



**Allegato 1)**

# **TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA-MODENA**

## **P.T.P.L. 2025**

### **AMBITO 1**

## **SERVIZI TURISTICI DI BASE DEI COMUNI E DELLE UNIONI DI COMUNI**

**Responsabile del procedimento: Michelangelo Stanzani**, *responsabile del Servizio Territorio Turistico Bologna-Modena*  
*- Ufficio Comune Turismo*

**Modalità di individuazione dei beneficiari:**

- Requisiti e criteri per la partecipazione all'Avviso pubblico P.T.P.L. 2025, approvati con atto del Sindaco metropolitano n. 225/2024 e atto del Presidente della Provincia di Modena n. 119/2024;
- Avviso pubblico P.T.P.L. 2025, approvato con determinazione dirigenziale della Città metropolitana di Bologna n. 2221/2024 e con determinazione dirigenziale della Provincia di Modena n. 1805/2024;
- Programma turistico di promozione locale (P.T.P.L.) 2025, approvato dalla Città metropolitana con deliberazione di Consiglio metropolitano n. 68 del 23/12/2024 e dalla Provincia di Modena con atto del Presidente n. 168 del 17/12/2024.

## INDICE PROGETTI

BOLOGNA.....	3
<b>AMBITO 1.a - Informazione e accoglienza al turista - IAT RESERVATION E IAT.....</b>	<b>3</b>
1) Comune di Sasso Marconi - IAT R .....	3
2) Comune di Alto Reno Terme - IAT.....	3
3) Comune di Lizzano in Belvedere - IAT .....	4
4) Comune di Lizzano in Belvedere (fraz. Vidiciatico) – IAT VIDICIATICO.....	4
5) Comune di Monghidoro - IAT.....	5
6) Nuovo Circondario Imolese - IAT R.....	6
7) Comune di Dozza - IAT.....	6
8) Comune di San Giovanni in Persiceto - IAT R .....	7
9) Comune di Bologna - IAT R .....	8
<b>AMBITO 1.a - Informazione e accoglienza al turista - IAT INNOVATIVI.....</b>	<b>10</b>
10) Comune di Valsamoggia – IAT DIFFUSO COLLI BOLOGNESI .....	10
11) Comune di Marzabotto – WELCOME ROOM.....	11
12) Comune di Imola – WELCOME ROOM.....	11
13) Comune di Crevalcore – IAT DIFFUSO .....	11
<b>AMBITO 1.b - Animazione e intrattenimento turistico – IAT RESERVATION E IAT .....</b>	<b>12</b>
1) Comune di Sasso Marconi - IAT R .....	12
2) Comune di Alto Reno Terme - IAT.....	12
3) Nuovo Circondario Imolese – IAT R .....	13
4) Comune di Dozza – IAT .....	13
5) Comune di San Giovanni in Persiceto – IAT R.....	14
6) Comune di Bologna – IAT R.....	15

## BOLOGNA

### AMBITO 1.a - Informazione e accoglienza al turista - IAT RESERVATION E IAT

#### 1) Comune di Sasso Marconi - IAT R

**Ente proponente:** Comune di Sasso Marconi

**Denominazione dell'ufficio:** IAT – R “InfoSasso”

**Descrizione sintetica del progetto:**

Il progetto riguarda la gestione dello IAT-R di Sasso Marconi che come hub unico del subambito Appennino Bolognese si propone di collaborare e coinvolgere tutti gli uffici turistici del territorio e le amministrazioni comunali, oltre ad altri soggetti pubblici e privati, per promuovere e commercializzare al meglio l'area dell'Appennino Bolognese. Azioni maggiormente rilevanti: informazione e accoglienza turistica per tutto l'Appennino; promozione territoriale sia avvalendosi della Redazione Locale che della stretta collaborazione con le redazioni di Bologna Welcome, eXtraBO, Emilia Romagna Turismo, Sagre Feste, Bologna Estate; commercializzazione di servizi turistici garantendo standard qualitativi condivisi con gli stakeholders del territorio. Si aggiunge l'impegno ad azioni volte a soddisfare obiettivi di accessibilità dell'offerta turistica (mappatura percorsi accessibili in giornata per disabilità di vario genere e conseguente organizzazione di servizi), sostenibilità (utilizzando l'esperienza acquisita nel percorso di certificazione della Via degli Dei per definire indicatori di sostenibilità) e innovazione (implementazione software per l'e-commerce e la cura per incrementare l'accessibilità dei siti web). Il progetto si caratterizzerà infine dalla costante condivisione di servizi e informazioni con le DMO, oltre a prevedere percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli operatori su tre macro tematiche: sicurezza sul lavoro; accoglienza al turista e storia del territorio; materie turistiche; materie turistiche.

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 112.248,53

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 112.248,53

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** ALTA

**CONTRIBUTO CONCESSO:** € 16.837,28

#### 2) Comune di Alto Reno Terme - IAT

**Ente proponente:** Comune di Alto Reno Terme

**Denominazione dell'ufficio:** Ufficio Informazione e Accoglienza Turistica Alto Reno Terme

**Descrizione sintetica del progetto:**

Il progetto prevede il consolidamento della gestione dell'ufficio per quanto riguarda servizi offerti, informazioni locali, assistenza al cliente e agli operatori turistici. Allo stesso tempo verranno migliorati ed incrementati: i rapporti con l'utenza, la creazione di materiali promozionali, la collaborazione tra uffici e con la redazione locale e le DMO, l'utilizzo del marketing digitale per il prodotto Appennino, il sito web [discoveraltorenoterme.it](http://discoveraltorenoterme.it).

Obiettivo principale è quello di fare rete con tutta l'area dell'Appennino bolognese in modo che le informazioni siano sempre fruibili, trasparenti e accessibili sia agli operatori che agli utenti stessi.

Occorrerà allineare le pagine web e social con la Redazione Locale e la DMO, cercando di migliorare l'aspetto grafico, visivo e accessibile con le linee guida di Città Metropolitana.

Centrale il ruolo dell'ufficio per quanto riguarda il coordinamento con gli stakeholder locali, le strutture ricettive e i tour operator per la creazione di pacchetti turistici dedicati.

L'attività di front office verrà svolta da personale qualificato e esperto del territorio, mentre l'attività di back office sarà incentrata sull'organizzazione eventi, coordinamento uffici e Redazione Locale, supporto alle strutture ricettive, redazione testi in italiano ed inglese.

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 82.685,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 82.685,00

**FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA**  
**CONTRIBUTO CONCESSO: € 5.572,97**

### **3) Comune di Lizzano in Belvedere - IAT**

**Ente proponente:** Comune di Lizzano in Belvedere

**Denominazione dell'ufficio:** IAT LIZZANO IN BELVEDERE

**Descrizione sintetica del progetto:**

In considerazione dell'aumento della domanda turistica e al fine di integrare la destagionalizzazione delle presenze, si è pensato di attuare per il 2025 alcune strategie in grado di rispondere al cambiamento, ripensando non solo ai servizi offerti, ma anche al modo di erogarli al fine di migliorare l'offerta e l'accoglienza. Abbiamo avviato azioni di riqualificazione dell'identità territoriale attraverso il rafforzamento del marchio "Corno Alle scale" che identifica la nostra località turistica, posizionando nuova cartellonistica e segnaletica dei luoghi di interesse culturale, turistico e sportivo. Si prevedono azioni di valorizzazione del Food&Wine, in particolare del Distretto Biologico della Montagna di Rocca Corneta e Querciola, luogo di produzione dei prodotti caseari locali e il neonato vino bianco Biologico "Il Bianco della Rocca". Si prevede la realizzazione di nuovo materiale informativo cartaceo realizzato in base alle caratteristiche tecniche indicate nel P.T.P.L. La bacheca Informativa Smart posizionata all'entrata dell'Ufficio IAT di Lizzano in Belvedere, dell'Ufficio IAT di Vidiciatico e a Pianaccio e Montecatone delle Alpi funzionanti 24h ed aggiornate tutti i giorni dell'anno permette una maggiore promozione degli eventi, promozione, escursione, manifestazioni e tutto ciò che può essere di interesse ai cittadini ed ai turisti e visitatori del nostro territorio: un tipo di informazione a grande impatto considerato le meravigliose immagini proposte del nostro territorio; inoltre continueremo ad aver attivo il servizio informativo di Whatsapp, un servizio di informazione gratuito a servizio della comunità che permette un'informazione diretta ed alla portata di tutti che ha avuto fino ad oggi un grande successo. Risulta strategico portare l'offerta vicino a dove il turista effettivamente si trova. In tal senso, i servizi devono andare verso il turista ed essere a disposizione in prossimità delle aree di maggior affluenza. È per questo che anche per il 2025 prevediamo di confermare la convenzione con l'associazione di promozione sociale SALUTE, BENESSERE, TURISMO E ALIMENTAZIONE dell'Outdoor Green Point km0, in località Laghetto del Cavone al Corno Alle Scale. Il Comune di Lizzano metterà a disposizione dell'associazione la Baita Aquadela e l'associazione si impegnerà nella realizzazione di eventi di intrattenimento, escursioni guidate, servizi di informazione accoglienza e animazione, noleggio E- bike con guida e alla diffusione del materiale cartaceo di promozione, attraverso azioni condivise in sinergia con gli Iat di Lizzano in Belvedere e Vidiciatico.

Collaborazione in relazione agli eventi che si svolgono sul territorio metropolitano: il personale parteciperà alle attività promosse dallo IAT R di Sasso Marconi, eXtraBO e dalla Città Metropolitana e tutte le attività di promozione turistica del Comune sono realizzate in un'ottica di promozione metropolitana, insieme alla partecipazione ai tavoli attivati dalla Destinazione Turistica, lo scambio di materiale informativo (foto e video). Comunicazione degli eventi e collaborazione per l'inserimento sui calendari dell'Unione dei Comuni e Bologna Estate ed il supporto per implementare i contenuti dei punti di interesse sul territorio.

**TOTALE SPESE PREVISTE: € 42.000,00**

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 42.000,00**

**FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA**

**CONTRIBUTO CONCESSO: € 2.830,80**

### **4) Comune di Lizzano in Belvedere (fraz. Vidiciatico) – IAT VIDICIATICO**

**Ente proponente:** Comune di Lizzano in Belvedere

**Denominazione dell'ufficio: IAT VIDICIATICO****Descrizione sintetica del progetto:**

In considerazione dell'aumento della domanda turistica e al fine di integrare la destagionalizzazione delle presenze, si è pensato di attuare per il 2025 alcune strategie in grado di rispondere al cambiamento, ripensando non solo ai servizi offerti, ma anche al modo di erogarli al fine di migliorare l'offerta e l'accoglienza. Abbiamo avviato azioni di riqualificazione dell'identità territoriale attraverso il rafforzamento del marchio "Corno Alle scale" che identifica la nostra località turistica, posizionando nuova cartellonistica e segnaletica dei luoghi di interesse culturale, turistico e sportivo. Si prevedono azioni di valorizzazione del Food&Wine, in particolare del Distretto Biologico della Montagna di Rocca Corneta e Querciola, luogo di produzione dei prodotti caseari locali e il neonato vino bianco Biologico "Il Bianco della Rocca". Si prevede la realizzazione di nuovo materiale informativo cartaceo realizzato in base alle caratteristiche tecniche indicate nel P.T.P.L. La bacheca Informativa Smart posizionata all'entrata dell'Ufficio IAT di Lizzano in Belvedere, dell'Ufficio IAT di Vidiciatico e a Pianaccio e Montecatone delle Alpi funzionanti 24h ed aggiornate tutti i giorni dell'anno permette una maggiore promozione degli eventi, promozione, escursione, manifestazioni e tutto ciò che può essere di interesse ai cittadini ed ai turisti e visitatori del nostro territorio: un tipo di informazione a grande impatto considerato le meravigliose immagini proposte del nostro territorio; inoltre continueremo ad aver attivo il servizio informativo di Whatsapp, un servizio di informazione gratuito a servizio della comunità che permette un'informazione diretta ed alla portata di tutti che ha avuto fino ad oggi un grande successo. Risulta strategico portare l'offerta vicino a dove il turista effettivamente si trova. In tal senso, i servizi devono andare verso il turista ed essere a disposizione in prossimità delle aree di maggior affluenza. È per questo che anche per il 2025 prevediamo di confermare la convenzione con l'associazione di promozione sociale SALUTE, BENESSERE, TURISMO E ALIMENTAZIONE dell'Outdoor Green Point km0, in località Laghetto del Cavone al Corno Alle Scale. Il Comune di Lizzano metterà a disposizione dell'associazione la Baita Aquadela e l'associazione si impegnerà nella realizzazione di eventi di intrattenimento, escursioni guidate, servizi di informazione, accoglienza e animazione, noleggio E-bike con guida e alla diffusione del materiale cartaceo di promozione, attraverso azioni condivise in sinergia con gli Iat di Lizzano in Belvedere e Vidiciatico.

Collaborazione in relazione agli eventi che si svolgono sul territorio metropolitano: il personale parteciperà alle attività promosse dallo IAT R di Sasso Marconi, eXtraBO e dalla Città Metropolitana e tutte le attività di promozione turistica del Comune sono realizzate in un'ottica di promozione metropolitana, insieme alla partecipazione ai tavoli attivati dalla Destinazione Turistica, lo scambio di materiale informativo (foto e video). Comunicazione degli eventi e collaborazione per l'inserimento sui calendari dell'Unione dei Comuni e Bologna Estate ed il supporto per implementare i contenuti dei punti di interesse sul territorio.

**TOTALE SPESE PREVISTE: € 41.100,00****TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 41.100,00****FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA****CONTRIBUTO CONCESSO: € 2.770,14****5) Comune di Monghidoro - IAT****Ente proponente: COMUNE DI MONGHIDORO****Denominazione dell'ufficio: UFFICIO IAT MONGHIDORO****Descrizione sintetica del progetto:**

Gestione del servizio di accoglienza e informazione turistica del Comune di Monghidoro anche con riferimento allo sviluppo di strumenti innovativi.

**TOTALE SPESE PREVISTE: € 79.800,00****TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 79.800,00****FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA**

**CONTRIBUTO CONCESSO: € 5.378,52**

## **6) Nuovo Circondario Imolese - IAT R**

**Ente proponente:** NUOVO CIRCONDARIO IMOLESE

**Denominazione dell'ufficio:** IAT R – INFORMAZIONE TURISTICA NUOVO CIRCONDARIO IMOLESE

### **Descrizione sintetica del progetto:**

Il progetto per lo IAT-R del Nuovo Circondario Imolese mira a potenziare e qualificare i servizi di informazione e accoglienza turistica, offrendo ai visitatori una gamma completa di strumenti informativi e promozionali, sia cartacei che digitali, per valorizzare il territorio e le sue attrazioni. Gli interventi previsti includono la realizzazione di nuovi materiali informativi, come una mappa bilingue del territorio in 20.000 copie, e l'aggiornamento di brochure tematiche per fornire informazioni dettagliate sui dieci Comuni del Circondario.

