

PROGRAMMA TURISTICO DI PROMOZIONE LOCALE 2015 (art. 6, L.R. 7/98 e successive modificazioni di cui alla L.R. 2/07)

1. LINEE STRATEGICHE

Si richiamano in forma integrale, quale principale riferimento dei criteri e degli obiettivi di programmazione del presente PTPL, le Linee Strategiche approvate dalla Giunta Provinciale con Deliberazione n. 180 del 20/05/2014 e di seguito approvate dalla Giunta della Regione Emilia-Romagna con Deliberazione n. 976 del 30.06.2014

2. SERVIZI TURISTICI DI BASE RELATIVI ALL'ACCOGLIENZA, ANIMAZIONE E INTRATTENIMENTO TURISTICO

I progetti relativi all'informazione-accoglienza turistica proposti dagli Enti competenti (Comuni, Comunità Montane e Unioni di Comuni) e ritenuti ammissibili sono riportati in ordine di priorità decrescente nel seguente schema:

Soggetto richiedente	Progetto/descrizione	Importo del progetto IVA esclusa (costi di gestione)	TOTALE	VALUTAZIONE
Comune di Carpi capofila dell'aggregazione composta da Campogalliano, Carpi, Novi e Soliera	Servizi turistici di base - gestione ufficio IAT "Terre d'Argine"	75.000,00	82,33 ^(*)	DISTINTO
Unione Comuni Terre dei Castelli (Comuni di Vignola, Castelvetro, Savignano, Spilamberto e Castelnuovo R.)	Servizi turistici di base - gestione ufficio IAT "Terre di Castelli"	95.000,00	71,35	BUONO

^(*) Sono stati assegnati d'ufficio 5 punti, come bonus in quanto territori colpiti dal sisma del 2012

3. INIZIATIVE DI PROMOZIONE TURISTICA DI INTERESSE LOCALE

3.1. GRADUATORIA ED ATTRIBUZIONI DI MERITO

Gli interventi di promozione turistica di interesse locale, ritenuti ammissibili per caratteristiche del soggetto proponente e delle attività previste, sono riportati in ordine di priorità decrescente nel seguente schema:

Ente proponente	Progetto	Costi	Totale punteggio	Valutazione complessiva
Consorzio Valli del Cimone	Cimone dolce e dinamico 2015	379.000,00	92	OTTIMO
Consorzio Valli del Cimone	Appennino Bianco 2014-2015	155.000,00	92	OTTIMO
Comune di Castelfranco	Castelfranco: Arte, cultura e territorio	50.000,00	90 ⁽¹⁾	DISTINTO
Comune di Carpi	Rilancio dell'immagine città di Carpi - 3° anno	14.000,00	87 ⁽¹⁾	DISTINTO
Unione comuni distretto ceramico sub ambito Valli Dolo e Dragone	Vivi la Montagna nelle Valli Dolo e Dragone	100.000,00	84	DISTINTO
Comune di Finale Emilia	Promozione e valorizzazione di una città che rinasce	41.000,00	82 ⁽¹⁾	DISTINTO ⁽²⁾
Strada dei vini e dei sapori	A fine living with smile across castels & motors	20.600,00	82	DISTINTO
Comune di Vignola	Le ambasciate del gusto	54.050,00	82	DISTINTO
Comune di Castelvetro di Modena	Mercurdo, mercato dell'Assurdo - Musa	40.800,00	80	BUONO
Comune di Maranello	Terra di motori ..Informare attraverso il territorio - IAT diffuso Benvenuto turista	28.600,00	80	BUONO
Associazione Dama Vivente	Castelvetro, il Rinascimento e le sue suggestioni - Festa a Castello	27.500,00	79	BUONO
Pro Loco Guiglia	Elaborazione carta escursionistica Guiglia e Marano	9.720,00	79	BUONO
Comune di Zocca	Se ami il nostro territorio ... scaricalo!	9.833,84	79	BUONO
⁽¹⁾ Sono stati assegnati d'ufficio 5 punti, come bonus in quanto territori colpiti dal sisma del 2012				
⁽²⁾ Questo progetto ha la priorità in quanto presentato da territorio interessato al sisma del maggio 2012				

Titolo: Cimone dolce e dinamico 2015

prot. n. 83281 del 21/08/2014

Soggetto proponente: Consorzio di Promo-commercializzazione Valli del Cimone
in collaborazione con:

- Comune di Fanano
- Comune di Fiumalbo
- Comune di Frassinoro
- Comune di Lama Mocogno
- Comune di Montecreto
- Comune di Pavullo nel Frignano
- Comune di Pievepelago
- Comune di Riolunato
- Comune di Serramazzoni
- Comune di Sestola
- Promappennino Soc. Coop.
- Associazione Promozione Turistica Fanano E'
- Associazione Ciclistica Pavullese "Romeo Venturelli"

Descrizione del progetto: Grande punto di forza del nostro territorio è che ha saputo fare sistema e, negli anni, lo sviluppo organizzativo e dell'offerta si è evoluta, seguendo la domanda del mercato, e cercando nuovi prodotti che attirassero nuove tipologie di turismo.

Ad oggi il turismo sportivo è il segmento che garantisce prenotazioni anticipate, destagionalizzazione e permanenze settimanali; ed è per questa ragione che sarà il prodotto di punta anche per il 2015.

Occorrerà, inoltre, intensificare le promozioni e le offerte per le famiglie e legate ai prodotti trasversali quali enogastronomia e cultura.

Tenendo, perciò, presente i punti di debolezza del territorio e delle esigenze del nuovo turista:

- la crescita dei brevi soggiorni (al massimo 3/4 notti) richiesti dai residenti nei centri urbani di prossimità, con conseguenti, disfunzionali affollamenti nei week-end e svuotamenti improvvisi;
- la diminuzione della domanda di appartamenti e residence e il parallelo graduale invecchiamento delle unità abitative destinate agli affitti turistici;
- la crescita esponenziale dell'attenzione al prezzo. I turisti chiedono, trattano e confrontano, dedicano ore al lavoro di selezione che riguarda più l'albergo che la destinazione;
- l'imprescindibilità dell'offerta di benessere negli alberghi. Le strutture ricettive sprovviste di area wellness sono out-performing;
- la pressione dei turisti per un'offerta gastronomica alberghiera superiore;
- una clientela sempre più critica e attenta, tanto ai dettagli quanto a sconti e offerte speciali.

Con lo scopo di qualificare ulteriormente gli scopi e gli obiettivi comuni dell' area appenninica e, che si gettino le basi per proporre azioni di promo commercializzazione coordinate e congiunte, riconoscendo e rendendo riconoscibile le attività e le proposte della Montagna Modenese come un sistema turistico sinergico e coeso, per il 2015 la Cooperativa Promoappennino, in qualità di socio del Consorzio Valli del Cimone, si aggrega nelle attività e nel "sistema" progettuale.

1 - Integrazione del progetto con gli strumenti di programmazione

Il progetto si inserisce nelle attività previste nei Piani Obiettivo di APT Servizi e Unioni di Prodotto, nelle azioni interprovinciali e settoriali di comarketing in essere attivi sul territorio che hanno come obiettivo la promozione del prodotto montagna invernale ed estiva, del turismo sportivo, del turismo enogastronomico e delle produzioni tipiche e del turismo rivolto alle famiglie e ai ragazzi. In essere, anche, correlazione con il Programma Operativo Regionale del Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (POR FESR) 2007-2013 - ASSE 4 - Attività IV.1.1 e relativo Programma di Valorizzazione e Promozione del Territorio (P.V.P.T.), il Progetto Crosscultour del programma Interregionale Central Europe.

2 - Integrazione del progetto in relazione alle loro specifiche caratteristiche e al territorio in una ottica di "rete":

Territori e soggetti coinvolti nel progetto:

Comuni di Fanano, Fiumalbo, Frassinoro, Lama Mocogno, Montecreto, Pavullo nel Frignano, Pievepelago, Riolunato, Serramazzoni, Sestola e Promappennino Soc. Coop.

Ambiti coinvolti

- Turismo familiare,
- Turismo naturalistico-escursionistico
- Turismo sportivo,
- Turismo eno-gastronomico
- Turismo culturale-musicale

Segmenti di domanda:

In particolare i segmenti di domanda che si intendono raggiungere, di provenienza sia italiana che straniera in modo differenziato in base alle proposte, sono:

- Famiglie
- Sportivi, MTB (singoli o gruppi)
- Amanti della natura e delle escursioni (singoli o gruppi)
- Interessati all'eno-gastronomia
- Interessati a storia, cultura e musica

Partecipanti a Expo 2015

3 - Qualità progetto:

Obiettivi:

Il progetto perseguirà i seguenti obiettivi:

- Incrementare i flussi turistici;
- sostenere la comunicazione attraverso molteplici mezzi, al fine di presentare al pubblico l'Appennino come una destinazione di vacanza che offre eventi e servizi adatti a ogni esigenza, con eccellenze di interesse regionale e nazionale;
- il miglioramento dell'efficacia del sistema di vendita mediante l'intensificazione dei rapporti con promoter, i T.O., ADV e canali di vendita organizzati sui mercati di riferimento. L'incremento della comunicazione mediante il web, attualmente principale mezzo di riferimento;
- potenziamento di quei canali per turisti "fai da te", al fine di facilitare loro l'organizzazione del viaggio. Ciò imporrà un miglioramento dei mezzi, quali internet;
- sviluppare proposte commerciali che possano essere veicolate dalla regione Emilia Romagna in occasione dell'EXPO 2015;
- incrementare e rafforzare il turismo bike, principale attrazione degli ultimi anni in Appennino. Sarà dunque necessario aumentare i servizi e le piste così da mantenere ed incrementare l'afflusso; consolidare ed incrementare l'immagine dei prodotti turistici di eccellenza del territorio.

Mercati di intervento:

All'interno dei diversi target di riferimento possono essere individuati dei segmenti specifici relativamente allo "scopo" della vacanza e i relativi mercati di riferimento:

- Turismo familiare - proposte rivolte a individuali

Mercato di riferimento: Emilia, Toscana, Marche

- Turismo sportivo e naturalistico - proposte rivolte a individuali, gruppi organizzati, squadre

Mercato di riferimento: Emilia Romagna, Toscana, Marche, Lazio, Nord Europa

- Turismo gastronomico e culturale - proposte rivolte a individuali e a piccoli gruppi organizzati

Mercato di riferimento: Emilia Romagna, Toscana, Marche, Lazio, Nord Europa

Azioni e strumenti:

- Azioni di promozione e comunicazione generale con particolare riguardo alla produzione di Folder speciale EXPO o dedicati ai gruppi con specifiche esigenze,
- Azioni di sostegno alla commercializzazione,
- Marketing Diretto e Web Marketing,
- Eventi,
- Campagna print;
- Realizzazione gadget dedicati;
- Comunicazione e pubbliche relazioni: attivazione di ufficio stampa con i compiti di redazione e invio comunicati stampa, acquisto di spazi tabellari e promo redazionali su quotidiani e riviste, campagna radiofonica;
- Fiere, manifestazioni e iniziative promozionali: Children's Tour Modena; organizzazione di eventi speciali e animazione destinati alle famiglie;
- Marketing diretto: acquisto e creazione mailing list, aggiornamento siti web vallidelcimone.it, mtbappennino.it e cimonebikepark.com.
- Web promotion: attività dinamica sui canali social e sui siti dedicati come ad esempio ciucci ribelli.it
- Attività ludico-didattiche con animatrici selezionate professionalmente
- Immagine coordinata, editoria, informazione all'ospite: studio di un'immagine coordinata per presentare il prodotto
- Produzione di un flyer per all mountain e di una mappa del bike park per il free ride e di un folder per le proposte commerciali dedicate

- Organizzazione di eventi e convegni dedicati al mondo sportivo
- Adesione al programma "Itinerando"
- Adesione a programmi di spettacolo ed artistici in essere sul territorio

Coerenza tra obiettivi e strumenti:

Buona rispondenza delle attività proposte rispetto agli obiettivi previsti.

Economicità in relazione agli obiettivi:

Congrua previsione finanziaria in relazione al complesso delle attività programmate.

