

**PROGRAMMA TURISTICO DI PROMOZIONE LOCALE 2020  
DELLA PROVINCIA DI MODENA**

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

Ente proponente	STRUTTURE IAT	punti	Valutazione	posizione	Costi previsti
Comune di Modena	IAT MODENA	74	BUONO	1	€ 436.815,12
Comune di Sestola	IAT DEL CIMONE	69	SUFFICIENTE	2	€ 594.865,00
<b>Totale</b>					<b>€ 1.031.680,12</b>

I costi previsti sono riportati al netto delle spese per il personale rimborsate dalla Regione Emilia-Romagna.

**2. AZIONI DI PROMOZIONE TURISTICA LOCALE**

Ente proponente	Area di intervento	punti	Valutazione	posizione	Costi previsti
Comune di Carpi	Città di Carpi	76	Buono	1	€ 363.600,00

## Servizi turistici di base relativi all'accoglienza, animazione e all'intrattenimento turistico

### IAT DI MODENA

**Soggetto proponente:** Comune di Modena

prot. 21952 del 01/07/2019

**Area interessata dal progetto:** Città di Modena

### Descrizione del progetto

#### Azioni/iniziative che si intendono svolgere nel corso del 2020

LA RETE DELL'ACCOGLIENZA ED INFORMAZIONE TURISTICA DEL COMUNE DI MODENA

La rete è costituita da:

- a) Servizio di informazione ed accoglienza turistica IAT con sede in Piazza Grande;
- b) Servizio di Informazione turistica e biglietteria bus con sede in Piazza Dante Alighieri;
- c) Servizio di informazione turistica con sede nel quartiere fieristico.

#### 1. GLI ORARI DI APERTURA

a) **IAT** - Ufficio Informazioni ed accoglienza turistiche - Sede: Modena Piazza Grande 14. Apertura tutti i giorni dell'anno ad esclusione del 25 Dicembre e Domenica di Pasqua.

Per ottemperare le richieste degli utenti e visitatori e le necessità dei turisti che sempre più frequenti accorrono all'Ufficio, anche in orari feriali, l'Ufficio Informazione Turistica, sede centrale, adotterà un'apertura tutti i giorni della settimana con un orario indicativamente così strutturato: Lunedì – Sabato 9.00/18.00; Domenica 9.30/18.00, con un rilevante miglioramento consistente nell'adozione di apertura tutta la settimana dell'orario continuato.

b) **Ufficio di informazioni turistiche e servizi biglietteria bus** - Sede: Piazza Dante Alighieri.

Apertura tutti i giorni dell'anno ad esclusione del 25 e 26 Dicembre, 1 e 31 Gennaio e 15 Agosto con i seguenti orari:

- da gennaio a giugno: dal lunedì al sabato dalle 7.30 alle 13.30; domenica dalle 8.30 alle 13.00;
- da luglio ad agosto: tutti i giorni dalle 9.00 alle 13.30;
- da settembre a dicembre: dal lunedì al sabato dalle 7.30 alle 13.30; domenica dalle 8.30 alle 13.00.

c) **Ufficio di Informazioni Turistiche presso la Fiera di Modena** - Sede: c/o Fiera di Modena, Viale Virgilio 70/90.

In occasione delle fiere di maggiore richiamo turistico, in numero di almeno 7 (sette) all'anno, rispetta l'intero arco di orario di apertura dei giorni e orari delle fiere selezionate.

#### 2. LE PRINCIPALI FUNZIONI DELLA RETE

##### a) Il Servizio IAT di Piazza Grande.

Il Servizio di Informazione ed accoglienza viene svolto secondo quanto indicato nella normativa regionale Delibera della Giunta Regionale (Regione Emilia - Romagna) n. 956/05 agli Allegati A "Disposizioni attuative per la gestione di un servizio d'informazione e prenotazione turistica" e C "Standard di qualità dei servizi di accoglienza e d'informazione turistica" in conformità alle disposizioni di carattere generale.