Sono previste azioni per migliorare la comunicazione digitale, tra cui il restyling delle pagine social dedicate (Facebook e Instagram) e la sincronizzazione con piattaforme innovative come Trekksoft, per promuovere esperienze turistiche uniche (visite guidate, tour tematici, esperienze gastronomiche e outdoor). Per favorire una maggiore fruizione turistica, saranno organizzati appuntamenti settimanali presso aziende locali e attività di trekking urbano in occasione di eventi e festività.

Le iniziative sono finalizzate a consolidare il ruolo dello IAT-R come nodo informativo strategico per il Circondario Imolese, incrementando la visibilità e l'attrattività del territorio in linea con gli obiettivi di stagionalizzazione e promozione dei flussi turistici previsti dal Programma Turistico di Promozione Locale 2025. Particolare attenzione sarà rivolta alla creazione di una rete territoriale di accoglienza diffusa e alla digitalizzazione dei percorsi turistici per garantire un'esperienza turistica moderna e sostenibile.

**TOTALE SPESE PREVISTE: € 100.000,00**

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 100.000,00**

**FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA**

**CONTRIBUTO CONCESSO: € 15.000,00**

## **7) Comune di Dozza - IAT**

**Ente proponente:** COMUNE DI DOZZA

**Denominazione dell'ufficio:** Ufficio di informazione e accoglienza turistica - IAT DOZZA

### **Descrizione sintetica del progetto:**

L'Ufficio Turistico di Dozza, inaugurato nel maggio 2021 presso il piano terra della Rocca di Dozza, fornisce un servizio di accoglienza e informazione attivo tutto l'anno. La creazione dell'Ufficio Turistico ha permesso una gestione più strutturata e professionale dell'informazione e dell'accoglienza, offrendo orientamento sui luoghi d'interesse, sui ristoranti e sulle attività locali e nei dintorni.

Il servizio fornisce informazioni complete al turista: enogastronomia (inclusa l'Enoteca Regionale dell'Emilia-Romagna), eventi, itinerari a piedi e in bicicletta come il Sentiero del Vino, e luoghi di cultura. Sono stati creati dépliant specifici, disponibili in versione bilingue, riguardanti la Rocca Sforzesca, il Muro Dipinto e gli itinerari locali. L'Ufficio è inoltre responsabile della promozione di eventi speciali come la Biennale d'arte del Muro Dipinto e Fantastika.

Dal 2021, è stato osservato un incremento progressivo dell'affluenza, segno del valore aggiunto portato al territorio. L'Ufficio continuerà a mantenere i seguenti orari: da marzo a ottobre, da lunedì a sabato 10-13 e 14-19, domenica e festivi 10-19; da novembre a marzo, da lunedì a sabato 10-13 e 14-18, domenica e festivi 10-18. Sono previste aperture straordinarie in occasione di eventi di rilievo.

Per il 2025, si intende proseguire con l'aggiornamento dei materiali cartacei e digitali, inclusi censimenti periodici delle strutture ricettive e dei ristoranti, per garantire un servizio sempre aggiornato. Saranno mantenuti e migliorati

gli strumenti informativi online (sito e social media) per promuovere eventi e attrattive, in un'ottica sostenibile di riduzione dell'uso di carta.

Un obiettivo centrale è garantire un servizio accessibile a tutti, anche alle persone con disabilità. L'Ufficio è privo di barriere architettoniche e offre app con QR code per tour interattivi, tra cui "AccessibItaly" per utenti con disabilità uditive, l'app del "Museo della Rocca" e "Discover Dozza" per esplorare il Sentiero del Vino. L'uso dei social media e dei canali digitali sarà potenziato per ridurre l'uso di materiale cartaceo, in linea con l'impegno ecologico del Comune.

Si continuerà a collaborare con le DMO locali per la distribuzione di materiali informativi e la promozione di eventi, rafforzando la rete di servizi turistici e l'informazione sovracomunale. Proseguirà, inoltre, la collaborazione con gli altri Uffici turistici locali al fine di migliorare il servizio e realizzare sinergie a vantaggio del turista, consolidando una rete informativa integrata e completa.

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 30.000,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 30.000,00

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** MEDIA

**CONTRIBUTO CONCESSO:** € 2.022,00

## **8) Comune di San Giovanni in Persiceto - IAT R**

**Ente proponente:** Comune di San Giovanni in Persiceto

**Denominazione dell'ufficio:** IAT-R PIANURA BOLOGNESE

**Descrizione sintetica del progetto:**

Il 2024 è stato l'anno della costruzione e raccolta dei dati utili sia per informare il visitatore/turista in maniera esaustiva sia per iniziare a mettere le basi per il raggiungimento degli obiettivi prefissati ovvero essere uno IAT di riferimento per l'intera pianura bolognese.

La struttura organizzativa dell'ufficio, interamente a gestione diretta, ha permesso di consolidare buone prassi tra i diversi servizi dell'Ente che hanno o potrebbero avere una ricaduta turistica creando così un flusso virtuoso delle informazioni necessarie all'ottimale svolgimento del Servizio.

I servizi ad oggi forniti dall'ufficio oltre alle informazioni turistiche sono riassumibili in:

- assistenza agli ospiti;
- aiuto nelle prenotazioni ed eventuali reservation nelle strutture ricettive con le quali si sono stretti accordi per il 2024 sono state effettuate 25 prenotazioni;
- acquisto biglietti ferroviari Trenitalia e Italo;
- distribuzione di materiale informativo;
- visite e tour guidati;
- collaborazione con gli organizzatori dei "grandi eventi" quali il Carnevale; Festival anni 50 e Funkyland che richiamano visitatori da oltre regione;
- consolidare collaborazione con AITR per l'organizzazione di AITR incontra e con ITACA' e AMODO;
- noleggio biciclette sia proprie che appoggio al servizio offerto dal gestore del Bed&Bike;
- supporto a produzioni cinematografiche;
- raccolta segnalazioni sulle principali ciclovie del territorio: del Sole; del Navile e del Reno;
- accoglienza e supporto in collaborazione con TTBM, RER e APT Servizi per giornalisti o altri stakeholder.

Le attività di promozione svolte per aumentare la visibilità dell'ufficio informazioni turistiche sono state molteplici tra cui: incontri in presenza con gli operatori dei servizi del territorio; presenza con stand nelle fiere campionarie e incontri, sempre in presenza con i commercianti. Acquisto di mezze pagine su alcune riviste del settore. Presenza nel corso dei maggiori eventi.

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 86.300,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 86.300,00

**FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA**  
**CONTRIBUTO CONCESSO: € 12.945,00**

## **9) Comune di Bologna - IAT R**

### **SEDE**

Piazza Maggiore, 1 – Bologna

ALTRE SEDI Info Point Trenitalia – Stazione Centrale

### **RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO**

Il piano strategico per il 2025 è stato pensato per rispondere a un evidente cambiamento della domanda turistica, ripensando non solo i servizi offerti, ma anche il modo di erogarli, in funzione di una miglior gestione dei flussi turistici mantenendo il livello di qualità del servizio di accoglienza.