Sostenibilità:

La mission di Valli del Cimone punta all'aggregazione degli operatori intorno a un progetto di marketing, con particolare attenzione all'innovazione del prodotto e alla qualità dei servizi, nel segno di un turismo sostenibile.

4 - Correlazione promozione commercializzazione:

Stretta correlazione tra attività promozionale e commercializzazione. L'attività si articola in azioni mirate alla promozione su vasta scala del territorio e di partner-ship con Agenzie Viaggi e Tour Operator per la commercializzazione di pacchetti turistici sui mercati italiani ed esteri.

Criteri e modalità di riscontro dei risultati:

L'analisi dei risultati sarà differenziata a seconda dell'ambito:

Comunicazione sarà valutata mediante il monitoraggio da parte del Call-Center di tutte le richieste di informazioni pervenute e con un riscontro diretto, dove questo è possibile, inserendo all'interno della pubblicità un coupon da riconsegnare compilato con i dati personali;

La Campagna web sarà monitorata grazie al numero di accessi e di visite ai siti web e il numero di richieste di informazioni e di prenotazioni pervenute;

Il riscontro di fiere, manifestazioni e iniziative promozionali in genere sarà effettuato considerando il numero di contatti attivati, la quantità di materiale distribuito, i ritorni telefonici, di email e di visite al sito internet o quelli diretti a iniziativa in corso.

I risultati ottenuti dall'attività del Call-Center emergeranno dal rilevamento di arrivi e presenze e dal rilevamento delle persone che hanno usufruito di promozioni e agevolazioni oggetto del progetto.

Importo del progetto: € 379.000,00

Attribuzione di merito: OTTIMO

Titolo: Appennino Bianco 2014-2015

prot. n. 83282 del 21/08/2014

Soggetto proponente: Consorzio di Promo-commercializzazione Valli del Cimone
in collaborazione con:

- Consorzio Stazione Invernale del Cimone;
- Comune di Frassinoro;
- Comuni di Fanano, Montecreto, Riolunato, Sestola;
- Scuola di Sci Val Dragone e Boscoreale, Centro Fondo Boscoreale, Società Sportiva Frassinoro, Sci Club Piandelagotti, Agonistica Boscoreale;
- Operatori turistici e imprese commerciali del Comprensorio Cimone e del Comprensorio Paradiso del Fondo aderenti al piano;
- Consorzio Piane di Mocogno.

Descrizione del progetto: Secondo i dati dell'Osservatorio Turistico della Montagna nelle ultime stagioni la maggiore flessione nelle presenze è stata da parte della clientela italiana, mentre la presenza straniera non è stata in grado di garantire una adeguata compensazione.

Se dal punto di vista delle dotazioni e della qualità degli impianti sciistici le destinazioni dell'Appennino modenese, in particolare la Stazione Invernale del Cimone, costituiscono un'eccellenza capace di competere con le migliori stazioni alpine, dal punto di vista dell'offerta collaterale si riscontra una sofferenza dovuta prevalentemente alla scarsa presenza di strutture, servizi e competenze in ambiti sempre maggiormente richiesti quali benessere, animazione per bambini e loro supervisione in strutture quali i kinderheim, o anche solo l'accompagnamento su percorsi escursionistici invernali.

Il progetto si propone quindi di esaltare, con un'offerta ricettiva diversificata per target e per fasce di prezzo, non solo le dotazioni impiantistiche tradizionali delle Stazioni invernali appenniniche, ma l'insieme dei servizi di accoglienza presenti sul territorio. Si riscontra un minor ricorso alla produzione di materiali cartacei sia informativi che promozionali, mentre si segnala una valorizzazione della rete come mezzo di comunicazione e di promozione con l'utilizzo dei social network e dei canali web sempre in un'ottica di sostegno alla commercializzazione e non di mera informazione.

Le azioni promo-commerciali cercano pertanto di sfruttare tutte le occasioni a disposizione proponendo al contempo un'offerta sempre più tailor-made.

1 - Integrazione del progetto con gli strumenti di programmazione

Il progetto si inserisce nelle attività previste nei Piani Obiettivo di APT Servizi e Unioni di Prodotto, nelle azioni interprovinciali e settoriali di comarketing in essere attivi sul territorio e a quelli con riferimento agli strumenti di azione comunitaria attivi e/o in attivazione in sintonia con il Programma di Valorizzazione e Promozione del Territorio (P.V.P.T.), con la pianificazione locale e in generale con le iniziative nazionali e interregionali (di cui ad esempio la legge 135/2001, art.5) che hanno come obiettivo la promozione del prodotto montagna invernale ed estiva, del turismo sportivo e bike, turismo rurale, escursionistico, ambientale e dei parchi, turismo scolastico ed associativo e del turismo rivolto alle famiglie e ai ragazzi.

2 - Integrazione del progetto in relazione alle loro specifiche caratteristiche e al territorio in una ottica di "rete":

Territori e soggetti coinvolti nel progetto:

Consorzio Stazione Invernale del Cimone;
Comune di Frassinoro;
Comuni di Fanano, Montecreto, Riolunato, Sestola;
Scuola di Sci Val Dragone e Boscoreale, Centro Fondo Boscoreale, Società Sportiva Frassinoro, Sci Club Piandelagotti, Agonistica Boscoreale;
Operatori turistici e imprese commerciali del Comprensorio Cimone e del Comprensorio Paradiso del Fondo aderenti al piano;
Consorzio Piane di Mocogno.

Ambiti coinvolti

- Turismo sportivo
- Turismo del tempo libero,
- Turismo familiare
- Turismo naturalistico

Segmenti di domanda:

Azioni e proposte diversificate in grado di intercettare le richieste di più soggetti: sciatori tradizionali (discesa e fondo), tribù dello snowboard, famiglie con bambini, gruppi adulti, scolastici e sportivo e pendolari giornalieri.

3 - Qualità progetto:

Obiettivi:

- Aumentare l'interattività rendendo più immediata e più efficace la pubblicizzazione dei servizi offerti, attraverso canali web e social specializzati;
- Sostegno agli arrivi e alle presenze alberghiere mediante la realizzazione di politiche di pricing diversificate per le proposte di soggiorno dedicate al segmento individuale;
- Assecondare l'effetto "sostituzione" della clientela tradizionale, in favore di un pubblico solitamente frequentatore delle zone alpine;
- Aumentare la copertura wi-fi in tutta la zona delle casce del comprensorio Cimone;
- Creare un'applicazione per una più veloce e facile ricarica dello skipass, il quale sarà acquistabile online al prezzo di 3 euro;
- Ampliamento del target gruppi e sci club con proposte di soggiorno particolarmente premianti;
- Ampliamento del bacino geografico attraverso la partecipazione a fiere di settore all'interno delle azioni svolte in accordo all'UdP Appennino e Verde con cui coordinare azioni e strumenti dei progetti di Promozione e Commercializzazione Turistica.

Mercati di intervento:

Mercati tradizionali: Bacini di prossimità della provincia modenese, della pianura emiliana e del versante toscano; Bacini di medio raggio: Romagna e Alta Emilia, Toscana;

Mercati da sviluppare: Bacino di medio e lungo raggio: Marche, Umbria, Roma e Alto Lazio;

Mercati dell'Est Europa e Gran Bretagna.

Azioni e strumenti:

Partecipazione a workshop specializzati sul segmento neve/montagna e alla fiera Sky ass; marketing diretto via web; incentivi giornalieri promozioni e realizzazione eventi; accordo co-marketing con i Parchi tematici della riviera romagnola; azioni di promozione e comunicazione con immagine coordinata

Coerenza tra obiettivi e strumenti:

Ottima rispondenza delle attività proposte rispetto agli obiettivi previsti.

Economicità in relazione agli obiettivi:

Congrua previsione finanziaria in relazione al complesso delle attività programmate.

Sostenibilità:

E' assicurata la compatibilità con il contesto ambientale e culturale anche in relazione al minor uso di materiale cartaceo a fini promozionali.

4 - Correlazione promozione commercializzazione:

L'obiettivo della strategia di promo-commercializzazione che sarà intrapresa per le stazioni dell'Appennino modenese nella stagione invernale 2014/2015 sarà quello di attivare strategie di relazione con il cliente sempre più dirette, facendolo partecipe della vita della montagna, mantenendo vivo in lui la relazione con i luoghi, al fine di desiderare di soggiornare, fruire dei nostri servizi, divertirsi e comunicare l'esperienza positiva agli amici.

Il progetto si inserisce nelle attività previste nei Piani Obiettivo di APT Servizi e Unioni di Prodotto mediante azioni interprovinciali e settoriali di co-marketing in essere sul territorio che hanno come obiettivo la promozione del prodotto neve e della montagna invernale ed estiva.

Criteri e modalità di riscontro dei risultati:

L'analisi dei risultati sarà differenziata a seconda dell'ambito:

Comunicazione sarà valutata mediante il monitoraggio da parte del Call Center di tutte le richieste di informazioni pervenute e con un riscontro diretto, dove questo è possibile, inserendo all'interno della pubblicità un coupon da riconsegnare compilato con i dati personali;

La Campagna web sarà monitorata grazie al numero di accessi e di visite ai siti web e il numero di richieste di informazioni e di prenotazioni pervenute;

Il riscontro di fiere, manifestazioni e iniziative promozionali in genere sarà effettuato considerando il numero di contatti attivati, la quantità di materiale distribuito, i ritorni telefonici, di email e di visite al sito internet o quelli diretti a iniziativa in corso.

I risultati ottenuti dall'attività del Call Center emergeranno dal rilevamento di arrivi e presenze e dal rilevamento delle persone che hanno usufruito di promozioni e agevolazioni oggetto del progetto.

Importo del progetto: € 155.000,00

Attribuzione di merito: OTTIMO

Titolo: Castelfranco: Arte, cultura e territorio

prot. n. 83832 del 25/08/2014

Soggetto proponente: Comune di Castelfranco Emilia

in collaborazione con:

Comuni di Modena, Nonantola e San Cesario Sul Panaro e Associazione Culturale "Per Villa Sorra- XVS e, per la parte collegata alla rete di promozione del territorio, Proloco di Castelfranco Emilia.

Descrizione del progetto: I territori, le regioni, le province e i comuni, sono spazi in cui si trovano molteplici risorse che però spesso non sono organizzate, non sono collegate in un sistema che ne permetta una gestione coordinata. Per esistere una destinazione turistica deve strutturare le proprie risorse, unendole ai servizi e alle offerte, in modo tale da costituire veri "prodotti turistici territoriali" che rispondano alle esigenze del cliente.

Il progetto propone quindi un mix di azioni su due linee di intervento:

1) sviluppo di un'offerta turistica culturale con un progetto speciale incentrato sull'aumento dei servizi offerti e delle iniziative a Villa Sorra. Il lancio dei servizi della villa sarà attivato in seguito all'apertura della Villa del piano nobile e delle cucine per eventi e manifestazioni anche a carattere eno-gastronomico. In seguito sarà quindi necessario promuovere i servizi attraverso azioni di marketing

2) sviluppo di un circuito turistico di rete più incentrato su quello che solitamente viene definito segmento del "Turismo d'affari" collegato alle potenzialità economiche del territorio promosse attraverso soggetti (Proloco) o strumenti dedicati (lat diffuso) in grado di favorire momenti di incontro tra la domanda e l'offerta.

1 - Integrazione del progetto con gli strumenti di programmazione

L'importanza strategica della valorizzazione del complesso di Villa Sorra allo scopo di rendere pienamente fruibile al turismo una eccellenza storica, architettonica e ambientale del territorio è stato sancito dall'inserimento della sua candidatura all'interno degli interventi del IV asse del POR FESR 2007-2013 a livello regionale sul quale è intervenuto successivamente il PVPT per articolare gli interventi di carattere locale. In quanto emergenza naturale, culturale e monumentale del territorio, il complesso di Villa Sorra rappresenta il contesto ideale per la progettazione di azioni di valorizzazione e interventi volti alla promozione dell'offerta turistica del territorio. In tal senso il circuito Terra di Motori rappresenta un fulcro di interessi economici e turistici che vengono valorizzati se messi in relazione con altri prodotti della tradizione e della cultura modenese, come dimostrano anche le offerte turistiche già presenti sul mercato che associano le auto di lusso all'esperienza delle altre eccellenze del territorio, in particolare quelle eno-gastronomiche.