Le attività indicate dalla Delibera vengono svolte in un più ampio quadro di attività e con il fine di promuovere, incrementare e qualificare lo sviluppo turistico nell'ambito territoriale di competenza non solo del Comune ma anche dell'intero territorio modenese, assicurando la piena imparzialità e neutralità di ogni attività di informazione. Vengono svolte inoltre tutte le funzioni attinenti al turismo che siano di interesse anche per le organizzazioni locali pubbliche e private.

##### b) Il Servizio di Informazione turistica e biglietteria bus con sede in Piazza Dante Alighieri.

In questo punto informativo, "porta" del territorio", vengono erogate informazioni turistiche di ambito provinciale e regionale, fornite informazioni, suggeriti itinerari in città e in provincia, supportati da materiale informativo.

Il punto informativo, grazie ad un accordo tra il Comune di Modena e l'attuale gestore delle linee di mobilità sul territorio SETA Spa, garantisce anche una serie di informazioni e servizi per la mobilità

non solo urbana ma anche extraurbana, permettendo così nella concretezza, ai turisti che vogliono esplorare il nostro territorio, di avere informazioni, suggerimenti ed anche la possibilità di acquistare biglietti e titoli di viaggio.

Da questo punto informativo sarà possibile vendere tessere, cards, pass, biglietti di ogni altra realtà di interesse turistico. L'obiettivo è quello di "accompagnare" il turista agevolandolo in ogni necessità perché si possa muovere sul territorio con facilità e soddisfazione.

### **c) Il Servizio di informazione turistica con sede nel quartiere fieristico**

Il Servizio cura l'apertura e gestione del Punto informativo turistico del Comune presso la Fiera di Modena in occasione delle fiere di maggiore richiamo turistico secondo un calendario concordato. Tra i compiti durante l'apertura di suddetto punto informativo: erogazione di informazioni turistiche, vendite pubblicazioni, biglietti, pass, cards turistiche, prenotazione dei servizi turistici quali guide, tour, visite, verifica disponibilità del ricettivo per i pernottamenti, distribuzione materiale informativo.

Si conferma che anche per il 2020 lo IAT di Modena, nel suo integrale assetto organizzativo, per dare seguito e continuità al lavoro intrapreso con il "Progetto per la costruzione della Rete degli IAT della provincia", presentato tra le attività del PTPL 2019 e attualmente in fase di attuazione, si propone e svolge funzione di "hub" del territorio, erogando informazioni approfondite non solo sul capoluogo ma anche sull'intera provincia, provvedendo in questo modo a fornire un'immagine unitaria del brand "Modena" nonché a realizzare una diffusione capillare dell'informazione sulle attrazioni ed eccellenze di tutto il territorio.

Allo stesso tempo anche il canale informativo digitale rispecchia la volontà di presentare l'intera offerta turistica territoriale.

Il Portale Visitmodena ospita e promuove l'intero territorio, dal Capoluogo all'Appennino.

Prosegue e si amplia, inoltre, l'attività di presentazione in forma coordinata delle esperienze di visita offerte dal territorio. Lo IAT, che attraverso il gestore aderisce alla rete ERW, Rete che raggruppa e coordina tutta l'offerta di attività e tour del territorio e la mette a sistema a livello regionale, mette a disposizione la piattaforma Trekksoft già in uso a Bologna e in tutta la rete degli operatori Emilia Romagna Welcome. Le offerte inserite nel portale di Modena saranno veicolate anche su Emiliaromagnawelcome.com e prenotabili da tutta la rete ERW.