Di seguito riportiamo le strategie che proponiamo di attuare:

- **Assistenza online:** Si darà continuità a canali di comunicazione digitali già in uso, come mail, whatsapp business, la chatbot (nuovo servizio che permette una conversazione live per gli utenti attivi del sito con un operatore fisico), il centralino telefonico, Google My Business e form presenti sulle varie pagine del sito web.
- **Assistenza offline:** Attraverso presenza di operatori specializzati multilingue, si garantirà il servizio di informazione turistica tutti i giorni dell'anno escluso il 25 dicembre. Grazie al sistema digitale tagliacode, il flusso verrà regolamentato e distribuito a seconda delle richieste dei turisti su differenti postazioni. Si evidenzia l'implementazione di 3 nuove postazioni di erogazione di servizi turistici attivabili nel desk della biglietteria eventi e concerti. In questo modo sarà possibile garantire uno standard qualitativo anche nei giorni di alta stagione turistica.
- **Materiali e immagine coordinata:** L'offerta di servizi di informazione, accoglienza e vendita delle esperienze del territorio viene veicolata attraverso la distribuzione di materiali informativi e di commercializzazione progettati secondo un più ampio quadro di immagine coordinata. Lo IAT-R Piazza Maggiore continuerà ad utilizzare gli strumenti tecnologici della Destinazione turistica per fornire e distribuire un'ampia gamma di materiali e oggettistica garantendo un servizio omogeneo e coordinato, dai pieghevoli cartacei fino ai gadget brandizzati. Tale progetto di immagine coordinata sarà assicurato e implementato attraverso i principali strumenti a disposizione dell'area accoglienza, come le brochure informative, il sito del territorio turistico e la piattaforma di e-commerce. Nel 2024 è stato sperimentato un nuovo format di weekly planner cartaceo in distribuzione che raccolga tutta l'offerta turistica in un unico flyer, in modo tale da semplificare la comprensione del turista rispetto alle attività che può trovare sia in città che nel territorio metropolitano. Nel 2025 diventerà uno strumento fisso in uso all'info point.
- **Vendita di servizi turistici:** grazie all'utilizzo della piattaforma e-commerce, al turista verrà garantita la possibilità di prenotare un'ampia gamma di attività e di esperienze turistiche, sia online sul portale di Bologna Welcome, sia offline presso i vari punti informativi. L'immediatezza della piattaforma consentirà una veloce selezione dell'offerta più indicata per il cliente in modo semplice e sicuro.
- **Prossimità:** risulta strategico portare l'offerta vicino a dove il turista effettivamente si trova. In tal senso, i servizi devono andare verso il turista ed essere a disposizione in prossimità delle sue esperienze di soggiorno. In occasione di eventi fieristici e congressuali si attiveranno quindi punti informativi ad hoc in prossimità delle sedi degli eventi stessi.

### **AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2025**

Per implementare ulteriormente l'assistenza verso turisti e visitatori, verrà ulteriormente sviluppato un servizio di Customer service con operatore dedicato, da affiancare agli strumenti già in uso. Tale servizio prevedrà un

operatore dedicato in grado di fornire supporto logistico/informativo in tempo reale agli utenti sia via mail che tramite contatto telefonico diretto. Nel 2025 si prevede anche la realizzazione di un corner informativo presso l'infopoint di Trenitalia all'interno della Stazione Centrale di Bologna, in cui si potranno trovare materiali informativi. In determinati momenti dell'anno sarà possibile anche attivare un desk mobile con un operatore turistico.

### **Specificazione dei seguenti elementi progettuali:**

**1) Progetto che contempla la funzione di redazione locale svolta dall'ufficio nell'ambito di ERT/SITUR SÌ**

**2) Attività finalizzate al funzionamento di reti di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale**

Lo strumento selezionato dal Territorio Turistico Bologna-Modena attraverso le DMO territoriali per le attività di e-commerce è stato adottato anche dagli IAT-R per la promo-commercializzazione dei servizi presso i punti fisici. L'utilizzo congiunto e coordinato dell'e-commerce tra BW e Modenatur permette di connettere gli operatori del territorio per integrare e mettere organicamente in rete l'offerta dell'area turistica vasta e facilitare la programmazione del turista.

Con la creazione degli hub territoriali, si prevede anche lo sviluppo di questa rete a livello metropolitano, grazie alla possibilità di mettere in rete prodotti turistici con i tre hub (Sasso Marconi, Imola e San Giovanni in Persiceto). Oltre ai prodotti turistici, questa rete di scambio sarà possibile anche a livello di informazioni grazie alla rete tra i siti di redazione locale territoriale (Pianura, Appennino, territorio imolese) e il sito di destinazione [bolognawelcome.com](http://bolognawelcome.com).

**3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile**

- **Accessibilità:** La DMO è impegnata rispetto al tema dell'accessibilità turistica. Il turismo accessibile è caratterizzato da una comunicazione dedicata e costantemente aggiornata, frutto di un continuo lavoro con gli attori locali e le istituzioni. L'obiettivo di un turismo accessibile si declina operativamente su due piani distinti e complementari: da una parte significa offrire informazioni puntuali e aggiornate intorno alle condizioni di accessibilità della destinazione e dei luoghi, delle esperienze e delle manifestazioni al suo interno; dall'altra significa mettere a disposizione dei visitatori ambienti informativi effettivamente accessibili, sia a livello di architetture informative che di singole pagine e impiego delle immagini. La sezione Turismo Accessibile del portale di destinazione [www.bolognawelcome.com](http://www.bolognawelcome.com) è stata posizionata in un ingombro di maggior rilievo nella homepage del sito e ulteriormente migliorata. Questo per permettere all'utente e al visitatore con disabilità di individuare più velocemente la sezione e fruire delle informazioni pratiche di viaggio (come arrivare a Bologna, come spostarsi in città, quali esperienze e luoghi visitare, dove trovare gli itinerari di visita, quali alberghi e ristoranti si sono dichiarati accessibili) sia in italiano che in inglese. In continuità con quanto già avviato negli anni precedenti, la sezione del portale Turismo Accessibile continuerà a essere in evidenza sul portale e proseguirà la ricerca per il miglioramento dell'accessibilità ai contenuti della DMO.
- **Sostenibilità:** tutti i materiali informativi sono stati completamente digitalizzati e resi disponibili sul portale di destinazione in varie lingue, in modo tale da poter offrire lo stesso servizio al turista ma senza l'utilizzo di materiale cartaceo. La nuova mappa della città inoltre è stata stampata con anche le indicazioni che suggeriscono al turista la possibilità di riportare la mappa presso l'info point e poterla riutilizzare, rendendo l'esperienza turistica anche un'occasione per generare economia circolare e favorire il riutilizzo e il rispetto dei materiali gratuiti.

- **Innovazione:** ogni anno vengono sperimentate nuove tecnologie, nuovi prodotti e nuove modalità di offerta degli stessi. Per questo motivo tutti gli interventi riportati nelle pagine precedenti prevedono uno studio continuativo di soluzioni innovative. Dal punto di vista dell'esperienza di acquisto, è stato creato uno shop online che permette al turista di acquistare anche il merchandising online, riducendo i tempi di attesa o di servizio all'interno dell'info point. Nel 2025 saranno anche inseriti nuovi lettori di barcode che permetteranno di svolgere le azioni di vendita in cassa in modo più rapido, sempre per ridurre i tempi di attesa del turista. Tutti i materiali informativi progettati, sono anche dotati di QRcode che rimanda alle pagine online dove il turista può trovare ulteriori informazioni o finalizzare un acquisto. Nel 2025 si prevede di continuare lo studio di strumenti innovativi che possano portare ad un continuo miglioramento del servizio e ad un'ottimizzazione dello stesso.

#### **4) Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO**

Per le attività turistiche organizzate dal Territorio Turistico Bologna-Modena proseguirà l'integrazione al software Trekksoft utilizzato da entrambe le destinazioni per la vendita di prodotti turistici online e offline.

L'utilizzo congiunto e coordinato dell'e-commerce tra BW e Modenatur, oltre all'integrazione dei prodotti degli hub territoriali, permette di mettere in rete l'offerta dell'area turistica vasta e facilitare la programmazione del turista.

#### **5) Descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti**

- Corsi di aggiornamento linguistici.
- Corsi per utilizzo dei Social Network e dei nuovi strumenti di comunicazione quali WhatsApp Business e MyBologna web app.
- Corsi di aggiornamento relativi al filone di prodotti outdoor, active & slow e di nuovi percorsi culturali.
- Corsi di aggiornamento relativi a siti museali e storici della città e del territorio metropolitano.

