

Allegato 3)

TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA-MODENA

P.T.P.L. 2025 - AMBITO 2 RICOGNIZIONE

INIZIATIVE DI PROMOZIONE TURISTICA DI INTERESSE LOCALE

N.B. Si riportano di seguito i progetti di Ambito 1 rimodulati o che hanno avuto modifiche. I contenuti oggetto di revisione o eliminazione sono evidenziati mediante *formattazione corsiva e/o ~~barrata~~*. Le variazioni relative al piano finanziario sono dettagliate in calce a ciascun progetto.

INDICE PROGETTI RIMODULATI

BOLOGNA.....	3
1) ASSOCIAZIONE VITRUVIO A.S.D. - DALLA E MARCONI, AMBASCIATORI DI BOLOGNA SULLA CRESTA DELL'ONDA	3
2) UNIONE RENO GALLIERA - "CYCLISTS ARE WELCOME!" - LA QUALIFICAZIONE DEI SERVIZI SULLE CICLOVIE DEL RENO E DEL NAVILE.....	8
3) NUOVO CIRCONDARIO IMOLESE - BE IN WONDER LAND - CULTURE SPORT NATURE IN IMOLA AREA	9

BOLOGNA

1) ASSOCIAZIONE VITRUVIO A.S.D. - DALLA E MARCONI, AMBASCIATORI DI BOLOGNA SULLA CRESTA DELL'ONDA

P.G. n. 43469 del 30/06/2025

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. Comune di Sasso Marconi
2. Museo Pelagalli Mille voci... mille suoni (patrimonio Unescoc,
3. Museo Marconi Villa Grifone,
4. Associazione C'è Bura Aps,
5. Cooperativa sociale Anima,
6. Comitato Salviamo il Canale Navile,
7. Rete televisiva 7Gold,
8. Francesco Nigro, Guida ambientale patentata e scrittore,
9. Lucio Mazzi, scrittore, giornalista e docente di storia della musica.

DESCRIZIONE SINTETICA

- 1) Il 2025 è il secondo anno del triennio di celebrazioni per i 100 anni della radio, i 70 anni della televisione e i 150 anni dalla nascita di un genio: Guglielmo Marconi nato nel cuore di Bologna il 25/04/1874.
- 2) Obiettivo del presente progetto anche l'internazionalizzazione, realizzando visite guidate e iniziative in lingua inglese e spagnola, per mettere a frutto il lavoro fatto negli ultimi anni a Barcellona dalle associazioni Vitruvio Bologna e Vitruvio Barcelona, associazione gemella fondata nel 2015, in occasione della 37a edizione dell'America's Cup di vela. Vedi Servizio TG7News America's Cup Trailer documentario Edificio Telegrafia Marconi all'aeroporto di Barcellona.
- 3) **Il 2025 è il primo anno del triennio 2025-2027** analizzato dai due documenti ispiratori del bando PTPL 2025, "*Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027*" e "*Programma di Promo-Commercializzazione Turistica (PPCT)*" dove vengono indicate le seguenti priorità di azione:
 - **City Break**
Promozione turistica dell'offerta museale integrata con siti storici;
Palazzi e siti storici pubblici e privati.
 - **Cultura;**
Itinerari culturali sovra-territoriali che tengano conto dei personaggi che, nati e/o vissuti nel territorio, si sono distinti nel panorama musicale (**Lucio Dalla**) e scientifico (**Guglielmo Marconi**) internazionale; «**ambasciatori**» che rappresentano un'opportunità strategica di crescita della notorietà della destinazione.
Borghi del Territorio Turistico Bologna-Modena con le proprie ville.
 - **Outdoor Active&Slow**
- *Cicloturismo nei sub-ambiti metropolitani*
Appennino: Bike experience;
 - Natura e benessere**
Messa a sistema e promozione delle risorse e dei servizi per la fruizione naturalistica con riferimento ai parchi, riserve, oasi.