2 - Integrazione del progetto in relazione alle loro specifiche caratteristiche e al territorio in una ottica di "rete":

Territori e soggetti coinvolti nel progetto:

La presente proposta progettuale si fonda sull'attività di concertazione con gli enti locali e gli operatori privati dell'area, svolta con la finalità di creare un tavolo di coordinamento per la promozione turistica del territorio in oggetto. Comuni di Castelfranco Emilia, Modena, Nonantola e San Cesario in qualità di proprietari di Villa Sorra, in collaborazione con l'Associazione Culturale - XVS (Per Villa Sorra) all'interno della quale agiscono l'Associazione Slow Food Emilia Romagna, il Corpo delle Guardia Giurate Ecologiche Volontarie della Provincia di Modena, l'Associazione Regionale Conacreis Emilia Romagna, la Polisportiva Arci Gaggio, L'Associazione G.A.N. – Guide Autorizzate Nonantola, l'Associazione Musicale Estense e Foreste Per Sempre Onlus. Inoltre, il progetto coinvolge anche enti privati di promozione quale le agenzie di incoming che saranno individuate.

Ambiti coinvolti

- Turismo culturale
- Turismo eno-gastronomico
- Turismo motoristico - circuito Terra di Motori
- Turismo d'affari
- Turismo ambientale
- Turismo familiare

Segmenti di domanda:

Turismo scolastico, familiare e a breve raggio con una componente di cicloturismo interessata al parco e alla natura.

3 - Qualità progetto:

Obiettivi:

Tutto il progetto presentato è volto alla creazione di una rete pubblico-privata in ottica di collaborazione tra enti pubblici ed operatori economici privati per rafforzare l'immagine del territorio del distretto di Castelfranco Emilia, valorizzando gli aspetti consolidati nel tempo, per il quale sono già state sperimentate azioni e iniziative, in quanto territorio con risorse culturali, materiali e immateriali con forti specificità locali; migliorare le strutture a servizio dei visitatori. Nonostante la predominanza di eventi e manifestazioni legate al settore fieristico, Castelfranco sta investendo risorse per migliorare la sua offerta turistica leisure e l'attrattività del contesto sociale, sviluppando strutture e mettendo in campo delle azioni che siano in grado di invogliare il visitatore a ritornare o a passare più di una giornata a Castelfranco e dintorni. Diversificazione dell'offerta del territorio provinciale con un prodotto che possa attrarre turismo dall'estero e creare le condizioni favorevoli per incrementare il numero di visite e, soprattutto, il tempo medio di permanenza sul territorio coordinando l'attività di informazione e accoglienza turistica già presente sul territorio.

Mercati di intervento:

Il mercato di riferimento, oltre a quello regionale e nazionale, è quello internazionale interessato in particolare all'eno-gastronomia, alla storia del territorio e delle sue eccellenze sia in termini produttivi (Città dei Motori) che naturalistici (giardino storico).

Azioni e strumenti:

La promozione compiuta attraverso il sito web, l'aumento della visibilità nei motori di ricerca ed i social network, le agenzie di incoming lo IAT di Modena e il UIT di Nonantola sarà concentrata a sviluppare l'interesse per le eccellenze del territorio modenese che potranno trovare in Villa Sorra un punto di riferimento attraverso il consolidamento delle attività estive del parco e il lancio dei servizi offerti dalla villa attraverso:

- Creazione di brochure trilingue (Italiano, inglese e tedesco) e materiale informativo a stampa per la promozione della Villa e dei servizi offerti che verrà distribuito attraverso le agenzie di incoming e sul territorio dei quattro comuni proprietari, in particolare nei confronti degli operatori del settore turistico;
- Implementazione dell'attuale sito internet di Villa Sorra (www.villasorra.it) con le informazioni dei nuovi servizi e creazione di pagine supplementari in tre lingue (Italiano, inglese e tedesco);
- Realizzazione di un media kit composto da testi in tre lingue e fotografie originali con copyright detenuti dagli enti proprietari di Villa Sorra da diffondere a testate giornalistiche (tradizionali a stampa e sul web) e da utilizzare per l'inserimento all'interno delle comunicazioni promozionali effettuate dalle agenzie turistiche di incoming;
- Pubblicità del brand di Villa Sorra e dei servizi attraverso i principali motori di ricerca e i social network (come google ads e facebook);

Coerenza tra obiettivi e strumenti:

Buona rispondenza delle attività proposte rispetto agli obiettivi previsti.

Economicità in relazione agli obiettivi:

Congrua previsione finanziaria in relazione al complesso delle attività programmate.

Sostenibilità:

Il piano promozionale "Villa Sorra: Arte, Cultura e Turismo" è pienamente compatibile con il contesto ambientale e culturale del complesso di Villa Sorra in cui viene realizzato. L'obiettivo è, infatti, fare rivivere una dimora ed un giardino storici in funzione delle motivazioni che hanno portato a progettarli e realizzarli, ovvero per l'ospitalità, lo svago e la convivialità.

4 - Correlazione promozione commercializzazione:

Dal punto di vista socio-economico, l'attivazione dei servizi di Villa Sorra e la loro promozione porterà vantaggi all'intera comunità, richiamando sempre più turisti e visitatori che usufruiranno dei servizi di accoglienza offerti dal territorio, oltre all'opera degli enti locali, delle associazioni e dei privati operatori impegnati direttamente nella promozione della villa, anche grazie all'organizzazione di un sistema di rete con le principali agenzie di incoming, gli operatori del settore turistico, i produttori e i consorzi dei prodotti che rappresentano le eccellenze del territorio provinciale per la promozione di eventi;

Criteri e modalità di riscontro dei risultati:

Somministrazione di un breve questionario.

Per misurare l'affluenza al parco, che è aperto ed i cui accessi non sono controllati, si farà ricorso ad un calcolo approssimativo dei visitatori stimato in base alle presenze medie per area.

n. accessi / visitatori del sito internet dedicato
bilancio delle entrate rispetto ai servizi offerti(catering, affitto sale per eventi, biglietti...)

Importo del progetto: € 50.000,00
Attribuzione di merito: DISTINTO

Titolo: Rilancio dell'immagine città di Carpi - 3 anno

prot. n. 76999 del 25/07/2014

Soggetto proponente: Comune di Carpi

Descrizione del progetto: Il tema conduttore del progetto riguarda il riposizionamento del sistema Carpi con le sue eccellenze in ambito artistico, culturale, ambientale, enogastronomico riconsiderando le stesse in un'accezione di turismo sostenibile, in rispetto dei valori della tradizione e della cultura storica del territorio attraverso proposte diversificate:

- Cultura, storia, musica ed eventi
- Tour enogastronomici
- Viaggio nella memoria
- Lo sport per crescere e conoscere se stessi e gli altri
- Conoscere l'ambiente e la natura per imparare a rispettarli.

1 - Integrazione del progetto con gli strumenti di programmazione

Il progetto presenta contenuti che fanno riferimento alle attività di programmazione sia regionale che provinciale in quanto svilupperà trasversalmente i seguenti argomenti:

- Circuiti Romanico - Transromanica
- Turismo culturale
- Turismo dei parchi e sportivo
- Turismo scolastico ed associativo
- Circuito dei Castelli Modenesi
- Terra di Motori
- Vie e Parchi storici e culturali
- Turismo enogastronomico e delle produzioni tipiche
- Turismo per i diversamente abili;

integrando, in un'ottica di valorizzazione, eventi programmati nel territorio (Oh Che bel Castello, eventi legati a festivalfilosofia, Circuito dei Castelli modenesi...); inoltre nell'ambito del progetto verrà data visibilità alle attività proposte dalle Fattorie didattiche della Provincia di Modena.

La tematica prioritaria del progetto si presta ad una forte integrazione con tutto il territorio provinciale e con le risorse ed eventi organizzati dalla Provincia di Modena e da altri comuni /privati.

2 - Integrazione del progetto in relazione alle loro specifiche caratteristiche e al territorio in una ottica di "rete":

Territori e soggetti coinvolti nel progetto:

- Comune di Carpi,
- Fondazione Ex Campo Fossoli,
- Strada dei Vini e dei Sapori della Pianura Modenese "Terre Piane",
- Associazioni di volontariato, culturali e del tempo libero,
- Associazioni di categoria del commercio, aziende e produttori,
- ConCarpi,
- Hotel, ristoranti, pubblici esercizi,
- Modenatur.

Ambiti coinvolti

- turismo culturale
- turismo religioso
- turismo enogastronomico
- turismo della memoria
- turismo congressuale
- turismo legato a sport e manifestazioni
- turismo verde e naturalistico

Segmenti di domanda:

In particolare i segmenti di domanda che si intendono raggiungere, di provenienza sia italiana che straniera, sono:

- Turismo individuale,
- Turismo organizzato,
- Turismo congressuale
- Turismo per famiglie

3 - Qualità progetto:

Obiettivi:

- Potenziare e rilanciare il livello di conoscenza e d'immagine del distretto di Carpi, definendo sinergie e opportunità comuni con le altre città dell'Emilia Romagna attraverso la sinergia con altri itinerari e circuiti turistici, nel campo dell'Arte, Cultura, Musica, Gastronomia e Motori dedicati in modo particolare al turismo sostenibile;
- favorire un aumento del tempo di permanenza sul territorio degli attuali visitatori dei musei integrando la visita con altre offerte;
- creare un'immagine turistica di Carpi come territorio adatto a brevi soggiorni per famiglie con bambini, gruppo scolastici, turismo organizzato e turismo congressuale;
- aumentare l'indice d'utenza delle strutture alberghiere e della ristorazione, in particolare nei periodi contraddistinti da una frequenza debole;
- promuovere/implementare la visibilità dei prodotti turistici e culturali presenti sul territorio al fine di rendere più organica l'offerta.

Mercati di intervento:

Le azioni previste sono rivolte sia al mercato italiano: aree limitrofe regionali, mercati di prossimità raggiungibili attraverso l'asse autostradale Brennero-Modena e le linee ferroviarie, compresi i mercati esteri in particolare di lingua tedesca (Germania, Austria e Svizzera) per ragioni di collocazione geografica.

Azioni e strumenti:

Verrà innanzitutto riproposta e ridefinita la promozione su edifici, chiese, musei agibili e messi già in sicurezza.

Si predisporranno messaggi promozionali che restituiscano un'emozione di solidità del patrimonio storico della città di Carpi, dopo gli eventi sismici, e di percorsi culturali sostenibili promossi attraverso una serie di strumenti:

- calendario eventi del distretto
- newsletter
- realizzazione di materiale turistico e schede tematiche
- divulgazione di materiale turistico attraverso la rete informativa del Distretto, l' Ufficio Informazione e accoglienza turistica con sede a Carpi e la rete istituzionale degli IAT
- piano media - inserzioni su riviste e siti specializzati
- riformulazione di indirizzari
- partecipazione a fiere ed eventi
- formazione verranno organizzati seminari di formazione e aggiornamento su diverse tematiche legate all'accoglienza turistica rivolti a volontari che prestano servizio presso l'ufficio, informaturismo, operatori musei, operatori turistici, guide turistiche

Coerenza tra obiettivi e strumenti:

Buona rispondenza delle attività proposte rispetto agli obiettivi previsti.

Economicità in relazione agli obiettivi:

Congrua previsione finanziaria in relazione al complesso delle attività programmate.

Sostenibilità:

Il progetto ed il tema identificato e il tipo di attività proposte sono state individuate tenendo in considerazione le azioni di sostenibilità delle attività per la valorizzazione turistica del territorio individuate nel Programma Turistico di promozione locale :

- compatibilità con il contesto ambientale e culturale dei luoghi;
- compatibilità con il contesto socio-economico delle comunità locali coinvolte dall'attività;
- compatibilità con le caratteristiche dell'utenza, le regole e le garanzie di ospitalità e
- fruizione dei luoghi.