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 300.000,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 300.000,00

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** ALTA

**CONTRIBUTO CONCESSO:** € 45.000,00

### **AMBITO 1.a - Informazione e accoglienza al turista - IAT INNOVATIVI**

#### **10) Comune di Valsamoggia – IAT DIFFUSO COLLI BOLOGNESI**

**Ente proponente:** Comune di Valsamoggia (capofila dei Comuni di Zola Predosa, Casalecchio di Reno e Monte San Pietro)

**Denominazione dell'ufficio:** Area Gestione e Sviluppo del Territorio Qualità e programmazione Territoriale – Servizio Valorizzazione del Territorio

**Descrizione sintetica del progetto:**

**PROGETTO IAT DIFFUSO - INFORMAZIONE ED ACCOGLIENZA AL TURISTA**

I Comuni di Casalecchio di Reno, Monte San Pietro, Valsamoggia e Zola Predosa dal 2021 sperimentano un modello di informazione e accoglienza innovativa nel territorio metropolitano di Bologna: è il progetto degli INFO POINT DIFFUSI che coinvolge il tessuto commerciale e produttivo del territorio rendendolo parte attiva nell'ampliare la possibilità per visitatori e turisti di ricevere informazioni su luoghi da visitare, percorsi, iniziative e manifestazioni di tutti i comuni coinvolti: Monte San Pietro, Valsamoggia, Zola Predosa e Casalecchio di Reno.

Il progetto prevede di implementare, valorizzare, potenziare i già presenti IAT diffusi sui territori, andando sempre ad implementare il servizio con nuovi punti oltre che potenziare, valorizzare i già presenti.

Con punti già presenti si ritiene di continuare la formazione per permettere sempre una più ampia risposta ai turisti.

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 30.000,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 30.000,00

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** ALTA

**CONTRIBUTO CONCESSO:** € 10.000,00

### **11) Comune di Marzabotto – WELCOME ROOM**

**Ente proponente:** COMUNE DI MARZABOTTO (BO)

**Denominazione dell'ufficio:** INFO POINT MARZABOTTO

**Descrizione sintetica del progetto:**

Il progetto vuole garantire un sistema dinamico di informazione turistica che permetta di valorizzare le emergenze storiche e culturali, naturalistiche ed enogastronomiche, ma anche di informare ed aggiornare sugli eventi del Comune e del territorio dell'Unione Appennino Bolognese.

Il progetto prevede inoltre di mantenere la collaborazione attiva con la rete degli IAT, collaborando in modo specifico con lo IAT R di Sasso Marconi, punto di riferimento per l'intero sub-ambito dell'Appennino Bolognese garantendo la condivisione di informazioni riguardo la promozione e valorizzazione del territorio e dei suoi eventi e condividendo materiale cartaceo informativo e promozionale sia locale che non; nonché di creare una rete di collaborazione tra soggetti pubblici e privati in ambito turistico, ponendosi come struttura intermediaia istituzionale, non solo a livello locale, ma anche verso la Città metropolitana di Bologna e la Regione, per sviluppare e aumentare la rete turistica operativa sul territorio.

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 30.000,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 30.000,00

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** ALTA

**CONTRIBUTO CONCESSO:** € 15.000,00

### **12) Comune di Imola – WELCOME ROOM**

**Ente proponente:** COMUNE DI IMOLA

**Denominazione dell'ufficio:** WELCOME ROOM – INFORMAZIONE ACCOGLIENZA TURISTICA

**Descrizione sintetica del progetto:**

La Welcome Room, per la sua posizione centrale e per l'accessibilità h24 – 7 giorni su 7, consente di accompagnare il turista alla scoperta della città sia attraverso la consultazione del monitor touchscreen che con la distribuzione di materiali cartacei inseriti nel totem a fianco del monitor. L'ufficio si completa anche attraverso l'apertura di uno spazio interno in orari prefissati presidiato da n. 2 operatori che possono essere di ulteriore supporto al turista per le sue richieste. In occasione di grandi eventi o di manifestazioni in svolgimento nel centro città l'ufficio effettua anche aperture straordinarie festive e serali.

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 41.000,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 30.000,00

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** MEDIA

**CONTRIBUTO CONCESSO:** € 15.000,00

### **13) Comune di Crevalcore – IAT DIFFUSO**

**Ente proponente:** COMUNE DI CREVALCORE

**Denominazione dell'ufficio:** UFFICIO COMUNICAZIONE E TURISMO

**Descrizione sintetica del progetto:**

Le azioni proposte nel 2025 mirano a potenziare l'accessibilità, la sostenibilità e l'innovazione dei servizi di informazione e accoglienza turistica, in linea con le evoluzioni del mercato turistico e i principi di turismo inclusivo e sostenibile. Le principali iniziative sono focalizzate su un miglioramento continuo dell'esperienza turistica, l'ottimizzazione delle risorse territoriali e la creazione di una rete più efficiente tra le strutture e gli operatori turistici, a livello territoriale comunale ma con respiro sovracomunale e con l'attenzione alla creazione di un piano di sviluppo coerente con le linee di Destinazione.

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 12.859,78

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 12.859,78

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** ALTA

**CONTRIBUTO CONCESSO:** € 6.429,89

## **AMBITO 1.b - Animazione e intrattenimento turistico – IAT RESERVATION E IAT**

### **1) Comune di Sasso Marconi - IAT R**

**Ente proponente:** Comune di Sasso Marconi

**Titolo del progetto:** “Tartufesta 2025 – I 5 sensi”

**Descrizione sintetica del progetto:**

Manifestazione, giunta alla 32° edizione, di promozione del tartufo bianco pregiato dei Colli Bolognese e delle altre eccellenze eno-gastronomiche, di artigianato e di altre produzioni locali accompagnata dalla valorizzazione delle emergenze storico, culturali e paesaggistiche del territorio, con il coinvolgimento degli esercizi commerciali e di ristorazione per offrire una proposta qualificata per i visitatori. L'iniziativa si arricchisce del contributo delle aziende multifunzionali (agriturismi, fattorie didattiche) e delle associazioni locali per realizzare momenti di informazione, valutazione delle qualità dei prodotti, animazione e degustazione, per offrire ai visitatori la possibilità di compiere un viaggio sensoriale tra colori, profumi e sapori d'autunno.

**Luogo:** Centro di Sasso Marconi e vie limitrofe a P.zza dei Martiri della Liberazione

**Periodo:** 5 giorni che comprendono l'ultimo weekend di ottobre, l'1/11 e il primo weekend di novembre

Azioni nel corso del 2025 in parte innovative rispetto alle edizioni precedenti: tour olfattivi dedicati a turisti ma anche a ipovedenti saranno la principale innovazione; festa ecosostenibile e accessibile; campagna di comunicazione Pop ne caratterizzerà gli elementi di attrattività: il prodotto, l'arte culinaria, le colline del gusto, i produttori; l'evento 2025 cercherà di attrarre oltre che i gruppi organizzati e i turisti “generici” soprattutto i Millennials (1981- 1996).

Iniziativa coerente con le Linee guida triennali per la promo-commercializzazione regionale 2025-2027 - Food & Wine.