DALLA e MARCONI, AMBASCIATORI DI BOLOGNA SULLA CRESTA DELL'ONDA un articolato insieme di sei iniziative (bike, trekking, visite guidate che rientra perfettamente nell'ambito delle linee di prodotto di cui sopra e che verranno proposte tutto l'anno:

Outdoor Active&Slow

- Cicloturismo e trekking nei sub-ambiti metropolitani

Sono stati confermati i seguenti quattro percorsi su quelli inizialmente previsti.

- 1) **I RAGGI DI MARCONI** - Bike experience e visite guidate da ExtraBo alla casa natale di Marconi, al Parco Talon, alla Chiusa di Casalecchio, a Villa Grifone lungo il corso del Reno, per rientrare attraversando i parchi bolognesi fino alla collezione Pelagalli "Mille voci... mille suoni").
- 2) ~~**ONDE RIBELLI** - Bike experience e visita guidata dal Giardino Marinai d'Italia, alle ex aree FFSS, ai Prati di Caprara, fino al Museo Pelagalli "Mille voci... mille suoni".~~
- 3) **ELETTRA: PASSI SULLE ONDE DI MARCONI** - Trekking e visita guidata da Colle ameno alla Collina dei Celestini al Museo Marconi di Villa Grifone.
- 4) **LA RADIO PER LA MUSICA, LA MUSICA PER LA RADIO** - Visita guidata e talk show al Museo Pelagalli "Mille voci... mille suoni").
- 5) **LUCIO E OMBRE. DALLA MUSICA ALLA CITTA'** - Visita guidata alla Casa Museo Lucio Dalla e successivo trekking urbano - concerto itinerante ad anello, toccando i luoghi più significativi del centro storico legati alla vita dell'artista.
- 6) ~~**COM'E' PROFONDO IL... NAVILE: IL CANALE D'ACQUA CHE TRASMETTE DALLA** - Trekking urbano concerto itinerante dal Sostegno del Battiferro lungo la ciclopedonale del Navile, passando dalla panchina di Lucio Dalla presso la sede di 7Gold e cenando al Parco dei Giardini alla Ca' Bura.~~

AZIONI

1) Sopralluoghi esecutivi

Per la compilazione di questo progetto abbiamo già effettuato i sopralluoghi necessari per essere certi che quanto proposto sia fattibile. Conosciamo bene il territorio e gli edifici storici oggetto di valorizzazione e sorprenderemo i turisti con dettagli non noti o non visibili.

2) Ricerche storiche, e ambientali, ecc.

Una volta terminati i sopralluoghi esecutivi inizia l'approfondita ricerca dei contenuti per ogni singolo luogo individuato lungo i percorsi, cercando relazioni fra i diversi temi evidenziati nel progetto. Il risultato della ricerca saranno i testi che verranno provati direttamente sui percorsi, misurando tempi e ipotizzando possibili diversivi o contrattamenti che potrebbero capitare.

3) Scrittura test e mappatura.

Solo dopo questo ulteriore importante lavoro si potranno licenziare i testi definitivi che verranno mappati sia in formato elettronico che in cartaceo per il solo uso interno, di supporto alle ns. guide, attrice, musicisti, relatori.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO

Comuni di Bologna, Casalecchio, Sasso Marconi, lungo l'asta del Fiume Reno.

PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE

Tutto l'anno.

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:

Per quanto già esposto, la valenza turistica è certa, grazie alla fama dei due ambasciatori bolognesi. Questo progetto apre ulteriori stimolanti alternative a mercati già attivi nel territorio metropolitano, considerando che le proposte di Vitruvio vengono realizzate con continuità e certezza di calendario da molti anni e sono rivolte con successo a mercati locali, nazionali e internazionali. ~~Le sei attività verranno realizzate in italiano in inglese e in spagnolo, anche per attirare in pubblico frutto delle attività di Vitruvio Barcellona realizzate in occasione dell'America's Cup di vela.~~ Vedi Servizio TG7News America's Cup Trailer documentario Edificio Telegrafia Marconi all'aeroporto di Barcellona.