In particolare attraverso:

- Sostenibilità ed equità dei prezzi di strutture ricettive e ristoranti studiando eventuali offerte speciali per famiglie con bambini, ragazzi, scuole...
- Azioni di formazione volte allo sviluppo della capacità di illustrare il territorio e le peculiarità dando informazioni precise, complete e personalizzate in base alle esigenze del turista, modulate sul dopo evento sismico.

4 - Correlazione promozione commercializzazione:

Il Comune di Carpi ha avviato da diversi anni un rapporto di collaborazione continuativo con Modenatur tour operator incoming della Provincia di Modena per la promo-commercializzazione del territorio.

Nell'ambito della collaborazione avviata con il Comune di Carpi, Modenatur, pur non essendo coinvolta nel progetto tra i soggetti proponenti, ha contribuito alla fase di ideazione del progetto evidenziando alcune necessità soprattutto in materia di benefit, agevolazioni e servizi per i turisti che il Comune dovrebbe mettere in campo o stimolare presso gli operatori turistici. Condividendo l'interesse per il tema del turismo congressuale, Modenatur inserirà nelle proprie offerte tour e pacchetti che coinvolgono il territorio del distretto studiando e promuovendo offerte dedicate in particolare al tema.

Criteri e modalità di riscontro dei risultati:

Avendo a riferimento i risultati riferibili a ciascuna tipologia di utenza potenziale contattata (famiglie, turisti individuali, scuole, associazioni, aziende ecc.), si possono individuare i seguenti indicatori:

- monitoraggio richieste presso ufficio IAT
- grado di adesione – quantificabile dalla percentuale di persone/unità che accedono
- grado di efficacia della campagna di comunicazione rivolta ai media - prestazioni per persona/unità di affluenza ai servizi
- grado di utilizzo delle singole strutture/servizi
- rilevazione visitatori e utenti reti museali del distretto.

Importo del progetto: € 14.000,00

Attribuzione di merito: DISTINTO

Titolo: Vivi la Montagna nelle Valli Dolo e Dragone

prot. n. 83744 del 25/08/2014

Soggetto proponente: Unione comuni distretto ceramico

Descrizione del progetto: in modo propedeutico al progetto è stata effettuata una mappatura dei principali attrattori locali, segmentata a seconda della tipologia di risorsa/prodotto turistico (culturale, storico, naturalistico, gastronomico, sportivo, ecc.), fruitore (famiglia, sportivo, gastronomo, ecc.), struttura ricettiva attiva (alberghi, ostelli, bed & breakfast, rifugi, ecc.) al fine di creare pacchetti turistici ad hoc in relazione alle esigenze della tipologia di target turistico individuato come prioritario e atte quindi a soddisfare le aspettative attraverso la definizione di specifici percorsi culturali, naturalistici, eno-gastronomici, sportivi e dei luoghi ma anche attraverso proposte di eventi. Verrà posta particolare attenzione alla realizzazione e qualificazione di eventi che rafforzano le proposte di turismo culturale quali Settimana Matildica di Frassinoro, Canto del Maggio Tradizionale, IX Centenario della morte di Matilde, Transromanica, I Cammini d'Europa, ecc.; la proposta naturalistica e sportiva sarà supportata dalla diffusione di una Rete escursionistica recentemente ridisegnata attraverso un progetto di razionalizzazione dei percorsi da trekking, Mountain bike, parte dei quali compatibili con attività di mototurismo e di turismo equestre.

Si intende quindi presentare un articolato e qualificato programma di attività che possano contribuire a generare beneficio per le comunità coinvolte in termini di attrattività turistica il che significa generare valore per i rispettivi territori, che per l'anno 2015 verranno raccolte in un unico Calendario Eventi.

Il buono esito del progetto deriva da una grande attenzione e cura dell'attività di accoglienza e informazione poiché l'esperienza di vacanza non riguarda solo il periodo di soggiorno e di fruizione della stessa, ma comincia ben prima dal momento della scelta della destinazione, dall'accoglienza alla reception dell'albergo o all'ufficio di Informazione Accoglienza Turistica e dura anche dopo.

1 - Integrazione del progetto con gli strumenti di programmazione

Il progetto si inserisce a pieno titolo nelle linee guida sia regionali che provinciali e, integrando una politica territoriale già consolidata mediante la gestione di un Ufficio Associato di informazione Turistica UIT potenziato nel periodo estivo da sportelli decentrati di informazione, aderisce al progetto di revisione del sistema di informazione turistica della Provincia di Modena di cui alla delibera G.P. n.101 25.03.2014, tramite l'installazione di dispositivi di informazione H24 per l'erogazione delle informazioni territoriali ai turisti e cittadini in modo agevole e continuativo 24 ore su 24, ed in modo uniforme nell'intero territorio provinciale.

2 - Integrazione del progetto in relazione alle loro specifiche caratteristiche e al territorio in una ottica di "rete":

Territori e soggetti coinvolti nel progetto:

Il progetto è declinato in azioni che coinvolgono tutto il territorio nelle sue diverse espressioni e richiederà la partecipazione attiva delle tante componenti attive, produttive, creative, ricettive presenti.

Ambiti coinvolti

- Turismo culturale,
- Turismo ambientale,
- Turismo sportivo,
- Turismo gastronomico

Segmenti di domanda:

Il target di turisti cui ci si rivolge, tenuto conto dei prodotti turistici/attrattori presenti e delle capacità ricettive locali è rappresentato da: nuclei familiari, giovani coppie, senior e sportivi (individuali o gruppi organizzati)

3 - Qualità progetto:

Obiettivi:

Il presente progetto intende concorrere alla riscoperta e rivitalizzazione di quella porzione di territorio di montagna modenese, corrispondente alle Valli Dolo e Dragone, la meno conosciuta del territorio montano provinciale, la meno "attrezzata" ma altrettanto "dotata" di un ricco patrimonio naturale, culturale, storico, di tradizioni e di eccellenze alimentari e che proprio in virtù di questo ha mantenuto caratteri di integrità ed autenticità, che possono rappresentare motivazione di scelta. Si intende prioritariamente recuperare il livello di coesione tra i gli Enti territoriali ed anche con i soggetti privati (operatori turistici, associazioni e comitati locali) e la loro condivisione in termini di obiettivi e linee comuni per lo sviluppo del territorio, per riprendere un percorso che possa dare visibilità a questa parte di territorio montano.

Mercati di intervento:

In questa prima fase il progetto si rivolge prioritariamente ai mercati interni, quelli di prossimità sui quali vi è la forza per essere presenti con una adeguata quantità di offerte commerciali, con particolare riferimento alla stessa Regione Emilia Romagna e alla regione Toscana dalle quali provengono al momento la maggioranza dei turisti in visita o soggiornanti sul territorio, concentrati nei mesi di luglio e agosto.

Per i mercati esterni in questa prima fase si è ipotizzato di concentrare l'attenzione su quelle realtà/Comunità di italiani che vivono all'estero ma che hanno radici sul territorio presenti soprattutto in Francia e in Australia.

Azioni e strumenti:

Oltre alla realizzazione di iniziative e/o eventi sportivi, il progetto individua l'insieme dei mezzi e delle azioni di comunicazione e di promo-commercializzazione che si intendono attivare a supporto della promozione turistica su cui si intende puntare:

- comunicazione on-line, in particolare sulle potenzialità del web 2.0, dei social network , dei blog e delle community per raggiungere "in tempo reale" i consumatori finali che, attraverso il "passa parola" virtuale, raggiungono dimensioni e una diffusione impensabile con altri mezzi.

- ideazione, produzione e divulgazione di azioni pubblicitarie per la promozione turistica compreso l'acquisto di spazi promo-pubblicitari sui mercati di interesse nonché su testate italiane; pubblicità televisiva, radiofonica e web;

- ideazione, produzione e divulgazione di materiali di informazione e promo-pubblicitari (brochure, flyer, carte tematiche, ecc);

- ideazione e realizzazione di un sito turistico delle Valli Dolo e Dragone attraverso il quale comunicare e mettere in rete tutte le proposte degli Enti pubblici, Associazioni e operatori turistici

E' prevista infine la realizzazione di eductour per rafforzare i rapporti con il mondo della stampa, dei tour operator e degli opinion leader, figure queste che svolgono un ruolo fondamentale nelle decisioni sulle destinazioni turistiche, attraverso il "passa parola" o meglio definito "buzz marketing".

Coerenza tra obiettivi e strumenti:

Buona rispondenza delle attività proposte rispetto agli obiettivi previsti.

Economicità in relazione agli obiettivi:

Congrua previsione finanziaria in relazione al complesso delle attività programmate.

4 - Correlazione promozione commercializzazione:

Il Progetto individua un insieme di mezzi e azioni mirate di comunicazione volte a favorire la promo-commercializzazione

Criteri e modalità di riscontro dei risultati:

Verrà effettuato un monitoraggio costante di riscontro delle risposte alle offerte presentate, in termini di nelle strutture turistiche e/o di partecipazione ed affluenza alle iniziative ed agli eventi programmati.

Verranno distribuiti e fatti compilare brevi questionari per il riscontro delle percezioni del turista in relazione al territorio che di gradimento rispetto alle attività, eventi e servizi offerti.

Importo del progetto: € 100.000,00

Attribuzione di merito: DISTINTO

Titolo: Promozione e valorizzazione di una città che rinasce

prot. n. 83667 del 22/08/2014

Soggetto proponente: Comune di Finale Emilia

Descrizione del progetto: Il progetto consiste nella realizzazione di diverse iniziative tese alla promozione del territorio nei suoi aspetti storici, artistici, architettonici e enogastronomici.

E' un progetto che nasce dall'esigenza di esplicitare le potenzialità turistiche di una città fortemente che, fortemente colpita dal sisma del 2012, è ancora in grado di esprimere una grande attrattività turistica legata ai molteplici aspetti di un patrimonio di cultura materiale e immateriale peculiare di un territorio ricco di aspetti e prerogative culturali, associative e promozionali.

Il prodotto turistico che si intende proporre scaturisce da una serie di azioni finalizzate alla riscoperta dei tanti "tesori nascosti" della nostra città, un percorso che inizia dalla individuazione delle espressioni artistiche e architettoniche che nel tempo hanno caratterizzato la vita sociale e le produzioni culinarie di un territorio di confine da sempre connotato da un grande intreccio di storie e di culture diverse.

1 - Integrazione del progetto con gli strumenti di programmazione

Il progetto presenta contenuti che fanno riferimento alle attività di programmazione sia regionale che provinciale in quanto svilupperà trasversalmente i seguenti argomenti:

- Circuiti Romanico - Transromanica
- Turismo culturale
- Turismo dei parchi e sportivo
- Turismo scolastico ed associativo
- Circuito dei Castelli Modenesi
- Terra di Motori
- Vie e Parchi storici e culturali
- Turismo enogastronomico e delle produzioni tipiche

2 - Integrazione del progetto in relazione alle loro specifiche caratteristiche e al territorio in una ottica di "rete":

Territori e soggetti coinvolti nel progetto:

Il progetto coinvolge il Comune di Finale Emilia e prevede la partecipazione di:

Ufficio Cultura del Comune di Finale Emilia:

Ufficio Stampa e Relazioni Esterne del Comune di Finale Emilia:

Biblioteca Comunale / Archivio Storico

Associazioni Culturali locali

Associazioni Culturali con sede in Emilia Romagna ed in altre regioni italiane

Direzione Regionale: del Ministero Beni Culturali

Musei Civici di Finale Emilia

Soprintendenze regionali

Istituti scolastici

Esperti esterni

Parrocchia di Finale Emilia

Ambiti coinvolti

- turismo culturale
- turismo storico
- turismo enogastronomico

Segmenti di domanda:

Il progetto è rivolto in generale al turismo familiare e di gruppo a prevalenza storico/culturale e gastronomico.

3 - Qualità progetto:

Obiettivi:

- Favorire la promozione e la fruizione artistica del territorio
- Produrre situazioni in grado di attirare flussi turistici
- Creare occasioni in grado di esplicitare e di codificare le peculiarità del patrimonio artistico del nostro territorio, mantenendo un trend culturale elevato ma accessibile e fruibile
- Ringiovanire l'immagine del territorio mostrando l'ampia gamma delle opportunità offerte dalla città
- Divulgare la necessità di ricostruzione del grande patrimonio storico artistico e culturale della città e del suo territorio.