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 30.000,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 30.000,00

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** ALTA

**CONTRIBUTO CONCESSO:** € 15.000,00

### **2) Comune di Alto Reno Terme - IAT**

**Ente proponente:** Comune di Alto Reno Terme

**Titolo del progetto:** “ART: musica e spettacolo”

**Descrizione sintetica del progetto:**

Il progetto di animazione e intrattenimento turistico che l'Ente propone per ricevere finanziamento si concentra sia sull'organizzazione territoriale delle iniziative promosse dalle Associazioni di Promozione Sociale e dal Comune stesso, sia su una progettualità organizzata e realizzata direttamente dall'Ufficio Informazione Turistica. Tali ultime iniziative hanno carattere turistico, sono gratuite e volte a rappresentare il territorio nelle sue peculiarità, oltre che a promuoverlo al di fuori dei confini geografici. Le iniziative organizzate e realizzate saranno:

- I Suoni dell'Alto Reno: concerti di musica dal vivo effettuati all'interno delle Chiese e Pievi del territorio di Alto Reno Terme;
- Porretta Accordeon Show: concerto gratuito che si terrà presso l'arena all'aperto Rufus Thomas Park in centro a Porretta Terme;
- Porretta in passerella: sfilata di moda e spettacolo di intrattenimento che annualmente si svolge al Rufus Thomas Park di Porretta Terme per inaugurare la stagione estiva;
- Il ballo torna in scena! Rassegna ormai giunta a numerose edizioni, indirizzata principalmente ai clienti termali, ma non solo che prevede 12 spettacoli danzanti che si svolgeranno all'interno del Parco Rufus Thomas.

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 9.100,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 9.100,00

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** ALTA

**CONTRIBUTO CONCESSO:** € 4.550,00

### 3) Nuovo Circondario Imolese – IAT R

**Ente proponente:** NUOVO CIRCONDARIO IMOLESE

**Titolo del progetto:** SCOPRI IL NUOVO CIRCONDARIO IMOLESE, TERRA DI MOTORI, EVENTI E NATURA

**Descrizione sintetica del progetto:**

Il progetto per l'animazione e l'intrattenimento turistico del Nuovo Circondario Imolese punta a valorizzare il territorio attraverso la promozione di eventi, iniziative tematiche e pacchetti turistici, integrati in un calendario condiviso. L'obiettivo è di rafforzare l'identità turistica locale, favorire la destagionalizzazione dei flussi e attrarre visitatori interessati a esperienze autentiche che uniscano natura, cultura ed enogastronomia.

Le azioni principali prevedono il supporto agli eventi locali tramite attività promozionali coordinate, come la stampa di materiali informativi e la gestione di campagne sui social media, affiancate dall'organizzazione di passeggiate guidate e itinerari tematici. In occasione di sagre e feste, saranno proposti pacchetti turistici personalizzabili in due formule: "day," con trekking e pranzo tipico, e "day&night", con pernottamento e visite ad attrattori locali.

Il progetto si basa su principi di sostenibilità e innovazione, limitando l'uso di materiali cartacei a favore della comunicazione digitale e sviluppando prodotti turistici inediti per migliorare l'attrattività del territorio. Grazie al coinvolgimento di partner locali come Pro Loco, aziende agricole e guide turistiche, il Circondario si propone di creare un'offerta integrata capace di aumentare i flussi turistici e migliorare la permanenza media dei visitatori.

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 26.000,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 26.000,00

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** ALTA

**CONTRIBUTO CONCESSO:** € 13.000,00

### 4) Comune di Dozza – IAT

**Ente proponente:** Comune di Dozza

**Titolo del progetto:** Animazione turistica per la XXX Biennale del Muro Dipinto di Dozza

**Descrizione sintetica del progetto:**

Dozza, affacciata sulla valle del Sellustra tra Imola e Bologna, è un borgo medievale con una storia millenaria e un impianto urbanistico ben conservato, inserito tra i “Borghi più Belli d’Italia” e premiato con la “Bandiera Arancione”. Il centro storico si distingue per le sue stradine strette e colorate che conducono alla maestosa Rocca, integrando natura e architettura. Celebre per il suo “Muro Dipinto”, Dozza è un museo a cielo aperto con oltre cento opere di artisti contemporanei.

La XXX Biennale del Muro Dipinto celebra questa tradizione artistica con nuovi murali a Dozza e Toscanella, eventi culturali e spettacoli. Il progetto mira ad animare il territorio e attrarre flussi turistici coinvolgendo artisti, scelti da una commissione, che durante la manifestazione saranno impegnati a dipingere dal vivo e a interagire con il pubblico. Le azioni proposte la realizzazione dal vivo di nuove opere e di interventi di restauro, l’organizzazione di mostre dedicate al muro dipinto, per valorizzare un patrimonio che viene incrementato continuamente a partire dal 1960. Le iniziative includeranno laboratori e visite guidate, coinvolgendo scuole e associazioni per una fruizione accessibile e senza barriere.

La Biennale, evento di grande richiamo, è affiancata da eventi enogastronomici e culturali per attrarre un pubblico eterogeneo e incentivare il turismo sostenibile. La combinazione di arte, cultura e storia consolida Dozza come una meta affascinante dell’Emilia-Romagna, incrementando le presenze e rafforzando la sua identità culturale unica.

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 19.000,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 19.000,00

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** ALTA

**CONTRIBUTO CONCESSO:** € 9.500,00

**5) Comune di San Giovanni in Persiceto – IAT R**

**Ente proponente:** Comune di San Giovanni in Persiceto

**Titolo del progetto:** Ciclovía del Sole tra sapori e storia: oltre 50 Km alla scoperta della Pianura

**Descrizione sintetica del progetto:**

Questo progetto enogastronomico in bicicletta vuole offrire una combinazione di scoperta culturale, educazione ambientale e piaceri gastronomici, attirando un pubblico alla ricerca di esperienze autentiche e immersive utilizzando l’importante infrastruttura della Ciclovía del Sole.

I percorsi sono studiati per essere accessibili anche ai ciclisti meno esperti e sono percorribili con ogni tipo di bici, immersi nella cultura e nei paesaggi della pianura bolognese/modenese (attraversati dalla Ciclovía del Sole) ricca di storia e tradizioni.

Sono pedalate facili che si possono svolgere in giornata, che si snodano tra borghi e paesi che sono il simbolo della cucina emiliana, del buon vivere e dell’ospitalità.

Lungo il percorso si propongono tappe di degustazione presso produttori locali, aziende agricole, birrifici e ristoranti, dove i partecipanti possono degustare prodotti tipici del territorio. Alcune tappe includono la visita a siti di interesse storico/culturale dove sarà presente una guida abilitata per illustrare la storia e le caratteristiche dei luoghi. Partendo dall’esperienza positiva dei percorsi museali narrati attraverso la CAA si promuove il racconto dei beni artistici rendendoli maggiormente accessibili anche per bambini molto piccoli e persone con bisogni comunicativi complessi.

Tra le degustazioni proposte viene dato risalto ai due prodotti De.Co presenti sul territorio (Brazadela e Africanetto).

Data la peculiarità della nostra pianura e delle conseguenze causate dalle pratiche agricole intensive e dall’attuale cambiamento climatico, il percorso è anche l’occasione per sensibilizzare i partecipanti sull’importanza di rispettare l’ambiente, evitando sprechi e sostenendo pratiche agricole sostenibili.

Il progetto di tour in bicicletta di degustazioni è pensato per offrire ai partecipanti un'esperienza che unisce sport, natura e gastronomia, ideale per chi desidera esplorare nuovi territori in modo sostenibile e a ritmo lento.

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 4.800,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 4.800,00

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** ALTA

**CONTRIBUTO CONCESSO:** € 2.400,00

## **6) Comune di Bologna – IAT R**

### **RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO**

Il piano strategico per il 2025 è stato studiato per rispondere meglio al cambiamento della domanda turistica, rivalutando i servizi offerti e le relative modalità di erogazione, in vista di una gestione più efficiente dei flussi turistici garantendo un invariato standard di qualità dell'accoglienza generale.