2) Coerenza con gli obiettivi delle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027 e con il quadro di riferimento di cui alle premesse dell'Avviso PTPL 2025:

Il curriculum e la storia ventennale dell'Associazione Vitruvio garantiscono la certezza di un risultato conforme alle linee guida, anche grazie alle competenze del Dot. Francesco Nigro, dello scrittore e giornalista Lucio Mazzi, evidenziate nei curriculum, dell'attrice Elisa Pizzolo e dell'attore - musicista ~~Gabriele Baldoni~~ e Umberto Cavalli.

L'invio settimanale della newsletter di Vitruvio agli oltre 30.000 iscritti in mailing list consentirà di raggiungere mediamente c.a 70.000 persone (considerando che ad un indirizzo può corrispondere una coppia o una famiglia).

Le ricadute per alloggio e cibo saranno importanti, poiché le iniziative verranno proposte tutto l'anno. Il sostegno economico richiesto a Città metropolitana avrebbe totale garanzia di risultato, perché Vitruvio una realtà strutturata con esperienza pluridecennale sul territorio e decennale con Città metropolitana.

3) Coerenza interna fra gli obiettivi, i mercati, le azioni e i costi:

~~Solo due iniziative su sei sono inedite~~, le quattro iniziative sono già consolidate e sono state perfezionate ed adeguate nel tempo agli obiettivi, i mercati, le azioni e di costi che ogni anno vengono indicati nel PTPL di Città Metropolitana. ~~Le due iniziative inedite sono state progettate facendo tesoro delle esperienze precedenti assimilabili a quanto ideato ora.~~ Coerenza interna assicurata e verificata.

4) Riduzione dell'impatto ambientale con indicazione delle relative misure previste

Tutte le iniziative nascono dall'utilizzo della rete di ciclopeditoni, stimolando il cicloturismo ed il trekking in ambiente. È prevista anche la raccolta di rifiuti abbandonati in ambiente. Verrà caldeggiato l'utilizzo della borraccia, escludendo le bottiglie d'acqua di plastica. La promozione verrà effettuata senza stampare nulla, verrà utilizzata solo la rete e la ns. mailing-list e l'invio di comunicati stampa ai media.

5) Azioni di promozione del turismo accessibile, in particolare in riferimento all'accessibilità a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive:

~~Esperienza pluriennale con l'associazione ENS (Ente Nazionale Sordi), si intende organizzare iniziative dedicate a loro, con traduttrici nel linguaggio dei segni.~~ In merito all'accessibilità fisica tutti i percorsi, trekking o bike tour, come anche per il Museo Pelagalli, sono stati progettati per consentirne la totale fruizione. Purtroppo invece per le disabilità motorie gravi non sarà possibile visitare il Museo Marconi di Villa Grifone.

6) Previsione di vendita di biglietti a carico dell'utente finale per poter usufruire dei servizi promossi:

SÌ

7) Elementi di innovazione progettuale nell'ambito di iniziative consolidate del territorio, ovvero progetti inediti:

1. **I RAGGI DI MARCONI** - *Bike experience e visite guidate da ExtraBo alla casa natale di Marconi, al Parco Talon, alla Chiesa di Casalecchio, a Villa Grifone lungo il corso del Reno, per rientrare attraversando i parchi bolognesi ino alla collezione Pelagalli "Mille voci... mille suoni"*

Iniziativa già consolidata.

Innovazioni: Accordo commerciale per il pranzo con il chiosco del Lido di Casalecchio, che garantisce una proposta articolata e logisticamente nella posizione migliore per concludere le iniziative del matno e proseguire con quelle pomeridiane. Accordo con Associazioni che si occupano esclusivamente di cicloturismo afnche inseriscano l'iniziativa nel loro calendario annuale.

