. Importo comprensivo di un successivo arrotondamento in sede di fatturazione pari a -€ 0,05
Fam trip	€ 35.000,00	€ 15.000,00	€ 20.000,00	€ 39.200,00	€ 5.000,00	€ 34.200,00	+ € 4.200,00 Sono stati realizzati 5 fam trip aggiuntivi rispetto agli 8 previsti. Lieve incremento del budget previsto, compensato da una minor spesa nel budget delle azioni branding. Come per i press trip anche per i fam trip risulta una maggiore attività nel mercato internazionale rispetto a quello nazionale, in connessione con il rinnovato interesse degli operatori turistici stranieri per la nostra regione.
E-commerce e fruibilità del prodotto	€ 20.000,00	€ 15.000,00	€ 5.000,00	€ 19.600,00	€ 9.800,00	€ 9.800,00	- € 400,00 scostamento pari a circa il 2% dell'importo previsionale, corrispondente al ribasso offerto in sede di gara dalla DMO
Promozione eventi del territorio	€ 40.000,00	€ 32.000,00	€ 8.000,00	€ 39.200,00	€ 31.360,00	€ 7.840,00	- € 800,00 scostamento pari a circa il 2% dell'importo previsionale, corrispondente al ribasso offerto in sede di gara dalla DMO
Direct marketing sport outdoor	€ 15.000,00	€ 12.000,00	€ 3.000,00	€ 14.700,00	€ 11.760,00	€ 2.940,00	- € 300,00 scostamento pari a circa il 2% dell'importo previsionale, corrispondente al ribasso offerto in sede di gara dalla DMO

Attività di supporto trasversali	€ -	€ -	€-	€ 8.299,92	€ 4.149,96	€ 4.149,96	+ € 8.299,92 maggior spesa finanziata attraverso l'economia derivante dal ribasso offerto in sede di gara dalla DMO pari a - € 8.299,92
Altre attività di gestione / Spese generali forfettarie	€ 25.000,00	€ 12.500,00	€ 12.500,00	€ 25.000,05	€ 12.500,05	€ 12.500,00	+ € 0,05 maggior spesa finanziata attraverso l'economia derivante dall'arrotondamento in sede di fatturazione da parte della DMO pari a -€ 0,05
TOTALE	€ 440.000,00	€ 241.500,00	€ 198.500,00	€ 440.000,00	€ 210.370,01	€ 229.629,99	
					(47,81%)	(52,19%)	