### **BENVENUTO TURISTA, "IAT DIFFUSO"**

Per il 2020, in continuità con il percorso e le azioni innovative proposte negli ultimi anni, si propone di sviluppare un percorso formativo e di messa a sistema di una diversa rete di diffusione dell'informazione turistica sul territorio: quella delle imprese private che lavorano quotidianamente, ancora prima del sistema pubblico, nell'accoglienza e fornitura di servizi ai turisti. Una formazione specifica dedicata ai soggetti che per professione contattano e si relazionano con turisti, con l'obiettivo di qualificare i servizi di accoglienza non convenzionali, non istituzionali, di agevolare e fidelizzare il turista, apportando contestualmente beneficio al singolo esercizio dei settori commercio e turismo del territorio coinvolto. L'attività di promozione del territorio nei confronti del mercato nazionale ed internazionale si svolge infatti anche attraverso il radicamento nel territorio della cultura dell'accoglienza, che deve essere basata sulla conoscenza delle eccellenze turistiche, sulla professionalità e sulla unicità di servizio. Il progetto è dettagliatamente delineato nell'Allegato B.

### **LE ATTIVITÀ VOLTE ALL'INTRODUZIONE E AL CONSOLIDAMENTO E INNOVAZIONI DEI SERVIZI CONSOLIDAMENTO DEI SERVIZI DEDICATI AI TURISTI**

Prosegue la gestione delle attività innovative quali:

- prenotazioni dei gruppi in visita al Duomo;
- prenotazioni delle visite tematiche in città;
- potenziamento di tutte le azioni e interventi di organizzazione, supervisione e coordinamento delle attività di animazione e fruizione dei beni del territorio produttori di prodotti tipici;
- attività di informazione, animazione, accoglienza e promozione presso Sito Unesco; Il programma 2020 è dettagliatamente descritto nell'allegato A.
- utilizzo di nuove tecnologie a servizio dell'informazione ed accoglienza turistica (un sistema di monitoraggio turistico delle visite in Acetaia Comunale con scheda unica rilevazione, un sistema di rilevazione delle presenze in ufficio attraverso l'uso di conta persone automatizzato e penna digitale, un sistema per il monitoraggio dei flussi di visitatori del Duomo di Modena).

Prosegue e viene incrementato il complesso di interventi che, sperimentalmente introdotti nel 2019, sono volti a migliorare la comunicazione, anche attraverso l'uso di strumentazione innovativa: il mo-

nitor in vetrina posizionato per promuovere a ciclo continuo gli eventi video, proiettore sopra l'ingresso che invia immagini/video differenziati, il corner a tema (ogni 3 mesi viene allestito un corner informativo – espositivo tematico) il Book-crossing (uno scaffale dedicato ad una nuova postazione “bookcrossing” dove gli utenti possono lasciare i propri libri mettendoli a futura disposizione di altri visitatori), le google maps tematiche pubbliche di itinerari e percorsi che valorizzano ogni punto di interesse, la cartella stampa di base in italiano e inglese (materiale per giornalisti e blogger), un set fotografico e video con i temi principali corredato da info, credit e modalità di utilizzo, il Kit per bambini “Visitmodena 4kids”.

Sta proseguendo e consolidandosi l'attivazione di azioni di informazione e promozione digitale, social e web, innovative attraverso l'uso dei social tradizionali indicati (Facebook, Pinterest, Instagram, Twitter). Parallelamente, a seguito di riscontro positivo da parte degli utenti, continua la sperimentazione della Live Chat online su visitmodena.it tramite la quale l'operatore IAT, identificato sulla chat con nome e foto, è a disposizione dell'utente per informazioni dirette ed immediate durante l'orario di apertura dell'ufficio. Sono attivi Skype, Trekksoft - software che permette di promuovere e vendere tour e attività con soluzioni di prenotazione e pagamento online, la Landing page dedicata al Palazzo Ducale con calendario e prenotazione online, guida online del palazzo, guida pdf scaricabile, fotogallery.

### **AZIONI ED INTERVENTI INNOVATIVI CAMPAGNA COMUNICAZIONE DIGITALE**

In relazione alla campagna promozionale web attuata per il 2019 (ancora in corso) che ha utilizzato i principali social media dando risultati molto positivi sia in termini di visualizzazioni che in termini prodotti percorsi della città offerti progetti e promossi nella citata campagna promozionali, si ripropone anche nel 2020 una campagna di comunicazione digitale con oggetto gli eventi attrattori e le eccellenze turistiche della città e del territorio presso target selezionati.