2. ~~**ONDE RIBELLI** — *Bike experience e visita guidata dal Giardino Marinai d'Italia, alle ex aree FFSS, ai Prati di Caprara, fino al Museo Pelegalli "Mille voci ... mille suoni".*~~

~~**Progetto inedito**~~

3. **ELETTRA: PASSI SULLE ONDE DI MARCONI** – *Trekking e visita guidata da Colle ameno alla Collina dei Celestini a Villa Grifone.*

Iniziativa già consolidata.

4. **LA RADIO PER LA MUSICA, LA MUSICA PER LA RADIO** – *Visita guidata e talk show alla collezione Pelagalli "Mille voci... mille suoni").*

Progetto inedito.

5. **LUCIO E OMBRE. DALLA MUSICA ALLA CITTA'** - *Visita guidata alla Casa Museo Lucio Dalla e, a seguire, trekking urbano – concerto itinerante ad anello, toccando i luoghi più significativi del centro storico legati alla vita dell'artista.*

Iniziativa già consolidata.

Innovazioni: Accordo commerciale con Bologna Welcome per vendita del pacchetto Lucio Dalla visita alla Casa Museo + Trekking - spettacolo itinerante.

6. ~~**COM'E' PROFONDO IL... NAVILE: IL CANALE D'ACQUA CHE TRASMETTE DALLA-**~~
~~*Trekking urbano concerto itinerante dal Sostegno del Battiferro lungo la ciclopedonale del Navile, passando dalla panchina di Lucio Dalla presso la sede di 7Gold e cenando al Parco dei Giardini alla Ca' Bura.*~~

~~**Iniziativa già consolidata**~~

~~**Innovazioni:** Accordo commerciale con Bologna Welcome per vendita del pacchetto Lucio Dalla Trekking – spettacolo itinerante + cena al Parco dei Giardini.~~

8) Promozione e messa a disposizione del Territorio Turistico di materiale foto e video, anche realizzato con drone:

È già consuetudine di Vitruvio condividere le immagini riprese durante le iniziative sia da parte delle guide che da parte del pubblico, che contribuendo così ad alimentare attivamente un interessante ed utilissimo reportage fotografico soggetto dei luoghi oggetto di promozione e di visita. *Anche se le riprese con drone che si intendono produrre potranno essere molto suggestive per documentare sia i trekking e i bike tour.*

Eventuale integrazione con progetti di promozione turistica promossi da altri enti sovraordinati, come ad esempio Apt Servizi, Regione Emilia-Romagna o Territorio Turistico Bologna-Modena:

Insieme all'associazione gemella Vitruvio Barcelona abbiamo ultimato con grande successo la prima fase di un progetto triennale di rilevanza internazionale realizzato a Barcellona per celebrare i 150 anni dalla nascita di Guglielmo Marconi. La seconda fase inizierà a gennaio 2025 grazie ad accordi già intercorsi con l'Assemblea legislativa della Regione Emilia-Romagna, e a ciò che verrà concordato con APT Servizi.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Pubblicazione nel calendario 2025 delle singole iniziative sul sito di Vitruvio e sui siti di promozione del territorio attivati dalla Città Metropolitana	Verifica periodica dei numeri relativi all'apertura delle pagine dedicate alle iniziative di Vitruvio, rapportati al numero di prenotazioni ricevute.
Comunicati ai media nazionali	Verifica dell'incremento di prenotazioni ricevute a seguito della pubblicazione di articoli o trasmissione di servizi sui media
Comunicati stampa per ogni singola data delle iniziative inviati da Vitruvio ai media regionali	Verifica dell'incremento di prenotazioni ricevute a seguito della pubblicazione di articoli o trasmissione di servizi sui media
Trasmissione delle proposte ai tanti Tour operator che già collaborano con Vitruvio	Verifica quantità di gruppi prenotati con relativa provenienza
Trasmissione delle proposte alle tante scuole che già collaborano con Vitruvio	Verifica quantità di gruppi prenotati con relativa provenienza
Invio delle proposte con 52 newsletter settimanali a oltre 30.000 indirizzi in mailing-list	Verifica percentuali di lettura e di prenotazione online delle schede in oggetto
Pubblicazione di eventi sui social	Verifica del gradimento e della reale partecipazione alle singole iniziative
Pubblicazione reiterata dei video promozionali	Verifica del numero di aperture dei file video
Analisi della reputazione online	Verifica puntuale delle recensioni su Trip Advisor, con richiesta di recensione inviata via mail al termine di ogni iniziativa
Interviste ai visitatori e analisi sul campo relative alla qualità dei servizi	Semplice tabella con quattro valori da attribuire, inviata via mail al termine di ogni iniziativa
Presenze per provenienza, motivazione/tipo di vacanza	In fase di prenotazione (obbligatoria) verranno richiesti e registrati i dati per ogni singola iniziativa