Mercati di intervento:

Ambito regionale, nazionale e internazionale (legato agli scambi culturali e ai gemellaggi)

Azioni e strumenti:

- realizzazione di eventi e manifestazioni a carattere rievocativo strettamente legati alla storia locale, quale risposta al sentimento comune di conservazione della memoria (Finalestense/ Celebrazioni per il 70° Anniversario della Liberazione)
- realizzazione di una mostra dedicata alle opere d'arte della città. Il progetto prevede l'esposizione delle opere d'arte più importanti della città provenienti dalle collezioni pubbliche, parrocchiali e da prestatori privati;
- azioni di supporto alle attività di promozione svolte dagli operatori economici e ai produttori di prodotti tipici locali in occasione di feste, sagre paesane, eventi di piazza in grado di far riconfluire in centro storico una porzione importante di pubblico (Fiera d'Aprile; Festa del Cioccolato; Sagra della Sfogliata; animazione periodo natalizio)
- realizzazione di promozione attraverso prodotti editoriali, social network, siti internet dedicati e materiali informativi accessibili per la fruizione turistica del territorio.

Le azioni saranno supportate dal mantenimento Ufficio Stampa e la produzione di notiziario comunale, brochure, pieghevoli, locandine, manifesti, creazione di pagine dedicate sui principali social network per un progetto promozionale 2.0 e siti internet dedicati, inserimento evento sito internet comunale (www.comunefinale.net) e alla base delle stesse avranno ricerche/indagini storiche a cura degli uffici comunali coinvolti, recupero materiale documentario, fotografie e/o riproduzioni del materiale documentario, redazione testi, realizzazione progetti espositivi per le singole iniziative, direzione artistica degli eventi, progettazione di allestimenti tecnici e scenografici, produzione cartellonistica dedicata, consulenze esterne.

Coerenza tra obiettivi e strumenti:

Buona rispondenza delle attività proposte rispetto agli obiettivi previsti.

Economicità in relazione agli obiettivi:

Congrua previsione finanziaria in relazione al complesso delle attività programmate.

4 - Correlazione promozione commercializzazione:

Il Progetto individua un insieme di mezzi e azioni mirate di comunicazione volte a favorire la promo – commercializzazione

Criteri e modalità di riscontro dei risultati:

Gli indicatori sui quali si potrà stimare un eventuale riscontro sono:

numero visitatori a manifestazioni, eventi, sagre e: fiere paesane :

incremento di presenze nelle strutture alberghiere e nei ristoranti c del territorio comunale:

partecipanti alle visite guidate ai complessi monumentali:

incremento visitatori ai Musei Civici:

visitatori alle mostre temporanee: e agli allestimenti permanenti.

registri cartacei

accessi al sito internet

contatti ai Servizi di informazione comunale e agli Uffici/ Associazioni promotori del progetto

Importo del progetto: € 41.000,00

Attribuzione di merito: DISTINTO

Titolo: A fine living with smile across castels & motors

prot. n. 83745 del 25/08/2014

Soggetto proponente: Strada dei vini e dei sapori

Descrizione del progetto: Il territorio compreso fra le città di Modena e Bologna, costituisce un'area omogenea dal punto di vista storico culturale, un luogo di transito e di passaggio, un luogo in cui ci si incontra e ci si scambia cultura davanti a un piatto e a un buon vino. La riscoperta da parte delle utenze turistiche di un certo modo "slow" di affrontare e vivere i propri giorni di svago, ha aperto e consolidato l'interesse verso la nostra regione, da sempre percepita come una regione con il sorriso, dove si è felici e ci si sente a casa.

Memori di questa idea, l'Associazione Strada dei Vini e dei Sapori "Città Castelli Ciliegi" intende avviare un percorso di riscoperta e riproposizione del proprio territorio attraverso la valorizzazione di un offerta turistica complessiva e completa che comprenda il turismo enogastronomico, culturale, cicloturistico ed emozionale, in cui i luoghi sono le persone e la loro storia da condividere e tramandare.

Il progetto si articolerà nell'individuazione di due itinerari tematici, uno da affrontare in bicicletta e l'altro in macchina, che uniscano la passione per i motori, quella per il buon cibo e per i luoghi del passato. Inoltre verrà realizzato un piano di comunicazione e promozione principalmente orientato al web 2.0 e ai social network, in modo da incentivare il turismo esperienziale, ovviamente senza dimenticare gli strumenti più tradizionali a cui molti utenti sono ancora legati come guide turistiche e pubblicazioni specializzate.

1 - Integrazione del progetto con gli strumenti di programmazione

Il progetto presenta contenuti che fanno riferimento alle attività di programmazione sia regionale che provinciale in quanto svilupperà trasversalmente tematiche presenti nelle linee guida in un'ottica di rete e collaborazione.

2 - Integrazione del progetto in relazione alle loro specifiche caratteristiche e al territorio in una ottica di "rete":

Territori e soggetti coinvolti nel progetto:

- Comuni che compongono il territorio della Strada dei Vini e dei Sapori "Città Castelli Ciliegi": per la Provincia di Bologna Casalecchio di Reno, Monte San Pietro, Sasso Marconi, Valsamoggia, Vergato, Zola Predosa; per la Provincia di Modena Castelnuovo Rangone, Castelvetro di Modena, Guiglia, Marano sul Panaro, Savignano sul Panaro, Spilamberto, Vignola, Zocca
- IAT Colli Bolognesi, UIT infoSASSO, IAT Unione Terre di Castelli, PIT Castelvetro, IAT Maranello
- Operatori turistici privati: strutture ricettive e di ristorazione, produttori e aziende agricole che si trovano sul percorso della Strada dei Vini e dei Sapori "Città Castelli Ciliegi" (circa un centinaio)
- Associazioni di promozione territoriale
- Museo dell'Aceto Balsamico di Modena
- Museo Ferrari di Maranello
- Museo Casa Natale Enzo Ferrari di Modena
- Museo Villani di Castelnuovo Rangone

Ambiti coinvolti:

- Turismo storico-culturale,
- Turismo eno-gastronomico,
- Turismo dei luoghi

Segmenti di domanda:

Il segmento di domanda a cui ci rivolgiamo è un turista colto e preparato, per questo esigente, che prima di partire si informa sull'offerta complessiva del territorio, sulle tappe e sul percorso da seguire, per questo il progetto pone molta importanza alla realizzazione delle app e della comunicazione in rete.

3 - Qualità progetto:

Obiettivi:

rielaborazione del concetto di turismo enogastronomico, non più fine a se stesso, ma legato e motore verso la conoscenza del luogo e della sua storia, fatta di grandi eccellenze enogastronomiche, ma anche del grande Romanico, dei grandi costruttori di automobili e dei borghi medioevali. Vuole agevolare lo scambio fra la città di Modena e il territorio di provincia, sede di due dei più noti Musei del Gusto : il museo dell' ABTM e il MUSA (museo della Salumeria) e del Museo Ferrari di Maranello.

Mercati di intervento:

Il mercato di riferimento, oltre a quello regionale e nazionale, è quello internazionale interessato in particolare all'eno-gastronomia e alla storia del territorio.

Azioni e strumenti:

- Ideazione della campagna di comunicazione su social network specifica
 - Organizzazione di un incontro con gli operatori turistici coinvolti (ricettività, ristorazione, tour operator, associazioni del territorio, musei)
 - Sviluppo di partnership con gli eventi principali del territorio, per richiamare e valorizzare l'identità territoriale con aree tematiche dedicate agli antichi percorsi storici
 - Realizzazione di una vetrina tematica e di un'area espositiva dedicata presso gli uffici turistici
 - Creazione di una App multimediale in 2 lingue: una vera e propria guida interattiva e multimediale, compatibile con 2 diverse piattaforme mobile (iPhone, Android)
 - Ideazione e creazione di materiale turistico cartaceo in italiano e inglese, presentato in forma di breve guida turistica corredata da mappe tematiche, stampata in 3000 copie e distribuite gratuitamente attraverso gli uffici di informazione turistica e in occasione della partecipazione a fiere
 - Implementazione dell'archivio fotografico relativo al territorio dell'Associazione Strada dei Vini e dei Sapori "Città Castelli Ciliegi", anche tramite concorsi fotografici da accompagnare alla campagna di comunicazione sui principali social network
 - Realizzazione di una newsletter per gli operatori economici per dare informazioni sempre aggiornate sugli itinerari in modo tale da formare punti informazioni "diffusi"
- Inoltre sono previste azioni mirate per implementare il turismo internazionale:
- Creazione di app bilingue (italiano/inglese) in cui si trovi il territorio geomappato dell'Unione Terre di Castelli
 - Creazione di un app bilingue (italiano/inglese) con due possibili percorsi che partano da Modena, attraversino il territorio dell'Unione Terre di Castelli e si concludano in Maranello.
 - Creazione di cartoguide bilingue.

Coerenza tra obiettivi e strumenti:

Buona rispondenza delle attività proposte rispetto agli obiettivi previsti.

Economicità in relazione agli obiettivi:

Congrua previsione finanziaria in relazione al complesso delle attività programmate.

4 - Correlazione promozione commercializzazione:

mediante la realizzazione di itinerari pronti si spera di ottenere una ricaduta positiva relativa alle presenze sul territorio, anche in un ottica di prolungamento dei soggiorni e di destagionalizzazione.

Criteri e modalità di riscontro dei risultati:

Numero di utenti coinvolti e di fotografie prodotte, Numero di download e di recensioni, Rilevazione del numero di contatti (aumento di follower e visitatori), Accessi agli strumenti web e richieste dirette.

Importo del progetto: € 20.600,00

Attribuzione di merito: DISTINTO

Titolo: Le ambasciate del gusto

prot. n. 80581 del 07/08/2014

Soggetto proponente: Comune di Vignola

in collaborazione con:

- Consorzio della Ciliegia di Vignola,
- Aziende agricole

Descrizione del progetto: Grazie all'ottenimento del marchio IGP, la Ciliegia di Vignola può rappresentare tutti i valori legati al territorio di riferimento e alla sua comunità.

Il progetto si propone di individuare e contattare le realtà sensibili al Turismo "sostenibile" e alla valorizzazione dei prodotti di qualità italiani, Tramite il trust emozionale e qualitativo che viene percepito e assimilato dai buyer stranieri, il progetto prevede di legare a queste consuetudini commerciali la promozione turistico-territoriale anche andando ad incentivare la stessa commercializzazione del prodotto che in questo modo diventerebbe ambasciatore del gusto vignolese.

Con la creazione di questi contatti il progetto vuole stimolare la comunicazione promozionale del territorio, andando ad invitare un rappresentante per ogni "mercato estero" nei vari momenti cruciali della vita del territorio di riferimento (raccolta delle ciliegie, pick your own, Vignola è tempo di ciliegie, ecc) consentendo nel contempo una conoscenza delle emergenze storico-architettoniche del Comune di Vignola.

1 - Integrazione del progetto con gli strumenti di programmazione

Il progetto presenta contenuti che fanno riferimento alle attività di programmazione sia regionale che provinciale in quanto svilupperà trasversalmente il tema del Turismo enogastronomico e delle produzioni tipiche in sinergia con la valorizzazione del territorio attraverso la promozione delle emergenze storico-architettoniche del Comune di Vignola.

2 - Integrazione del progetto in relazione alle loro specifiche caratteristiche e al territorio in una ottica di "rete":

Territori e soggetti coinvolti nel progetto:

Nel progetto ci sarà un coinvolgimento diretto del territorio attraverso le Aziende dove verranno invitati i rappresentanti dei "mercati esteri" nei vari momenti significativi per la filiera del prodotto (raccolta delle ciliegie, pick your own, Vignola è tempo di ciliegie, ecc) e attraverso la promozione delle emergenze storico-architettoniche del Comune di Vignola.