L'obiettivo è quello di incrementare i pernotti negli alberghi e passare da un turismo giornaliero a un turismo più stanziale, in cui il turista abbia la possibilità di visitare diversi luoghi di interesse della città e andare oltre le attrazioni più note.

La programmazione delle campagne dedicate alla città di Modena sarà articolata su due basi principali:

- a) una campagna base che farà da traino per tutto il programma;
- b) una serie di campagne mensili legate ad alcuni eventi già individuati, su cui si vuole porre particolare attenzione.

Da rilevare che sono state sviluppate azioni sperimentali di collegamento della città con il suo territorio, promuovendo itinerari per tema. Questo argomento, ovvero il collegamento tra città e territorio, in termini di promozione congiunta, verrà proposto, con apposito progetto, nel bando regionale della L.R. 41/97 - Art. 10 Azione 1 - Progetto di promozione e marketing del territorio, in quanto una progettualità territoriale richiede ulteriori e rilevanti budget di spesa.

### **INTRODUZIONE DI NUOVI TOUR LEGATI A PERCORSI TEMATICI DI ARTE E STORIA**

Saranno proposti durante l'anno cicli di viste guidate con tematiche legate alla storia, ai luoghi dell'arte, alle nuove realtà storico-artistiche recuperate, e ai personaggi di Modena e del suo territorio, valorizzando anche progettualità regionali come quello dedicato al Ducato Estense.

### **REALIZZAZIONE NUOVI SERVIZI DI COMUNICAZIONE**

- a) Verrà reso disponibile un volantino/lettera di benvenuto con presentazione dei servizi IAT, da distribuire e/o inviare a turisti e operatori del settore.
- b) Verrà redatta e inviata alle strutture ricettive del capoluogo una newsletter sugli eventi della città, con cadenza settimanale, per informare i turisti sulle opportunità, proposte, occasioni culturali, attrazioni ed eventi della settimana.

### **FORMAZIONE PROFESSIONALE AGGIORNAMENTO DEGLI ADDETTI**

Sono previsti interventi quali formazione delle guide locali, visite formative/educational per gli operatori IAT della Provincia e dell'Emilia Romagna, almeno 16 ore formative annue per operatori IAT tramite educational, tour mirati e sessioni teoriche su conoscenza del territorio modenese e regionale.

**TOTALE SPESE PREVISTE € 436.815,12**

## Servizi turistici di base relativi all'accoglienza, animazione e all'intrattenimento turistico

### IAT DEL CIMONE

**Soggetto proponente :Comune di Sestola**

prot. 22339 del 03/07/2019

#### **Area interessata dal progetto:**

Comuni di Fanano, Sestola, Riolunato, Montecreto, Pievepelago, Lama Mocogno, Serramazzone, Fiumalbo.