VITRUVIO DALLA E MARCONI, AMBASCIATORI DI BOLOGNA SULLA CRESTA DELL'ONDA	Spese IVA esente
1. Promozione e comunicazione on line e off line	
Media e social media marketing	€ 2.759,53

Web content (redazione e ottimizzazione contenuti, e-news...)	€ 2.299,61
Stampa di materiale informativo	€ 881,52
Totale spese per azioni di promozione	€ 5.940,66
3. Applicazioni per dispositivi mobili	
Realizzazioni e integrazioni di applicazioni per dispositivi mobili	€ 574,90
Ottimizzazione dei siti per fruizione da mobile	€ 574,90
Totale spese per applicazioni per dispositivi mobili	€ 1.149,81
4. Iniziative complementari all'offerta turistica del TT Bo-Mo	
Ideazione, realizzazione e promozione di itinerari tematici e esperienze	€ 2.759,53
Totale spese per itinerari turistici ed esperienze	€ 2.759,53
IMPORTO TOTALE DEL PROGETTO	€ 9.850,00

* Gli importi delle singole voci di spesa sono stati ridotti proporzionalmente rispetto alle entrate ammesse, decurtate di € 3.000,00 corrispondenti a proventi.

SPESA AMMESSA

- AMMESSA € 12.000,00
- RIMODULATA € 9.850,00
(82% ca. della spesa ammessa)

CONTRIBUTO

- CONCESSO € 1.800,00
- CONFERMATO € 1.800,00

Le modifiche al piano finanziario sono inerenti alle seguenti voci:

- **Media e social media marketing**, rimodulazione da € 3.692,31 a € 2.759,53;
- **Web content (redazione e ottimizzazione contenuto, e-news...)**, rimodulazione da € 3.076,92 a € 2.299,61;
- **Stampa di materiale informativo**, rimodulazione da € 0,00 a € 881,52;
- **Realizzazioni e integrazioni di applicazioni per dispositivi mobili**, rimodulazione da € 769,23 a € 574,90;
- **Ottimizzazione dei siti per fruizione da mobile**, rimodulazione da € 769,23 a € 574,90;
- **Ideazione, realizzazione e promozione di itinerari tematici e esperienze**, rimodulazione da € 3.692,31 a € 2.759,53.

2) UNIONE RENO GALLIERA - "CYCLISTS ARE WELCOME!" - LA QUALIFICAZIONE DEI SERVIZI SULLE CICLOVIE DEL RENO E DEL NAVILE

P.G. n. 43089 del 27/06/2025

Il progetto non ha subito modifiche rispetto a quello approvato.

