



Provincia di Modena

Area Amministrativa
Affari generali e Polizia Provinciale
Promozione e Qualificazione turistica del territorio

Determinazione numero 2119 del 26/11/2024

**OGGETTO: PROGRAMMA DI PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE 2024 DEL TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA-MODENA - AFFIDAMENTO DI SERVIZI DI PROMOZIONE E MARKETING TURISTICO FINALIZZATI ALL'ATTUAZIONE DELLE ATTIVITÀ DI COMPETENZA DELLA PROVINCIA DI MODENA (CUP G99I24000050002- CIG B15006B453) - APPROVAZIONE RELAZIONE ATTIVITÀ E LIQUIDAZIONE COMPENSO ALLA DITTA AFFIDATARIA (PRIMA TRANCHE E SECONDA TRANCHE). .
CUP G99I24000050002**

Il Dirigente GAMBARINI PATRIZIA

La Provincia di Modena, con Atto del Presidente n. 148 del 28/09/2021, come successivamente modificato con Atto n. 153 del 07/10/2021, ha aderito al Territorio turistico Bologna-Modena ed approvato contestualmente i Regolamenti per il funzionamento del Tavolo di concertazione e della Cabina di Regia del territorio turistico Bologna-Modena, in accordo con la Città metropolitana di Bologna.

Con i corrispondenti atti adottati dalla Città metropolitana e rappresentati da Delibera del Consiglio metropolitano n. 37 del 29/09/2021 e dall'atto del Sindaco metropolitano n. 259 del 29/09/2021, si è concluso l'iter che ha condotto all'istituzione del Territorio Turistico Bologna-Modena.

A seguito dell'istituzione del Territorio Turistico Bologna-Modena e secondo quanto disposto dall'art. 12 bis della L.R. 4/2016 e ss.mm., la Città Metropolitana di Bologna in funzione di Destinazione turistica e la Provincia di Modena sono chiamate ad elaborare un programma unitario di promo-commercializzazione turistica.

Con Atto del Presidente n. 193 del 26/10/2023 la Provincia di Modena ha approvato il Programma unitario di promo-commercializzazione turistica del Territorio Turistico Bologna-Modena per l'anno 2024, approvato anche dalla Città metropolitana di Bologna con Deliberazione del Consiglio metropolitano n. 37 del 25/10/2023.

Il Programma di promo-commercializzazione del Territorio turistico Bologna-Modena è stato quindi trasmesso per l'approvazione di competenza alla Regione Emilia-Romagna, unitamente alla richiesta di finanziamento ai sensi dell'art. 7, comma 2, lett. b., della L.R. n. 4/2016.

La Regione con delibera della Giunta Regionale n. 326 adottata nella seduta del 26/02/2024 ha approvato il suddetto Programma unitario di promo-commercializzazione turistica del Territorio Turistico Bologna-Modena per l'anno 2024 e assegnato le risorse economiche necessarie per € 373.377,58, con conseguente necessità di procedere al relativo accertamento.

La realizzazione delle suddette attività richiede che anche il versante modenese del Territorio turistico in oggetto sia dotato di una funzione di Destination Management Organization (DMO) a sostegno della crescita, della qualificazione e della promozione dell'offerta del sistema turistico.

Con determina n. 572 del 15/04/2024 la Provincia di Modena ha quindi dato atto dell'avvenuta approvazione del Programma di Promo-commercializzazione del Territorio Turistico Bologna - Modena 2024 da parte della Regione Emilia Romagna con DGR n. 326 del 26/02/2024, recante assegnazione delle risorse pari a € 373.377,58, conseguentemente accertando all'entrata al cap. 2556 "Trasferimenti regionali per l'attuazione del PPCT – L.R. 4/2016" del PEG 2024 - 2026, annualità 2024, approvato con Atto del Presidente n. 2 del 10/01/2024, la somma di € 373.377,58.

Espletate le operazioni di gara, con determina n. 865 del 31/05/2024 il servizio in questione è stato aggiudicato a Modenatur soc. cons. a r.l., con sede in Via Scudari 10, 41121 Modena CF e P.IVA 02374350367, che ha conseguito il punteggio per l'offerta tecnica di 95,70 per un valore dell'offerta di € 340.163,94, di cui oneri della sicurezza pari a € 0,00, oltre IVA nella misura del 22% pari a € 74.836,06, per un totale di € 415.000,00.

Con la suddetta determina si è provveduto al relativo impegno di spesa, per complessivi € 415.000,00 (di cui oneri € 340.163,94 per servizi e € 74.836,06 per IVA nella misura del 22%) sul PEG 2024- 2026, annualità 2024, come segue:

- per € 373.377,58 al cap. 4788 "Attuazione PPCT ai sensi L.R. n. 4/2016 - Affidamento servizi", missione 07 programma 01 "sviluppo e valorizzazione del turismo" (Prenotazione n. 1346/2024, impegno n. 874/2024);
- per € 41.622,42 al cap. 4718 "Sviluppo e valorizzazione del Turismo", missione 07 programma 01 "sviluppo e valorizzazione del turismo" (Prenotazione n. 1347/2024, impegno n. 875/2024).