#### **Descrizione del progetto**

##### **Azioni/iniziative che si intendono svolgere nel corso del 2020:**

- a. Incremento dei followers del profilo Instagram proseguendo la gestione in maniera simile a quella realizzata dalla Regione Emilia Romagna ([www.instagram.com/inemiliaromagna](http://www.instagram.com/inemiliaromagna)) cercando di colpire un target più vasto e più giovane a livello di informazione turistica;
- b. Realizzazione di un nuovo sito turistico secondo le recenti direttive della Regione ER (mobile first, attento all'usabilità, restyling grafico...);
- c. Incremento della promozione su Facebook e implementazione di Social Advertising;
- d. Creazione di una community di giovani fotografi dell'Appennino che contribuiscano attivamente alla produzione di scatti utili ai contenuti;
- e. Prosegue la sperimentazione del progetto "IAT Itinerante" nei vari comuni, al fine di presidiare in modo sistematico le iniziative di maggior affluenza turistica nel nostro Appennino;
- f. Servizi innovativi di promozione, marketing e promozione turistica, servizi navette e trenino turistico, spese per fruizione e valorizzazione sentieristica a piedi e in MTB, convenzione per valorizzazione e promozione Via Romea e turismo di pellegrinaggi, servizi per cinema indoor e outdoor.
- g. Verranno effettuate n. 6/8 ore di formazione professionale, con il coinvolgimento di esperti del settore (con la collaborazione con Modena Incoming), tramite l'organizzazione di un corso di Front Office Management con il duplice scopo di migliorare le competenze di chi è costantemente a contatto col pubblico nonché di rafforzare le competenze di Digital Marketing;
- h. Realizzazione su tutto il territorio di un ricco palinsesto di eventi e animazioni atte a soddisfare le esigenze dei numerosi turisti che, in buona parte, scelgono anche per questo il nostro Appennino quale meta delle loro vacanze; gli eventi più rilevanti potranno trovare in Modena Incoming una partnership collaborativa per qualificare ulteriormente l'offerta turistica di tali eventi;
- i. Reintroduzione della Consulta Turistica del Cimone (a seguito della chiusura del Consorzio Valli del Cimone che aveva inglobato questa modalità organizzativa) quale tavolo per un'azione più pianificata e condivisa di tutte le problematiche relative al turismo, ed in particolare sulla gestione dei servizi turistici, sull'organizzazione di eventi e animazioni, nonché sulla predisposizione di eventuali progetti di sviluppo turistico da presentare nelle sedi dovute.

Oltre alle attività descritte sopra, le attività normalmente svolte sono le seguenti:

- Consolidamento dello "IAT Itinerante" nei luoghi/eventi di maggior afflusso turistico
- Gestione progetto sistema informativo regionale per il turismo tramite il sito [www.appenninomodense.net](http://www.appenninomodense.net) ;
- Gestione progetti intercomunali (Sistema Informativo Regionale, calendario eventi);
- Informazione ed accoglienza turistica in linea con gli standard di qualità previsti dalla deliberazione di G.R. n. 956 del 20/06/2005;

- Il bacino di utenza del servizio parte da livello locale sino ad arrivare a livello regionale;
- Raccolta schede e reclami per disservizi e inoltro all'Ente competente;
- Iscrizioni, prenotazioni, verifica disponibilità (eventi, spettacoli, visite guidate) su richiesta dell'utente;
- Servizio di prenotazione guide turistiche;
- Servizio di verifica disponibilità del pernottamento delle strutture ricettive del territorio comunale di competenza;
- Promozione eventi locali;
- Ideazione, gestione e/o compartecipazione nell'organizzazione di manifestazioni ed eventi;
- Tenuta ed elaborazione scheda contatti per statistiche generali;
- Strumenti facoltativi di indagine sulla soddisfazione dell'utente, di tipo continuativo o un-tantum;
- Distribuzione tesserini dei funghi;
- Distribuzione tesserini pesca;
- Sede dello Sportello Verde del Cimone e dell'Associazione Turistica;
- Attività costante di collaborazione con le associazioni sportive, culturali e ricreative operanti sul territorio;
- Gestione strutture sportive (palasport, palestra, campi sportiva) e ricreative;
- Lettura quotidiani;
- Servizio wi-fi gratuito per i turisti
- Servizio fax/fotocopie
- Postazione internet gratuita c/o l'ufficio.

**TOTALE SPESE PREVISTE € 594.865,00**

## Iniziative di promozione turistica locale

**Titolo: CITTA' DI CARPI, PER CONSOLIDARE STORIA, ARTE ED ECONOMIA**

**Soggetto proponente:** Comune di Carpi

prot. n. 22385 del 03/07/2019

**Area interessata dal progetto:** Città di Carpi

### **Descrizione del progetto**

Il progetto prosegue l'obiettivo di attrarre visitatori e promuovere turismo attraverso un modello organizzativo che comprende eventi culturali, attività ricreative, sportive, e iniziative di valorizzazione del centro storico. Il tema conduttore del progetto riguarda il riposizionamento del sistema Carpi con le sue eccellenze in ambito artistico, culturale, ambientale, enogastronomico riconsiderate in un'accezione di turismo sostenibile, in rispetto ai valori della tradizione e della cultura storica del territorio.