UNIONE RENO GALLIERA “CYCLISTS ARE WELCOME!” - LA QUALIFICAZIONE DEI SERVIZI SULLE CICLOVIE DEL RENO E DEL NAVILE	Spese IVA inclusa
1. Promozione e comunicazione on line e off line	
Web content (redazione e ottimizzazione contenuti, e-news...)	€ 2.500,00
Totale spese per azioni di promozione	€ 2.500,00
4. Iniziative complementari all’offerta turistica del TT Bo-Mo	
Ideazione, realizzazione e promozione di itinerari tematici e esperienze	€ 5.600,00
Totale spese per itinerari turistici ed esperienze	€ 5.600,00
IMPORTO TOTALE DEL PROGETTO	€ 8.100,00

SPESA AMMESSA

- AMMESSA € 8.100,00
- RIMODULATA € 8.100,00
(100% della spesa ammessa)

CONTRIBUTO

- CONCESSO € 4.050,00
- CONFERMATO € 4.050,00

Le modifiche al piano finanziario sono inerenti alle seguenti voci:

- **Stampa di materiale informativo**, rimodulazione da € 2.061,00 a € 2.500,00;
- **Ideazione, realizzazione e promozione di itinerari tematici e esperienze**, rimodulazione da € 6.039,00 a € 5.600,00.

3) NUOVO CIRCONDARIO IMOLESE - BE IN WONDER LAND - CULTURE SPORT NATURE IN IMOLA AREA

P.G. n. 43764 del 30/06/2025

DESCRIZIONE SINTETICA

Il Nuovo Circondario Imolese dal 2020 gestisce la gestione del turismo in forma associata tra i dieci comuni del proprio territorio in base a ad apposita convenzione, attivando a tal fine numerose e diversificate azioni ed iniziative proponendo con formula identificativa ed identitaria unitaria il turismo nell’area imolese.

Tra le varie attività, nel 2025, per il quarto anno consecutivo intende realizzare il Progetto “BE IN WONDER LAND - culture sport nature in Imola area”, già ammesso a finanziamento in base agli Avvisi Pubblici PTPL- Ambito 2- delle annualità 2022-23-24.

In considerazione dei positivi risultati sia in termini di partecipazione che di gradimento dei numerosi turisti che hanno sperimentato le numerose esperienze proposte nelle precedenti edizioni nel territorio circondariale, la Giunta Circondariale ha deliberato di ripetere l’iniziativa anche per l’anno 2025.

Il Progetto ha come finalità principali:

- lo sviluppo di un prodotto turistico di valorizzazione e promozione dell’area territoriale di riferimento, tramite la realizzazione di una campagna di branding, programmata sia per i mercati consolidati sia per ampliare segmenti di prodotto specifici ritenuti particolarmente adatti a raggiungere l’obiettivo;
- la valorizzazione delle eccellenze del territorio a valenza turistica (culturali, agroalimentari, ambientali), promuovendo un turismo sostenibile basato sulla conoscenza delle identità, dei patrimoni e delle risorse naturali e culturali ed un turismo diffuso che utilizzi le leve della destagionalizzazione e delocalizzazione;
- lo sviluppo dell’offerta turistica dell’area di riferimento offrendo un prodotto turistico omogeneo e di qualità da realizzare e gestire insieme nei Comuni del Nuovo Circondario utilizzando ed ampliando sia i fattori identitari che le peculiarità specifiche degli stessi.

Il Progetto presenta, quale di punto di forza sperimentato, la propria brand identity, appunto “BE IN WONDER LAND”, per contraddistinguere proposte di percorsi storico-naturalistici sia nei centri urbani che nelle alture e pianure dei Comuni del Nuovo Circondario Imolese, con l’accompagnamento di guide specializzate

Il tutto in coerenza con le “Linee Guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027”, approvate con D.G.R. n.1413/2024 e con il P.P.C.T. per l’anno 2025 approvato con Delibera di Consiglio Metropolitan n.41-2024.

Il progetto 2025 di “Be in Wonderland” intende focalizzarsi sulla valorizzazione enoturistica del territorio, attraverso un evento di grande attrattività locale e sovra locale, coinvolgendo attivamente le cantine e i produttori del territorio

Si intende quindi proporre l’iniziativa “Calici Erranti”, ovvero un Open Day delle cantine del territorio imolese

a fini turistici, con attività che includeranno visite guidate ai vigneti e ai processi di vinificazione accompagnate da degustazioni di vini spesso abbinati a prodotti locali.