Ambiti coinvolti

Turismo eno-gastronomico
Turismo rurale
Turismo storico-artistico

Segmenti di domanda:

Il progetto è orientato a sollecitare e selezionare Giornalisti di viaggio e FoodBlogger, categorie, che soprattutto nella cultura nord europea svolge la funzione di opinion leader nella selezione delle mete per viaggi e vacanze.

3 - Qualità progetto:

Obiettivi:

Ampliare geograficamente l'offerta turistico-promozionale del territorio di Vignola e dell'Unione Terre di Castelli, promuovendo e portando all'attenzione dei mercati nord-europei il prodotto tipico vignolese per eccellenza, ovvero, la Ciliegia di Vignola.

Mercati di intervento:

Oltre al mercato regionale e nazionale particolare attenzione sarà rivolta a Gran Bretagna, Irlanda, Danimarca, Svezia, Norvegia, Germania, Austria, Svizzera individuati come possibili mercati interessati all'apertura di un canale Turistico/Commerciale rivolto alle attività agricole del territorio.

Azioni e strumenti:

Creazione mailing list di attività commerciali e di foodblogger/giornalisti,
Creazione di un calendario di visite in aziende durante la stagione di raccolta,
Fornitura del prodotto alle attività commerciali,

Rilancio degli esiti delle iniziative attraverso i canali di comunicazione comunali: social media, comunicati stampa, blog turistico di Vignola

Coerenza tra obiettivi e strumenti:

Buona rispondenza delle attività proposte rispetto agli obiettivi previsti.

Economicità in relazione agli obiettivi:

Previsione finanziaria in relazione al complesso delle attività programmate passibile di ottimizzazione.

4 - Correlazione promozione commercializzazione:

Il progetto proposto trova la sua massima realizzazione proprio dal rapporto che nasce tra la commercializzazione del prodotto "Ciliegia" e la promozione turistica del territorio. Grazie al nome e al valore del prodotto "Ciliegia di Vignola" sarà possibile costruire i contatti e le relazioni che permetteranno di promuovere tutte le emergenze culturali, storiche e turistiche del territorio di Vignola e dei comuni limitrofi

Criteri e modalità di riscontro dei risultati:

Rendicontazione dei momenti d'incontro presso i buyer stranieri.

Importo del progetto: € 54.050,00

Attribuzione di merito: DISTINTO

Titolo: Mercurdo, mercato dell'Assurdo - Musa

prot. n. 83509 del 22/08/2014

Soggetto proponente: Comune di Castelvetro di Modena

Descrizione del progetto: Mercurdo è la biennale dedicata al tema dell'assurdo che dal 1994 porta a Castelvetro un ricco programma che si declina dal teatro, alla musica, dalle arti visive al cinema, dalle performance all'artigianato, in ogni ambito dove la creatività di artisti, performer e artigiani possa andare a colpire in modo innovativo, sorprendente e coinvolgente il pubblico. In questi anni Mercurdo ha invitato a partecipare artisti da tutt'Italia e dall'estero, coinvolgendo ospiti da Regno Unito, Olanda, Grecia, Francia, Stati Uniti, Portogallo. per il 2015 si lavorerà per arricchire il programma con l'invito ad artisti stranieri di spessore, con l'obiettivo di rendere l'iniziativa ulteriormente interessante per un pubblico internazionale. Musa è il museo permanente dedicato all'assurdo che ospita opere presentate alle precedenti edizioni di Mercurdo e acquisite dal Comune e mostre temporanee, collezioni in prestito al museo ed esposizioni legate ad ogni singola edizione di Mercurdo, sfruttando in queste occasioni anche locali diversi non permanentemente nelle disponibilità del museo. Le opere ospitate sono di autori noti nel panorama nazionale come internazionale, le mostre temporanee raccolgono anche le proposte meritevoli degli autori locali o comunque emergenti, oltre che sezioni dedicate ai laboratori realizzati dagli istituti scolastici in collaborazione con il Museo. Il Comune si fa direttamente carico di sviluppare il progetto, attraverso il proprio personale e le proprie risorse. Nell'implementazione dei servizi indispensabili per la realizzazione del progetto è tutt'ora in corso un contratto di fornitura di servizi specializzati per le aperture museali di Musa, servizio che viene potenziato durante lo svolgimento di Mercurdo, con personale qualificato e visite guidate.

1 - Integrazione del progetto con gli strumenti di programmazione

Il progetto presenta contenuti che fanno riferimento alle attività di programmazione sia regionale che provinciale in quanto svilupperà trasversalmente il tema della promozione turistica attraverso temi di interesse storico – culturale ed eno-gastronomico.

2 - Integrazione del progetto in relazione alle loro specifiche caratteristiche e al territorio in una ottica di "rete":

Territori e soggetti coinvolti nel progetto:

Il progetto prevede un'interazione con gli istituti scolastici, la rete museale del territorio, lo IAT, il tessuto associativo e più in generale i servizi e gli attori che il territorio ha a disposizione in un'ottica di distretto e prevede il coinvolgimento delle istituzioni locali, istituti scolastici del territorio dell'Unione Terre di Castelli, rete del volontariato, rete dei centri giovani delle Politiche Giovanili dell'Unione Terre di Castelli attraverso attività laboratoriali e percorsi di visita. Le iniziative vengono inserite nel quadro di programmazione delle attività sul territorio promosse dal servizio IAT dell'Unione Terre di Castelli.

Ambiti coinvolti

- Turismo culturale
- Turismo storico-artistico
- Turismo enogastronomico

Segmenti di domanda:

Flussi turistici legati ai percorsi d'arte e agli eventi culturali, specie all'interno delle cornici dei piccoli centri, appassionati d'arte, musica, teatro, festival di strada, artigianato, enogastronomia tipica e di qualità. Il filone della creatività e della cultura aiuta ad allargare la frequentazione del territorio ad un pubblico da un lato più giovane rispetto a quello tradizionalmente attratto e dall'altro più dinamico nel accogliere e sperimentare nuove proposte ricettive e turistiche.

3 - Qualità progetto:

Obiettivi:

Il progetto ha come obiettivo la promozione del territorio comunale di Castelvetro di Modena e della rete di accoglienza turistica allargata all'Unione Terre di Castelli e al territorio di produzione del Lambrusco Grasparossa di Castelvetro DOP e la costruzione di un programma che come prerogative abbia la qualità, lo stupore e l'integrazione delle proposte nel contesto storico di Castelvetro di Modena.

Promozione del territorio attraverso un'attività di branding mirata a accrescere la consapevolezza della vocazione del contesto locale ad accogliere un turismo legato ad interessi culturali ed artistici. Tale settore d'intervento si affianca così al segmento dell'eno-gastronomia e del prodotto tipico locale sia portando nuovo

pubblico su questo territorio e verso questo mercato, sia creando un nuovo momento di qualità per l'interazione e il coinvolgimento del pubblico già consapevole dell'attrattiva di questi luoghi.

Mercati di intervento:

Italia ed Europa.

Azioni e strumenti:

Sovrapposizione di un piano di comunicazione completo e integrato anche attraverso i social network con il pubblico e con lo svolgimento degli eventi e i loro spazi.

L'aggiornamento di siti web www.mercurdo.it e www.comune.castelvetro-di-modena.mo.it (sezione cultura, pagine dedicate al Musa e alla manifestazione), pagine Facebook e Twitter, campagne di advertising su social, stampa di manifesti 100x70 e programmi, realizzazione spot radiofonici, inserzioni su quotidiani locali, invio comunicati stampa ai media locali e nazionali.

Ricerca delle proposte artistiche più adatte, realizzazione del bando rivolto ad artigiani ed espositori, raccordo con gli istituti scolastici per la costruzione di parti dedicate di programma e per la contestuale organizzazione di visite guidate al Musa, realizzazione di progetti espositivi espressamente dedicati all'edizione corrente di Mercurdo, compilazione del programma definitivo, realizzazione del piano di comunicazione e diffusione dei materiali, pianificazione e implementazione delle strutture tecniche necessarie, integrazione dell'evento con la rete dell'accoglienza e della ristorazione locale anche attraverso menù e percorsi gastronomici dedicati.

Realizzazione di strumenti di comunicazione in inglese, in particolare la creazione della versione in inglese del sito web www.mercurdo.it, coordinamento con lo IAT dell'Unione Terre di Castelli, creazione di percorsi enogastronomici dedicati presso ristoranti del territorio convenzionati.

Coerenza tra obiettivi e strumenti:

Buona rispondenza delle attività proposte rispetto agli obiettivi previsti.

Economicità in relazione agli obiettivi:

Congrua previsione finanziaria in relazione al complesso delle attività programmate.

4 - Correlazione promozione commercializzazione:

Mercurdo e Musa portano a Castelvetro un ampio pubblico che entra così in contatto con le eccellenze produttive del territorio. Durante le manifestazioni è sempre aperto il punto informazioni del consorzio dei produttori locali (Consorzio Castelvetro Vita), dove è possibile conoscere e acquistare i prodotti dell'enogastronomia locale, effettuare percorsi di degustazione, avere informazioni su ricettività e ristorazione. Inoltre tramite il mercato dell'artigianato assurdo Mercurdo si pone l'obiettivo di promuovere gli artigiani e i creativi più innovativi ed interessanti e di offrire loro la possibilità di commercializzare i propri prodotti presso un ampio pubblico allineato per target e interessi.

Criteri e modalità di riscontro dei risultati:

Verifica del registro delle visite presso Musa, riscontro del pubblico durante la manifestazione Mercurdo, anche grazie agli importi da versare a Siae per il numero di presenze agli spettacoli.

Importo del progetto: € 40.800,00

Attribuzione di merito: BUONO

Titolo: Terra di motori ..Informare attraverso il territorio - IAT diffuso Benvenuto turista

prot. n. 83791 del 25/08/2014

Soggetto proponente: Comune di Maranello

in collaborazione con:

- Sistema Turistico Territoriale Intercomunale dei Comuni di Fiorano modenese, Formigine e Maranello
- Comune di Sassuolo
- Comune di Modena.

Descrizione del progetto: Il progetto si propone di proseguire, rafforzandole, nelle azioni promosse negli anni passati per la creazione di un sistema di "Testimoni del Territorio" nell'area dei Comuni di Formigine, Fiorano Modenese e Maranello, che godono di un Sistema Unico di Promozione Territoriale, e nel Comune di Modena, che ha svolto analoga attività nel proprio territorio.

L'attività di promozione turistica nei confronti del mercato nazionale ed internazionale, l'attività vede come polo attrattivo principale il sistema "Terra di motori" e la Rete del Romanico: quel vasto patrimonio di monumenti dell'arte romanica, pievi e cattedrali, inseriti nel Grande Itinerario Culturale del Consiglio d'Europa Transromanica, si svolge non solo attraverso materiali informativi, collaborazione col sistema di promozione provinciale e regionale, newsletter, rapporti con testate giornalistiche specializzate e non, ma anche attraverso il radicamento nel territorio della cultura dell'accoglienza, coinvolgendo in un percorso formativo soggetti che sono quotidianamente in contatto con i turisti nel loro percorso di visita del territorio e che possono essere i migliori testimoni delle bellezze e delle ricchezze della nostra Provincia e della Regione Emilia-Romagna in generale.

1 - Integrazione del progetto con gli strumenti di programmazione

I contenuti del progetto sono coerenti con le indicazioni per la programmazione 2015 contenute nelle Linee guida per la programmazione delle attività di promozione e commercializzazione turistica della Regione Emilia-Romagna. Si tratta infatti di un progetto che vuole costruire una rete di operatori e che ricadente su un territorio che, grazie alla grande attrazione esercitata dal Museo Ferrari di Maranello, può favorire l'aumento delle presenze anche in periodi ritenuti di bassa stagione. Si propone infine di dare continuità e di potenziare le azioni di sistema già adottate in relazione con altri enti territoriali che intendono sviluppare attività di sostegno alla presentazione dei territori sui mercati. Il progetto si pone infatti in connessione con l'offerta complessiva delle Città d'arte e del territorio provinciale nel suo complesso, con particolare attenzione alle reti dei Castelli e dei Musei. Il territorio incrocia inoltre strade di interesse storicoculturale, come la via Vandelli.