L'immagine e il vissuto che si vuole rendere sempre più esplicito e riconoscibile della Città di Carpi deve essere impostato su alcuni concetti qualitativi quali: autenticità (ancorata ai valori locali), sicura (sia dal punto di vista fisico che psicologico), sostenibile (miglioramento continuo degli standard qualitativi legati alla qualità della vita), responsabile e accessibile (in rispetto alle esigenze sia dei residenti che turisti).

L'offerta è rivolta a diverse tipologie di turisti che sono alla ricerca di luoghi con un'identità coerente, in grado di trasmettere suggestioni da giocare in chiave esperienziale.

La consapevolezza di un giusto equilibrio tra natura e viaggio, tra il piacere personale e i canoni di rispetto degli spazi, dell'alimentazione, la ricerca di un modo nuovo di sentire e vivere la società, sono elementi che oggi ancora di più vengono richiesti da diversi target di turisti; come se, in questo tempo, l'effimero e il consumismo contrastassero con il bisogno urgente di armonia, di emozioni e di nuovi valori capaci di restituire delle certezze fondate su canoni umanistici.

### **Prodotti tematici:**

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

I prodotti tematici sono reinterpretati in un'ottica di riproposizione destinata ad un pubblico sempre più selettivo ed esigente, e riguardano:

- Arte, Cultura, Fashion, Musica, Eventi
- Il viaggio nella storia e nell'arte per riconoscere il territorio attraverso le proprie origini con itinerari capaci di restituire al visitatore l'identità dei luoghi, in un'epoca in cui come ha espresso il filosofo Zygmunt Bauman nella sua descrizione della modernità, "...la convinzione che il cambiamento è l'unica cosa permanente e che l'incertezza è l'unica certezza".
- La moda è sicuramente tra gli asset più identitari del distretto carpigiano, con l'insediamento di grandi aziende con brand prestigiosi a livello mondiale. La programmazione di mostre dedicate a grandi fotografi di fama internazionale che hanno collaborato con i brand del lusso stanno a dimostrare l'impegno dell'amministrazione a voler costruire dei percorsi tematici sui quali inserire prodotti turistici riconoscibili che possano diventare una motivazione di viaggio per un dato target di turisti e che si raccordano con i pacchetti promo-commerciali della Destinazione Turistica in cui si colloca la provincia di Modena.
- Tour enogastronomici

- cultura e tradizione attraverso la valorizzazione dei prodotti tipici a Km0. Anche questi itinerari vanno concepiti e integrati all'interno del sistema Città metropolitana di Bologna e Provincia di Modena, in modo da intercettare l'aumentato flusso di arrivi all'aeroporto di Bologna.
- Viaggio nella memoria: raccontare per non dimenticare e far crescere una coscienza di pace e pacifica convivenza, sia in collaborazione con le scuole, l'associazionismo e la società civile.
- Scoprire giocando: eventi ed attività che coinvolgano bambini, ragazzi e famiglie finalizzati a stimolare, curiosità attraverso processi interattivi che ne favoriscono anche interesse e apprendimento.
- Lo sport per crescere e conoscere se stessi e gli altri. Carpi tappa del Giro d'Italia, partenza della Maratona d'Italia, città natale del campione Gregorio Paltrinieri, sono eventi che contribuiscono a fare crescere l'associazionismo sportivo con relativa ricaduta d'immagine sulla città.
- Conoscere l'ambiente e la natura per imparare a rispettarli. Sempre più attenzione viene data alle piste ciclabili e ai collegamenti i territori limitrofi, nonchè garantire servizi di assistenza ai turisti che arrivano in città su due ruote.
- Musica: una kermesse di importanti concerti di musica leggera in centro storico tra cui i concerti in collaborazione con Mundus.