In alcune cantine, l’esperienza potrà essere arricchita con eventi collaterali: opere d’arte esposte (sculture, pitture), mostre fotografiche o performance di sommelier.

Si prevede il coinvolgimento di 20 cantine, realizzando attività come sopra descritte, con una partecipazione media di circa 30-50 persone ad attività, nel periodo da ottobre a dicembre, con conseguente indotto a livello turistico anche in periodi tradizionalmente “destagionalizzati”. Particolare attenzione verrà dedicata a proposte di esperienze accessibili, con possibilità di partecipazione di persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive, anche in collaborazione con associazioni del territorio. La promozione avverrà sia nei formati tradizionali (depliant, brochure, ecc.), attraverso i social del Nuovo Circondario imolese (siti web, facebook, ecc), degli uffici turistici del Territorio (IAT-R, IAT, WELCOME ROOM), di ExtraBO e IF – Imola Faenza, ecc. La scelta di proporre per il 2025 il progetto “Calici Erranti” rappresenta una naturale evoluzione del percorso di valorizzazione turistica avviato con “Be in Wonderland”. Si tratta quindi di una selezione tematica mirata che consente di concentrare, per l’annualità in corso, l’attenzione su una delle filiere di eccellenza del territorio: quella vitivinicola. L’evento si inserisce pienamente nella logica del turismo esperienziale e di prossimità, mantenendo intatti i principi cardine del progetto originario: promozione delle identità locali, valorizzazione diffusa del territorio, coinvolgimento attivo delle comunità e delle imprese. Tale focalizzazione consente di consolidare l’attrattività turistica su segmenti già emersi

con successo nelle precedenti edizioni (enogastronomia, paesaggio rurale, turismo lento), offrendo un format riconoscibile, facilmente comunicabile e capace di generare un impatto diretto anche sulle economie locali.

AZIONI

1. Ideazione delle visite nelle cantine e delle attività correlate, opportunamente studiati anche per garantire l'accessibilità anche ad un'utenza diversamente abile e a basso impatto ambientale;
2. inserimento del programma all'interno dei siti e social turistici dei Comuni, nel sito della redazione locale, e degli altri portali turistici della destinazione (eXtraBO, IF, Bologna Welcome, etc);
3. realizzazione e stampa materiali promozionali dedicati (depliant, brochure - mappe, etc.), con distribuzione presso tutti IAT- R e IAT, WELCOME ROOM, ExtraBo e altri punti strategici sotto il profilo della ricettività turistica (IF, Terme, Golf, ecc.);
- ~~4. Realizzazione di foto e video, anche con l'uso di drone, per il successivo utilizzo per la promozione turistica degli itinerari più rappresentativi con messa a disposizione dello stesso al Territorio Turistico, previa condivisione;~~
5. attivazione di campagne di web marketing e social marketing;
6. coinvolgimento delle attività economiche connesse al progetto (commercio, agricoltura, artigianato, ecc) territoriale interessato.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO

L'ambito territoriale interessato è quello dei 10 Comuni del Nuovo Circondario Imolese.

PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE

~~periodo estivo e autunnale~~ ottobre-dicembre

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:**

L'elaborazione e la realizzazione di una proposta diffusa che valorizza l'identità, le peculiarità, le eccellenze di un territorio di 130.000 abitanti consentirà di incrementare i flussi turistici rafforzando la rete fra comuni e qualificando l'offerta turistica locale.

- 2) **Coerenza con gli obiettivi delle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027 e con il quadro di riferimento di cui alle premesse dell'Avviso PTPL 2025:**

~~—Cultura (Borgo di Dozza, Ponte Alidosi di Castel del Rio, Rocca di Imola, Rocca di Dozza, ecc.)~~

~~—Outdoor Active&Slow (—Cammini da consolidare)~~

~~—Natura e Benessere~~

- Food & Wine

- 3) **Coerenza interna fra gli obiettivi, i mercati, le azioni e i costi:**

Il budget previsto consentirà di realizzare un programma unitario di esperienze in grado di rivolgerci non solo ai residenti del Nuovo Circondario Imolese ma di coinvolgere anche il pubblico bolognese e dei territori limitrofi di Faenza e Ravenna.