I contenuti del progetto sono inoltre coerenti con la programmazione della Provincia di Modena in quanto ci si propone di continuare ad operare in un'ottica di integrazione delle offerte, in una logica di rete, sia per caratteristiche che per territorio trattandosi appunto di un progetto promosso da un'Amministrazione pubblica e da una pluralità di soggetti privati.

2 - Integrazione del progetto in relazione alle loro specifiche caratteristiche e al territorio in una ottica di "rete":

Territori e soggetti coinvolti nel progetto:

Il territorio verrà coinvolto attraverso i soggetti privati che abbiano interesse per le opportunità economiche offerte dal turismo che negli anni scorsi hanno partecipatp alle attività di formazione "Benvenuto Turi sta! " o abbiano intenzione di parteciparvi nel 2015, costituendo e ampliando la rete territoriale di infopoint di base : agenzie di incoming e servizi turistici, agriturismi e fattorie didattiche, aziende agricole, realtà artigianali, ma anche vendita di prodotti agro-alimentari tipi ci ed enogastronomia, strutture per il pernottamento, bar, tavole calde.....

Sono inoltre coinvolti nel progetto il Museo Enzo Ferrari di Modena, il Museo Ferrari Maranello, le collezioni private, gli istituti museali civici e non di Modena, di Fiorano Modenese, Formigine e Sassuolo che saranno promossi attraverso le attività previste dal pro getto.

Ambiti coinvolti

- Turismo motoristico - circuito Terra di Motori
- Turismo d'arte e storia locale - Città d'arte
- Turismo di interesse storico-culturale e religioso
- Turismo ambientale - sistema di aree protette (Riserva regionale delle Salse di Nirano e Oasi del Colombarone)

Segmenti di domanda:

Ci si rivolge in generale al turismo familiare e di gruppo, ma in particolare a quello motoristico, culturale, ambientale, escursionistico

3 - Qualità progetto:

Obiettivi:

Accrescere l'attrattività territoriale e valorizzare le risorse migliorando i servizi. Ovvero rafforzare, qualificare, estendere e integrare l'accoglienza turistica con l'offerta ai visitatori di servizi di prima informazione turistica attraverso la formazione e il sostegno dell'attività di esercizi turistici e commerciali di interesse turistico, che diventano così testimoni e promotori del territorio.

Accrescere e migliorare il sistema di relazioni e collaborazione tra enti pubblici e tra i singoli privati, nonché tra pubblico e privato, incrementando così la relazione tra territorio, eventi ed offerta turistico-ricettiva.

Migliorare e incoraggiare l'innovazione e l'aggiornamento professionale nonché il senso di identità territoriale, per rendere il territorio maggiormente accogliente e competitivo sui mercati italiani e stranieri.

Rafforzare l'appartenenza alla rete degli infopoint "Benvenuto Turista!" da parte degli operatori che hanno fruito e fruiranno delle attività di formazione.

Sviluppare in termini di notorietà, efficienza ed efficacia la rete di punti d'informazione turistica di base creata negli scorsi anni e diffusa capillarmente sui territori di Maranello, Fiorano, Formigine e Modena, che disporrà di mezzi informativi e di promozione innovativi e integrati utili alla promozione della rete stessa e del territorio.

Mercati di intervento:

Turisti italiani e stranieri non solo per i tradizionali mercati cui si rivolge la Regione Emilia Romagna sui mercati storicizzati (paesi di lingua tedesca, vale a dire la Germania, la Svizzera e l'Austria, unitamente alla Francia e Benelux, cui si affianca sempre di più la Russia), ma anche sui mercati nuovi (Polonia ed Ucraina) e sui mercati di prospettiva (Repubblica Ceca, l'Ungheria, la Slovacchia). Un discorso particolare va rivolto alla Spagna, in quanto la presenza di Fernando Alonso alla guida di una Ferrari ha aumentato la presenza di turisti spagnoli sul territorio. Si segnala inoltre la volontà di dare seguito agli sforzi di promozione all'estero e in particolare verso la Francia: nel 2012 i 4 Comuni, in collaborazione con l'agenzia di incoming Modenatur, hanno partecipato al Salone turistico di Cholet, nella Loira, regione francese gemellata con l'Emilia-Romagna. Formigine ha inoltre recentemente attivato un gemellaggio con Saumur, città attraversata dal fiume Loira il cui castello è fra le mete più attrattive dell'intera regione francese.

Azioni e strumenti:

strumenti di promozione per il raggiungimento degli obiettivi indicati, tutti i materiali prodotti sono previsti in italiano e in inglese, mentre anche la rete di info point privati è stata formata relativamente all'uso della lingua inglese ad uso turistico. Inoltre è prevista la:

- mappatura attività potenzialmente interessate
- realizzazione di una pagina web dedicata al progetto Benvenuto Turista
- implementazione dell'App "Maranello e dintorni" con le risorse turistiche del comune di Modena in italiano e traduzione dei contenuti in seconda lingua straniera (francese) anche dei contenuti relativi ai POI di Modena;
- realizzazione di un'App, simile all'App "Maranello e dintorni", per il territorio di Modena con l'integrazione delle risorse dei territori di Maranello, Fiorano Modenese e Formigine;
- realizzazione e distribuzione alla rete di materiale turistico contenente la stampa di codice QR, è prevista anche la realizzazione di una vetrofania e di locandine da distribuire, con codice QR con link alle pagine dedicate al progetto sui siti o link allo store per il download dell'App;
- elaborazione ed invio a cadenza periodica alla rete di info point "Benvenuto Turista!" di una newsletter informativa integrata relativa agli eventi in programma:
- organizzazione visite guidate per gli operatori aderenti alle emergenze turistiche del territorio modenese
- campagna social di promozione della rete di informazione e accoglienza turistica di base
- predisposizione e somministrazione on line di questionari destinati agli operatori aderenti alla rete degli Infopoint "Benvenuto Turista!" e ai turisti per avere un feedback sull'accoglienza ricevuta sul territorio con elaborazione dei risultati e predisposizione report finali
- organizzazione di un evento conclusivo per la presentazione del report finale, la consegna degli attestati di partecipazione e la presentazione e consegna del materiale in dotazione ai soggetti in rete.

Coerenza tra obiettivi e strumenti:

Buona rispondenza delle attività proposte rispetto agli obiettivi previsti.

Economicità in relazione agli obiettivi:

Congrua previsione finanziaria in relazione al complesso delle attività programmate.

Sostenibilità:

Per quanto riguarda la sostenibilità delle attività per la valorizzazione turistica del territorio previste dal progetto, esse sono coerenti con la Carta di Rimini per il turismo sostenibile e competitivo assunta a novembre 2008, a seguito della seconda conferenza internazionale sul turismo sostenibile, e compatibili con il contesto ambientale e culturale dei luoghi, con il contesto socio-economico delle comunità locali coinvolte dall'attività e le caratteristiche dell'utenza, le regole e le garanzie di ospitalità e fruizione dei luoghi, in quanto viene strutturata ed ampliata una rete di soggetti che operano attivamente sul territorio e che possono svolgere una importante funzione di fidelizzazione del turista promuovendo un'immagine di accoglienza cordiale, informata, diffusa e organizzata.

4 - Correlazione promozione commercializzazione:

Il progetto prevede la dotazione di strumenti di informazione turistica, tradizionali e innovativi attraverso i quali si intende consolidare una rete coesa e sinergica fra la promozione turistica e commercializzazione del prodotto territorio. Le attività economiche che partecipano al progetto svolgono ciascuna un ruolo attivo nel costruire una proposta attrattiva da commercializzare pur restando nel proprio ambito di attività. Si propongono al turista come parte di un insieme qualitativamente importante e in questo modo promuovo la città nel suo insieme. Il turista percepisce e vive in modo pieno e genuino l'accoglienza del territorio, viene agevolato da una rete di servizi e da operatori fortemente coinvolti in una politica di accoglienza.

Criteri e modalità di riscontro dei risultati:

Il sistema di riscontro dei risultati è articolato su indicatori di performance:

numero partecipanti,
quantità materiale stampato e distribuito,
numero newsletter e informazioni pubblicate e condivise,
numero download app,
esiti questionari online,
arrivi e presenze alberghiere ed extra-alberghiere,
visitatori principali attrazioni turistiche.

Importo del progetto: € 28.600,00

Attribuzione di merito: BUONO

Titolo: Castelvetro, il Rinascimento e le sue suggestioni - Festa a Castello

prot. n. 82102 del 07/08/2014

Soggetto proponente: Associazione Dama Vivente

in collaborazione con:

Amministrazione di Castelvetro e il patrocinio di Provincia di Modena, Regione Emilia Romagna e Fondazione di Vignola.

Descrizione del progetto: Ogni anno Castelvetro diventa un suggestivo teatro di importanti rievocazioni storiche, ognuna con proprie caratteristiche con l'obiettivo di far conoscere e diffondere la cultura del Rinascimento.

Negli anni dispari l'associazione presenta Festa a Castello, un banchetto in stile rinascimentale dove il pubblico diventa protagonista. Centinaia di figuranti provenienti dall'Italia e dall'estero partecipano all'evento rigorosamente in abiti in stile d'epoca.

Dal 2000 è nata la mostra permanente Fili d'Oro a Palazzo dove è possibile ammirare circa quaranta abiti, parte di una collezione che conta oltre centotrenta costumi realizzati dalle volontarie dell'associazione con particolare maestria, ispirati all'iconografia dell'epoca rinascimentale italiana ed europea. La mostra da alcuni anni è entrata a far parte del circuito museale modenese partecipando alle rassegne Musei da Gustare e la Notte dei Musei, annualmente ospita più di 5000 visitatori molti dei quali da fuori regione.

In occasione di Festa a Castello vengono coinvolte le realtà locali per la realizzazione di scenografie nella piazza a damier dove viene allestito il banchetto. Durante la serata oltre ad offrire al pubblico presente un menù di prodotti tipici locali di aziende del territorio verranno proposti spettacoli, danze storiche e giochi di fuochi a conclusione della serata. In questo modo l'associazione fa rivivere agli spettatori un momento storico legato al rinascimento non rinunciando alla promozione del prodotto tipico locale durante il banchetto e con una particolare attenzione al turismo straniero.

1 - Integrazione del progetto con gli strumenti di programmazione

Il progetto presenta contenuti che fanno riferimento alle attività di programmazione sia regionale che provinciale in quanto svilupperà trasversalmente il tema della promozione turistica attraverso temi di interesse storico – culturale ed eno-gastronomico.

2 - Integrazione del progetto in relazione alle loro specifiche caratteristiche e al territorio in una ottica di "rete":

Territori e soggetti coinvolti nel progetto:

L'associazione collabora con le scuole dell'Unione Terre di Castelli attraverso conferenze e laboratori presso gli istituti scolastici e con aperture straordinarie del museo e visite guidate per scuole materne, elementari e medie del territorio dell'unione e altri comuni quali Fiorano, Maranello, Formigine. Inoltre in occasione di Festa a Castello vengono coinvolte le realtà locali per la realizzazione di scenografie nella piazza a damier dove viene allestito il banchetto.

Ambiti coinvolti

Turismo di interesse storico – culturale.

Turismo eno-gastronomico

Segmenti di domanda:

In particolare i segmenti di domanda che si intendono raggiungere, di provenienza sia italiana che straniera, sono:

- Turismo individuale,
- Turismo di gruppo
- Turismo per famiglie

3 - Qualità progetto:

Obiettivi:

Far conoscere e diffondere la cultura del Rinascimento, con particolare riferimento al soggiorno del Poeta Torquato Tasso, e attraverso questa promuovere il territorio e le sue eccellenze eno-gastronomiche e culturali attraverso il coinvolgimento emotivo-sensoriale del turista.