- Risorse online ed offline: L'offerta di intrattenimento e animazione si declinerà sempre avvalendosi delle risorse online e offline dello IAT, in primis a partire dalla grande capacità del sito web di promuovere eventi e manifestazioni permettendo al contempo l'acquisto in diretta di una grande varietà di prodotti. In virtù di strumenti come chatbot, mail, newsletter, centralino e postazioni di vendita, il turista avrà accesso non solo a informazioni, ma anche alla possibilità di ricevere offerte su misura in città e nel territorio.
- Vetrine e materiali: Il materiale promozionale, tra cui pieghevoli e innovativi weekly-planner costantemente aggiornati, unitamente a vetrofanie tematiche e vetrine targettizzate, contribuiranno a incrementare l'attenzione del turista e del cittadino sull'offerta culturale, sportiva e musicale di Bologna, coadiuvati da brochure e programmi forniti da reti partner come Trenitalia, location storiche, musei, teatri e organizzatori di eventi. Manifestazioni ed iniziative territoriali saranno veicolate anche attraverso la rete di schermi presente negli spazi dell'ufficio, tra cui innovativi punti interattivi dove l'utente potrà prenotare attività in autonomia o sfogliare i contenuti di proprio interesse direttamente su touch screen.
- Attività ed eventi: Particolare attenzione sarà dedicata alla gestione quotidiana delle esperienze e dei tour in partenza dallo IAT, garantendo un'assistenza completa che copra ogni fase, dalla promozione alla vendita, fino alla gestione operativa del prodotto. Il tutto si inserirà all'interno di rassegne tematiche più ampie, pensate per coinvolgere sia i cittadini che i turisti. In occasione di eventi urbani di particolare rilievo, verrà garantita un'assistenza dedicata enfatizzata dalla presenza di un desk specifico per la distribuzione di informazioni e materiale relativi all'iniziativa, a cura di Bologna Welcome. Lo IAT, proporrà inoltre agli organizzatori di eventi un desk informativo mobile da posizionare nel luogo dell'evento come presidio utile a fornire informazioni turistiche agli utenti. Il desk mobile sarà riconoscibile dal logo di Bologna Welcome e dalla dicitura Infopoint Turistico. Gli eventi prescelti verranno valutati in base alle presenze turistiche e alle necessità di promuovere il territorio in quello specifico evento. Un innovativo sistema di audioguide, i cui contenuti verranno realizzati da Bologna Welcome in collaborazione con critici d'arte museali e guide turistiche abilitate, garantirà infine una più completa ed immersiva esperienza di visita in città.
- Programmazione di itinerari culturali: per il 2025 lo IAT intende collaborare con i musei del territorio e con gli organizzatori di mostre d'arte al fine di proporre degli itinerari tematici che prevedano l'ingresso al museo o alla mostra per un maggior approfondimento del tema trattato.
- E-commerce e promozione delle esperienze turistiche: L'immediatezza della piattaforma in dotazione consentirà una veloce selezione dell'offerta più indicata per il cliente in modo semplice e sicuro, mentre informazioni e inviti per tali novità verranno assicurati da una comunicazione capillare ed efficace, affidata e Newsletter tematiche, blog, articoli, sondaggi e iniziative interattive.

## **AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2025**

A livello comunicativo, si intende confermare stabilmente la presenza di brochure sinottiche che racconteranno le più salienti attività settimanali fornite dallo IAT, come tour, esperienze e visite speciali. Tali pieghevoli, disponibili in italiano e inglese, garantiranno un migliore orientamento del turista attraverso la variegata offerta culturale della città permettendogli di scegliere più puntualmente il prodotto di proprio interesse, tra l'altro accrescendo la sua consapevolezza sulla poliedricità delle attività proposte.

In determinati momenti dell'anno, in occasione di eventi importanti, verrà allestito all'interno dello IAT, o in altre sedi ritenute opportune dall'organizzatore, un desk mobile presidiato ed interamente dedicato all'evento. Tale postazione sarà utile per la promozione e la commercializzazione dell'iniziativa.

Nel corso dell'anno, verranno organizzati periodicamente degli incontri partecipativi rivolti a residenti e turisti, utili per presentare il calendario delle nuove attività organizzate o promo commercializzate dallo IAT, in collaborazione con gli operatori turistici della città. Tra le attività verranno presentate anche rassegne musicali/teatrali e mostre del periodo per le quali sarà possibile acquistare abbonamenti e biglietti all'info point.

È intenzione dello IAT attivare una collaborazione costante con alcuni influencer che operano in campo turistico per consentire una maggiore visibilità sia in area territoriale che internazionale. Queste attività permetteranno una maggiore divulgazione di tutte le proposte turistiche organizzate e commercializzate dallo IAT.

Nel corso dell'anno verranno organizzati dei percorsi tematici abbinati a ingressi museali, ad esempio: Tour della Bologna Romana con ingresso al Museo della storia di Bologna, Bologna Archeologica con ingresso al Museo Archeologico, la Bologna di Guido Reni con ingresso alla Pinacoteca Nazionale in occasione della nuova mostra dedicata all'artista. Un percorso musicale verrà organizzato e proposto in abbinamento all'acquisto di biglietti per concerti previsti in città. Verranno inoltre programmate visite interne a Palazzi storici solitamente non accessibili ai turisti ma che contengono importanti contenuti storici ed artistici della storia cittadina.

I percorsi saranno organizzati in varie lingue per una maggiore diffusione e adesione.

Il progetto di realizzazione e commercializzazione di audioguide in varie lingue servirà per arricchire le visite in alcuni palazzi della città (ad esempio Archiginnasio e Palazzo Pepoli, Museo della storia di Bologna).

Un percorso cittadino dedicato al Giubileo sarà arricchito da contenuti esclusivi relativi alle chiese giubilari, che nel 2025 accoglieranno un gran numero di pellegrini e turisti. Le audioguide offriranno informazioni storico-artistiche dettagliate, consentendo ai visitatori di scoprire i luoghi di interesse nei tempi e con le modalità più adatte alle loro esigenze. La tecnologia adottata permetterà di scaricare tutti i contenuti dell'audioguida direttamente sul proprio dispositivo (PC o smartphone), garantendo così la possibilità di ascoltarli o leggerli in qualsiasi momento, anche dopo il termine del soggiorno in città.

L'ulteriore sviluppo di vetrine tematiche e vetrofanie dedicate offrirà agli utenti un riscontro immediato e visibile su merchandise, eventi e iniziative turistiche, migliorando l'impatto comunicativo e l'accessibilità delle informazioni.

### **Specificazione dei seguenti elementi progettuali:**

- 1) Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti**

Attraverso la piattaforma e-commerce a disposizione degli operatori e l'ampia offerta su questa caricata, verranno raggiunti tutti i possibili target di utenza, comprendendo stranieri e locali, per i quali sono state studiate attività mirate secondo il cluster di interesse.

La ricca tradizione musicale e teatrale di Bologna trova una forte valorizzazione nel potenziamento del corner biglietteria. Grazie a una collaborazione stretta e duratura con teatri e organizzatori musicali, sarà possibile acquistare biglietti e abbonamenti per eventi della scena bolognese e del territorio circostante.

Inoltre, le attività promozionali svolte dagli influencer contribuiranno a incrementare la visibilità della città e a promuovere l'ampia gamma di offerte turistiche ad essa collegate.

La progettazione di incontri periodici in presenza, presso lo IAT o in altre sedi cittadine, avrà un ruolo strategico nella promozione degli eventi organizzati sul territorio. Durante questi incontri, sarà inoltre possibile acquistare i biglietti direttamente presso lo IAT, facilitando l'accesso alle iniziative. Questi momenti favoriranno una maggiore sinergia tra lo IAT, i turisti, i residenti e tutti coloro interessati a partecipare alle attività turistico-culturali in programma, trasformando lo IAT in un punto informativo sempre più dinamico e strettamente connesso agli utenti.