- 4) **Riduzione dell'impatto ambientale con indicazione delle relative misure previste**

Le attività che saranno programmate saranno rispettose dell'ambiente con particolare riferimento ad una gestione accurata dei rifiuti che, se prodotti durante gli eventi, saranno raccolti attraverso *la promozione della*

~~raccolta differenziata~~ l'utilizzo di sistemi che consentano di differenziare gli stessi. Si prevede in ogni modo un bassissimo impatto in termini ambientali considerata la natura e la tipologia delle iniziative proposte.

5) Azioni di promozione del turismo accessibile, in particolare in riferimento all'accessibilità a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive:

~~Organizzazione e promozione di Passeggiate accessibili a persone con disabilità motorie.~~ L'evento si svolgerà in spazi idonei all'accessibilità, con attenzione a persone con disabilità.

6) Previsione di vendita di biglietti a carico dell'utente finale per poter usufruire dei servizi promossi:

NO

7) Elementi di innovazione progettuale nell'ambito di iniziative consolidate del territorio, ovvero progetti inediti:

~~L'elemento di innovazione risiede nel programmare ogni anno iniziative nuove per riscoprire la storia del territorio.~~ L'iniziativa promuove la costituzione di una rete stabili dei produttori viti-vinicoli in un'ottica enoturistica.

8) Promozione e messa a disposizione del Territorio Turistico di materiale foto e video, anche realizzato con drone:

- **foto/video** durante le iniziative verranno fatte foto funzionale alla promozione degli eventi previsti nella programmazione e di uno o più video promozionali

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
1. Ideazione di itinerari delle attività opportunamente studiate per garantire l'accessibilità anche ad un'utenza diversamente abile; 2. inserimento degli itinerari del programma all'interno dei siti turistici NCI, SITUR, dei Comuni e degli altri portali turistici della destinazione (eXtraBO, IF, Bologna Welcome, etc); 3. realizzazione e stampa materiali promozionali dedicati (depliant, brochure, mappe, etc.); 4. promozione su mass-media (riviste, radio, ecc.)	<ul style="list-style-type: none"> • Numero delle cantine coinvolte; • Numero dei partecipanti • Numero richieste di informazioni presso gli uffici turistici; • Numero depliant e materiale stampato • rassegna stampa; • numero promozioni su mass media.

NUOVO CIRCONDARIO IMOLESE BE IN WONDER LAND - CULTURE SPORT NATURE IN IMOLA AREA		Spese IVA inclusa
1. Promozione e comunicazione on line e off line		
Stampa di materiale informativo		€ 1.000,00

Totale spese per azioni di promozione	€ 1.000,00
4. Iniziative complementari all'offerta turistica del TT Bo-Mo	
Ideazione, realizzazione e promozione di itinerari tematici e esperienze	€ 9.000,00
Totale spese per itinerari turistici ed esperienze	€ 9.000,00
IMPORTO TOTALE DEL PROGETTO	€ 10.000,00

SPESA AMMESSA

- AMMESSA € 10.000,00
- RIMODULATA € 10.000,00
(100% della spesa ammessa)

CONTRIBUTO

- CONCESSO € 3.000,00
- CONFERMATO € 3.000,00

Le modifiche al piano finanziario sono inerenti alle seguenti voci:

- **Media e social media marketing**, rimodulazione da € 500,00 a € 0,00;
- **Stampa di materiale informativo**, rimodulazione da € 3.500,00 a € 1.000,00;
- **Servizi fotografici-video**, rimodulazione da € 1.500,00 a € 0,00;
- **Ideazione, realizzazione e promozione di itinerari tematici e esperienze**, rimodulazione da € 4.500,00 a € 9.000,00.