Mercati di intervento:

Mercato di riferimento Italiano ed Estero (dal 2006 tutto il materiale pubblicitario di Fili d'Oro a Palazzo è in italiano, inglese e francese)

Azioni e strumenti:

Durante tutto l'anno l'associazione, composta da più di 70 volontari che lavorano gratuitamente per realizzare la manifestazione, lavorerà per promuovere il museo e da febbraio ad ottobre 2015 verrà organizzato e realizzato l'evento "Festa a Castello" preceduto da conferenze sulla Tavola nel '500 nelle sue più svariate sfaccettature. Per promuovere l'evento e il museo verranno utilizzati diversi mezzi come spot radiofonici e televisivi, articoli in riviste mensili (Medioevo, Bell'Italia, Dove e altre del settore), manifesti, pieghevoli, Banner presso i centri commerciali di Modena e volantini distribuiti in tutta la regione Emilia Romagna. Oltre all'organizzazione e alla promozione della manifestazione verranno proposte azioni di promozione fuori dal territorio utili per far conoscere il museo e le rievocazioni storiche così come fatto negli anni passati: il tema è stato infatti proposto già in manifestazioni quali La Bonissima nel mese di ottobre a Modena, Festa del Torrione a Milano e Cremona nel mese di novembre con due cortei storici, è stato inoltre realizzato un banchetto in stile rinascimentale per il Consorzio dello Zampone di Modena (2013) presso la Sala del Fuoco nella sede municipale di Modena, l'Associazione è stata inoltre presente in fiere nazionali di promozione turistico / culturale a Ferrara, Milano e Modena e ha svolto azioni in loco rivolte al mercato estero:

- una mostra di abiti a Mont Louis sur Loire e distribuzione di materiale pubblicitario della mostra e delle manifestazioni
- cortei storici ad Amboise, Praga presso l'Istituto di Cultura Italiana
- danze storiche a Los Angeles.

Coerenza tra obiettivi e strumenti:

Buona rispondenza delle attività proposte rispetto agli obiettivi previsti.

Economicità in relazione agli obiettivi:

Congrua previsione finanziaria in relazione al complesso delle attività programmate.

4 - Correlazione promozione commercializzazione:

Con la promozione della manifestazione e del museo si è visto un incremento di pubblico con conseguente ripercussione sulle attività commerciali del territorio.

Criteri e modalità di riscontro dei risultati:

Il numero dei partecipanti si evince dai biglietti venduti per Festa a Castello e dalle firme e i commenti sul libro delle presenze presso il museo Fili d'Oro a Palazzo.

Importo del progetto: € 27.500,00

Attribuzione di merito: BUONO

Titolo: Elaborazione di una carta escursionistica in scala 1:25.000 per il territorio di Guiglia e Marano Sul Panaro:

prot. n. 83664 del 22/08/2014

Soggetto proponente: Pro Loco Guiglia

in collaborazione con:

Parco regionale dei Sassi di Roccamalatina.

Descrizione del progetto: elaborazione di una carta escursionistica del territorio, carta con indicazione dei sentieri, delle emergenze di interesse storico naturalistico, servizio cartografico in materia di cartografia escursionistica, punti di appoggio, alberghi, ristoro, parcheggi, fermate bus, punti panoramici, sorgenti, campeggi, ostelli, scuderie, impianti sportivi. Indicazione sul retro della carta dei dati tecnici per la percorrenza degli itinerari (tempi di percorrenza, dislivelli, difficoltà escursionistiche). Indicazione di informazioni storiche, naturalistiche e turistiche. Notizie sulla segnaletica escursionistica esistente, norme di comportamento, recapiti telefonici per ordine pubblico ed emergenze.

1 - Integrazione del progetto con gli strumenti di programmazione

Il progetto è inserito nell'azione di programmazione turistica di sviluppo e sostenibilità del Parco regionale dei Sassi di Roccamalatina.

2 - Integrazione del progetto in relazione alle loro specifiche caratteristiche e al territorio in una ottica di "rete":

Territori e soggetti coinvolti nel progetto:

Il progetto prevede un'interazione con gli istituti scolastici, la rete museale del territorio, lo IAT, il tessuto associativo e più in generale i servizi e gli attori che il territorio ha a disposizione in un'ottica di distretto e prevede il coinvolgimento delle istituzioni locali, istituti scolastici del territorio dell'Unione Terre di Castelli, rete del volontariato, rete dei centri giovani delle Politiche Giovanili dell'Unione Terre di Castelli attraverso attività laboratoriali e percorsi di visita. Le iniziative vengono inserite nel quadro di programmazione delle attività sul territorio promosse dal servizio IAT dell'Unione Terre di Castelli.

Ambiti coinvolti

- turismo ambientale e naturalistico
- turismo enogastronomico

Segmenti di domanda:

Soggetti che visitano il territorio ed in particolare il parco dei sassi di Roccamalatina, bikers, famiglie per il fine settimana

3 - Qualità progetto:

Obiettivi:

Fornire uno strumento valido ed aggiornato agli escursionisti. Fornire informazioni sulla ricettività e le possibilità ricreative. Incrementare l'utilizzo degli innumerevoli sentieri e percorsi non conosciuti fuori dalla zona. Incrementare un turismo pendolare offrendo occasioni di svago e fruizione dell'ambiente oltre a suggerire percorsi enogastronomici.

Mercati di intervento:

Principalmente la regione Emilia Romagna. L'inserimento della carta nel sito della Proloco di Guiglia, nonché di enti pubblici locali, consentirà la sua diffusione in ambito sia nazionale che internazionale.

Azioni e strumenti:

- creazione della carta cartacea e on line, studio del territorio con l'ausilio di guide escursionistiche specializzate;
- divulgazione del progetto al territorio in particolare ai soggetti che operano nell'ambito eno-gastronomico ed alberghiero;
- raccordo del progetto con i prodotti tipici del territorio, con particolare riferimento al "Borlengo di Guiglia" prodotto inserito nel paniere dei prodotti tipici della camera di commercio di Modena;
- istruzioni al territorio in merito alla divulgazione mediante utilizzo delle guide escursionistiche;

Coerenza tra obiettivi e strumenti:

Buona rispondenza delle attività proposte rispetto agli obiettivi previsti.

Economicità in relazione agli obiettivi:

Congrua previsione finanziaria in relazione al complesso delle attività programmate

4 - Correlazione promozione commercializzazione:

Nella carta saranno indicati i luoghi di interesse storico e le attività ricettive

Criteri e modalità di riscontro dei risultati:

Attraverso questionari distribuiti nel territorio

Importo del progetto: € 9.720,00

Attribuzione di merito: BUONO

Titolo: Se ami il nostro territorio ... scaricalo!

prot. n. 83925 del 25/08/2014

Soggetto proponente: Comune di Zocca

in collaborazione con:

Proloco e Promappennino

Descrizione del progetto: Il progetto mira ad una revisione della sentieristica locale attraverso la creazione di una nuova carta escursionistica del Comune sia in formato cartaceo che digitale, puntando in particolare su quest'ultimo per le relative applicazioni scaricabili su smartphone o tablet e pubblicazione sul sito istituzionale del Comune e su quello degli Enti sostenitori dell'iniziativa.

La rivisitazione della carta escursionistica del nostro territorio, la cui ultima edizione risale al 2009, si è resa necessaria sia per aggiornare i sentieri esistenti, sia per inserire nuovi percorsi. In particolare, si intende coniugare questo progetto con un altro in partenza sul territorio, promosso dal Servizio Sanitario Regionale – AUSL di Modena in collaborazione con l'Università degli Studi di Bologna, denominato "Montagne di Salute. Guadagnare in salute in contesti di Comunità".

1 - Integrazione del progetto con gli strumenti di programmazione

Sulla base della programmazione regionale, ci si pone l'obiettivo di promuovere la nostra area turistica a largo raggio sia appoggiandosi a Promappennino, sia agli uffici UIT e IAT della Province di Modena e Bologna; si integreranno queste azioni con il piano di promozione turistica rivolto a città limitrofe, servendosi anche di Promappennino.

2 - Integrazione del progetto in relazione alle loro specifiche caratteristiche e al territorio in una ottica di "rete":

Territori e soggetti coinvolti nel progetto:

Ci sarà il coinvolgimento di una forte realtà dell'Appennino quale il Parco Regionale dei Sassi di Roccamalatina.

Un ruolo importante, inoltre, sarà svolto dai soggetti privati proprietari di strutture ricettive sul territorio, i quali dovranno incaricarsi di una diffusione capillare del prodotto tra i propri ospiti.

Vi sarà anche, seppur indirettamente, il coinvolgimento del Servizio Sanitario Regionale – AUSL di Modena in collaborazione con l'Università degli Studi di Bologna per quanto riguarda il progetto denominato "Montagne di Salute. Guadagnare in salute in contesti di Comunità".

Ambiti coinvolti

- Turismo escursionistico
- Turismo ambientale
- Turismo eno-gastronomico
- Turismo culturale
- Turismo familiare

Segmenti di domanda:

La nuova carta escursionistica, pertanto, mira da un lato ad offrire un servizio più efficiente, completo ed aggiornato a quanti intendono visitare, camminando, il nostro territorio, ma intende coinvolgere anche un'utenza fino a questo momento lasciata in disparte, vale a dire quella della popolazione più anziana, sviluppando il capitale sociale e migliorando la qualità della vita dei cittadini, prevenendo le patologie croniche attraverso corretti stili di vita quale, appunto, il camminare. possibilità di coniugare l'aspetto della sentieristica con quello enogastronomico e culturale.

3 - Qualità progetto:

Obiettivi:

Il progetto prevede inevitabilmente una messa in rete dei diversi soggetti operanti sul territorio offrire una carta dei sentieri aggiornata del nostro territorio, dall'altro ad una ricognizione delle emergenze storico-architettoniche della zona, oltre a fornire un elenco aggiornato e completo delle strutture ricettive disseminate lungo il Comune.

Lo strumento informatico, inoltre, si pone l'obiettivo di coinvolgere su scala più ampia un'utenza giovane, mentre l'inserimento di percorsi segnalati dedicati ai più anziani.

Mercati di intervento:

Il mercato di riferimento sarà, principalmente, quello regionale, ma saranno anche organizzati pacchetti ad hoc per turisti stranieri, da inserire nell'offerta turistica che già Promappennino propone per il mercato estero

Azioni e strumenti:

Elaborazione carta escursionistica 1:25.000 per il territorio di zocca:

Elaborazione informatica

Stampa

Divulgazione della cartina cartacea e pubblicazione sul web di quella scaricabile e partecipazione a settimane promozionali, fiere di settore e workshop, sedi nelle quali sarà distribuito il materiale informativo promozionale per le camminate ed i soggiorni in Appennino.

Coerenza tra obiettivi e strumenti:

Buona rispondenza delle attività proposte rispetto agli obiettivi previsti.

Economicità in relazione agli obiettivi:

Congrua previsione finanziaria in relazione al complesso delle attività programmate.

Sostenibilità:

Le azioni e le attività svolte nel progetto sono state concepite per portare un turismo sostenibile all'interno del nostro territorio coinvolgendo il contesto socio-economico, la tradizionale ospitalità emiliana di strutture ricettive, le innumerevoli sagre di valorizzazione dei prodotti tipici e i luoghi di interesse naturalistico e culturale. Le azioni di promozione e valorizzazione turistica del territorio saranno quindi realizzate in un'ottica di compatibilità con il contesto ambientale e culturale del territorio.

4 - Correlazione promozione commercializzazione:

L'aspetto della commercializzazione si concretizzerà, sostanzialmente, in due momenti:

- vendita delle cartine escursionistiche cartacee presso il Municipio, Proloco, Promappennino, Museo del Castagno, edicole, Parco Regionale dei Sassi di Roccamalatina, esercizi commerciali interessati alla promozione del prodotto.

- Organizzazione di passeggiate lungo i sentieri segnalati, con guide escursionistiche esperte del territorio, in un'ottica di promozione a tuttotondo della nostra zona.

Criteri e modalità di riscontro dei risultati:

A) Verifica quantitativa:

- Monitoraggio della vendita delle cartine cartacee;

- Monitoraggio delle applicazioni scaricate della cartina digitale;

- Monitoraggio della partecipazione alle passeggiate organizzate lungo i sentieri.

B) Verifica qualitativa:

- Distribuzione di sondaggi di gradimento per accogliere i suggerimenti dei partecipanti.

Importo del progetto: € 9.833,84

Attribuzione di merito: BUONO