Parallelamente, la progettazione di itinerari tematici abbinati a esperienze museali e mostre contribuirà a rafforzare la collaborazione con i luoghi culturali della città, incentivando l'aumento degli accessi e valorizzando l'offerta turistica complessiva.

## **2) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione**

- **accessibilità** – Lo IAT offre informazioni puntuali e aggiornate intorno alle condizioni di accessibilità della destinazione e dei luoghi, delle esperienze e delle manifestazioni al suo interno, mettendo a disposizione dei visitatori ambienti informativi effettivamente accessibili, sia a livello di architetture informative che di singole pagine e impiego delle immagini. La sezione Turismo Accessibile del portale di destinazione [www.bolognawelcome.com](http://www.bolognawelcome.com) è stata posizionata in un ingombro di maggior rilievo nella homepage del sito e ulteriormente migliorata. L'interesse dell'offerta turistica, sul sito e sull'e-commerce, è fortemente orientata all'accessibilità da parte dei suoi fruitori, dal punto di vista dell'eshaustività delle informazioni pratiche e di concessioni economiche dedicate.
- **sostenibilità** – tutti i materiali informativi sono stati completamente digitalizzati e resi disponibili sul portale di destinazione in varie lingue, in modo tale da poter offrire lo stesso servizio al turista senza l'utilizzo di materiale cartaceo. Al turista che ritira la nuova mappa del centro storico viene suggerirà a possibilità di restituirla presso l'info point e poterla riutilizzare, rendendo l'esperienza turistica anche un'occasione per generare economia circolare e favorire il riutilizzo e il rispetto dei materiali gratuiti. Si è proceduto verso una significativa dematerializzazione di prodotti turistici prima fisici, come la Card Cultura e la Bologna Welcome Card, con una completa digitalizzazione di tutti i processi, che hanno coinvolto anche un'evoluzione di operazioni prima esclusivamente cartacee, come i sondaggi e i titoli di accesso ai siti gestiti dalla fondazione.
- **innovazione** – Dal punto di vista dell'esperienza di acquisto, è stato creato uno shop online che permette al turista di acquistare alcuni articoli da remoto, riducendo i tempi di attesa o di servizio all'interno dell'info point. Riguardo alla fruizione di itinerari ed esperienze tematiche, al fine di gestire al meglio e con professionalità i riscontri da parte dell'utenza, è stato implementato un sistema digitale di gradimento sotto forma di sondaggi relativi alle principali visite offerte. Motivati dall'urgenza di fornire un'esperienza di visita migliorativa e completa dei nuovi attrattori di nostra gestione, è stato studiato e commissionato un innovativo sistema di audioguide multilingue e monouso completamente digitalizzate. In parallelo, lo IAT si è dotato di un proprio stock di radiotrasmittitori ed auricolari di nuova generazione da consegnare ai clienti che partecipino a tour o visite guidate.

## **3) Valorizzazione e promozione di elementi identitari in grado di innalzare la capacità di attrazione dei territori e innescare processi di qualificazione e rivitalizzazione del territorio**

Le eccellenze del territorio e gli elementi identitari saranno valorizzati attraverso vetrine tematiche, arricchite da oltre nove vetrofanie progettate ad hoc nel corso dell'anno. Questi spazi non si limiteranno a promuovere esperienze turistico-culturali, ma daranno visibilità anche a iniziative locali, come spettacoli di burattini ed eventi sportivi, tra cui la partecipazione del Bologna FC alla Champions League.

Inoltre, il merchandise brandizzato con i loghi di prestigio internazionale, come Ducati, Lamborghini e Alma Mater, contribuirà a rafforzare il legame tra il territorio e il pubblico, celebrando l'unicità e la fama delle eccellenze bolognesi.

Le vetrine ospiteranno grafiche coordinate che esibiscono anche oggetti e gadget locali, fungendo da vero e proprio store universale della cultura a Bologna, grazie anche alla linea “è Bologna” nata per mano di Bologna Welcome e che si avvale della collaborazione con artigiani locali. Un altro elemento fondamentale dell’identità culturale è rappresentato dal mondo musicale e teatrale, valorizzato sia attraverso concerti organizzati in occasione di visite guidate, sempre molto apprezzati, sia mediante il perfezionamento di un’area biglietteria che si è evoluta in una struttura complessa e articolata. Questa area integra le funzioni di almeno cinque biglietterie locali, legate a partner di prestigio acquisiti negli ultimi anni, tra cui Musica Insieme, Bologna Festival, Accademia Filarmonica, Orchestra Filarmonica e Inedita.

#### **4) Caratteristiche di integrazione e diversificazione di prodotti e servizi inerenti a settori economici diversi**

Le innumerevoli sfaccettature delle attività portate avanti dall’area accoglienza trovano un immediato riscontro nella diversa provenienza professionale dei partner di cui si avvale:

- Artigianato per la rivendita di gadget tematici, spesso commissionati da Bologna Welcome e prodotti in esclusiva;
- Editoria per la rivendita di una vasta gamma di materiale narrativo e saggistico multilingue, tra cui guide turistiche, romanzi storici, manuali di storia dell’arte, biografie ecc;
- Musica grazie alla partnership con numerosi teatri ed organizzatori locali che utilizzano il punto IAT come biglietteria locale per la promozione e rivendita dei propri abbonamenti e spettacoli;
- Sport grazie alla partnership col Bologna Calcio e la Virtus per la promozione e la rivendita di biglietti e gadget brandizzati;
- Turismo per la rivendita e stretta collaborazione con tour operator locali, fornitori di esperienze diversificate destinate al cittadino e al turista nei più diversi ambiti di applicazione.

#### **Criteri e modalità di riscontro dei risultati**

<b>ELENCO AZIONI DI PROGETTO</b>	<b>MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI</b>
Vetrine, vetrofanie e materiali promozionali	Qualità della grafica e della stampa, riscontro visivo da parte dell’utenza, mantenimento di un’immagine coordinata, attrattività ed invito a visitare lo IAT con relativo tasso di visita. Numero di pieghevoli distribuiti, riduzione del tempo di illustrazione dei vari servizi, riduzione del tempo di acquisto e scelta, tasso di conversione tra prodotto promosso e acquisto dello stesso.
Attività ed eventi	Le attività sui social sia dirette che in collaborazione con influencer potranno essere valutate in base ai tassi di conversione degli utenti oltre al numero di visualizzazioni effettuate. Gli incontri in presenza verranno valutati in base alle adesioni e ai sondaggi di interesse che verranno messi a disposizione degli utenti.
Desk mobili	I risultati relativi alle attività proposte dai desk mobili sia all’interno dello IAT che presso le location di eventi importanti, verranno valutati in base al numero di materiali tematici distribuiti, alle presenze e alle richieste pervenute al desk. Anche le conversioni da informazioni generiche alla prenotazione di servizi saranno utili per la valutazione finale dell’iniziativa.

<p>Audioguide</p>	<p>Il numero di audioguide vendute, il riscontro dell'utenza tramite recensioni e sondaggi, organizzazione logistica del visitatore negli spazi coinvolti saranno utili per delineare i risultati del progetto. Attraverso operazioni di back office sarà inoltre possibile scaricare un report con i dati relativi al tempo di ascolto delle audioguide, e le sezioni di maggiore interesse per il cliente.</p>
<p>Itinerari turistici</p>	<p>La promozione attraverso gli strumenti social, le adesioni ed i sondaggi post esperienza forniranno i dati necessari per la valutazione delle iniziative.</p>

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 30.000,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 30.000,00

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** ALTA

**CONTRIBUTO CONCESSO:** € 15.000,00