### Mercati di intervento

Sono previste azioni rivolte a territori e città ad una distanza di 1-3 ore di viaggio. Il distretto può rappresentare una meta di turismo giornaliero, per famiglie, per "turisti stanziali", soggiornanti al Lago di Garda o alle Terme, ma anche per scolaresche, per gruppi e associazioni, Asse autostradale A22 (Brennero – Modena).

Altro importante mercato di riferimento per il mercato italiano è il bacino che segue l'autostrada del Brennero.

Potranno essere rivolte azioni sui mercati esteri con particolare riguardo a quello di lingua Tedesca (Germania, Austria, Svizzera) che per ragioni di collocazione geografica è il mercato estero principale a cui si rivolge il territorio. L'asse autostradale del Brennero, con il casello di uscita a Carpi, ha sollecitato anche in passato collaborazioni con alcuni territori del lago di Garda, e con gli uffici turistici della città di Mantova e Verona.

Non sono descritte azioni promo-commerciali da attuarsi su mercati esteri, quali fiere o manifestazioni.

### Azioni e strumenti

Punti di forza - raggiungibilità e integrazione con provincia di Modena e altre province vicine (Asse Brennero), Reggio Emilia. Il territorio di Carpi si trova nel cuore della pianura Padana all'incrocio tra due grandi direttrici autostradali e a pochi chilometri dal nodo ferroviario e aeroportuale di Bologna, la sua collocazione geografica la pone nelle condizioni di offrire numerose proposte di pacchetti turistici che partendo dalla città possono prevedere escursioni e visite sul territorio provinciale e regionale.

Per promuovere le attività che si svolgono in città allo scopo di attrarre i visitatori si realizzano le seguenti azioni:

- Newsletter: a cadenza settimanale con info sempre aggiornate su eventi ed iniziative che si svolgono sulle Terre d'Argine.
- Materiale turistico e schede tematiche: materiale info sui percorsi turistici disponibile presso lo sportello IAT e la rete istituzionale IAT
- Piano media – Inserzioni su riviste e siti specializzati, studio e realizzazione di un piano di comunicazione rivolto a tv, radio, quotidiani e riviste specializzate; collaborazione con agenzie nazionali di pubbliche relazioni e comunicazione.
- Aggiornamento degli indirizzari di operatori turistici
- Partecipazione a fiere ed eventi in collaborazione con altri enti pubblici e privati/Modenatur Formazione: seminari di formazione e aggiornamento in un'ottica di IAT diffuso, su tematiche legate all'accoglienza turistica rivolti a:
  - operatori museali
  - operatori turistici
  - operatori commerciali
  - insegnanti

- Materiale prodotto:
  - Materiale turistico informativo
  - Sito internet del comune
  - Inserzioni su riviste e siti specializzati
- Educational tour per operatori turistici e/o giornalisti italiani e stranieri
- Partecipazione a Fiere turistiche in collaborazione con Modenatur
- Partecipazione a Childrens Tour
- Calendario eventi del distretto Terre d'Argine
- Utilizzo social media network

**Importo del progetto: € 363.600,00**

Valutazione: Buono — Attribuzione di merito: p.ti 76

- 1) integrazione del progetto con azioni di promozione turistica di livello regionale e/o sovraregionale: p.ti 6;
- 2) il perseguimento di obiettivi di promozione e qualificazione dell'offerta turistica in un assetto organico di sistema territoriale e di sinergia con altri comparti (in particolare commercio e produzioni tipiche): p.ti 15;
- 3) la valorizzazione di specificità e di eccellenze di interesse turistico: p.ti 15;
- 4) l'introduzione di modalità innovative di promozione e comunicazione: p.ti 18;
- 5) Correlazione tra promozione e commercializzazione: p.ti 15;
- 6) Progettazione: p.ti 7.