Con la medesima determina sono state specificate le modalità di gestione del servizio assegnato a Modenatur soc. cons. a r.l. e i criteri di erogazione del relativo compenso come segue:

- rendicontazione delle attività svolte tramite relazione conclusiva e conto economico consuntivo, contenente i costi corrispondenti ai moduli di attività realizzate, secondo le seguenti disposizioni stabilite in base a quanto previsto dalla DGR n. 1372 del 06/09/2021 (modifiche ed integrazioni della precedente DGR n. 786 del 05/06/2017):

- relazione complessiva conclusiva delle attività realizzate in esecuzione del servizio e conto economico consuntivo, entro e non oltre il 31 gennaio 2025, considerati i termini di rendicontazione della spesa del contributo assegnato dalla Regione Emilia-Romagna alla Provincia di Modena con DGR n. 326 del 26/02/2024;
- relazioni parziali intermedie al 31 luglio 2024 ed al 31 ottobre 2024.
- articolazione della liquidazione del compenso nelle seguenti tranches, con cadenza trimestrale a seguito di rendicontazione parziale nelle seguenti tre tranches di pagamento:
 - 30% al 31 agosto 2024 e comunque a seguito di rendicontazione parziale intermedia riferita al periodo precedente;
 - 30% al 30 novembre 2024 e comunque a seguito di rendicontazione parziale intermedia riferita al periodo precedente;
 - 40% al 28 febbraio 2025 e comunque a seguito di rendicontazione finale.

Con Prot. Gen. n. 39718 del 15/11/2024 e n. 40801 del 25/11/2024 sono state acquisite agli atti del procedimento le relazioni di Modenatur soc. cons. a r.l. afferenti alle attività svolte fino al 31/07/2024 e a quelle svolte dall'01/08/2024 fino al 31/10/2024.

Dall'esame delle due relazioni, che si allegano alla presente determina quale parte integrante della medesima, emerge che l'esecuzione del servizio per i due periodi di riferimento è risultata corrispondente alle attività specifiche ed ai servizi offerti, previsti dal disciplinare di gara, e si è svolta secondo i criteri e le modalità riportate sia nello stesso disciplinare, sia nel documento di Progetto allegato alla Determinazione Dirigenziale n. 572 del 15/04/2024.

È quindi possibile procedere alla liquidazione del compenso spettante all'impresa, dietro emissione da parte della stessa delle relative fatture, con riferimento alle seguenti tranches di pagamento:

- prima tranche corrispondente al 30% dell'importo contrattuale, pari ad € 124.500,00 (di cui € 102.049,18 per servizi e € 22.450,82 per IVA);
- seconda tranche corrispondente al 30% dell'importo contrattuale, pari ad € 124.500,00 (di cui € 102.049,18 per servizi e € 22.450,82 per IVA).

Si prende atto che i suddetti importi trovano copertura nell'ambito dell'impegno precedente, di cui alla determina n. 684 del 865 del 31/05/2024 per complessivi € 415.000,00 (di cui oneri € 340.163,94 per servizi e € 74.836,06 per IVA nella misura del 22%), come segue:

- € 249.000,00 (di cui € 204.098,36 per servizi e € 44.901,64 per IVA) al capitolo 4788 "Attuazione PPCT ai sensi L.R. n. 4/2016 – Affidamento servizi", Prenotazione n. 1346/2024, impegno n. 874/2024 del PEG 2024-2026, annualità 2024.

Si dà atto che nelle more dell'esecuzione del contratto con DGR n. 1513 dell'08/07/2024 la Regione ha approvato la ripartizione di un contributo aggiuntivo per i PPCT delle Destinazioni Turistiche e al Territorio Turistico Bologna-Modena, prevedendo per il Territorio Turistico Bologna-Modena il contributo di € 100.000,00.

Alla luce di quanto sopra gli Uffici degli enti che compongono il Territorio Turistico hanno quindi predisposto il documento che costituisce la proposta unitaria di integrazione al Programma di promo-commercializzazione turistica (PPCT) per l'anno 2024, approvata con Atto del presidente della Provincia di Modena n. 112 del 02/10/2024 e precedente delibera del Consiglio Metropolitan n. 40 del 25/09/2024.

Con atto del Dirigente del Settore turismo, commercio, economia urbana, sport della Regione Emilia Romagna n. 21678 del 17/10/2024 l'integrazione al Programma di promo-commercializzazione del Territorio turistico Bologna-Modena relativo all'anno 2024 è stata approvata ed alla Provincia di Modena sono state assegnate risorse pari a € 27.848,40.

Con determinazione n. 1954 del 06/11/2024 la Provincia di Modena ha quindi modificato in aumento il contratto in essere con MODENATUR SOC. COOP A R.L., con sede in Modena, Via Scudari n. 10 – C.F. 02374350367, integrando le relative prestazioni, sussistendone i presupposti di cui al D.lgs. n. 36/2023, al fine della realizzazione delle attività di cui all'integrazione al progetto costituente capitolato speciale – disciplinare tecnico prestazionale.

Il costo delle attività previste ad integrazione del contratto di appalto ammonta a € 25.409,84, oltre IVA al 22% pari a € 5.590,16, per un totale di € 31.000,00, come risulta dalla relazione di determinazione dell'importo di integrazione contrattuale.

Il nuovo importo contrattuale è stato quindi fissato in € 365.573,78 oltre IVA al 22% pari a € 80.426,22, per un totale di € 446.000,00.

Si è quindi proceduto ad integrare l'accertamento all'entrata al cap. 2556 "Trasferimenti regionali per l'attuazione del PPCT – L.R. 4/2016" la somma di € 27.848,40, integrando l'impegno già effettuato per l'ulteriore importo di € 31.000,00 sul PEG 2024- 2026, annualità 2024, come segue:

- per € 27.848,40 al cap. 4788 "Attuazione PPCT ai sensi L.R. n. 4/2016 - Affidamento servizi", missione 07 programma 01 "sviluppo e valorizzazione del turismo" (integrazione impegno 874/2024);
- per € 3.151,60 al cap. 4718 "Sviluppo e valorizzazione del Turismo", missione 07 programma 01 "sviluppo e valorizzazione del turismo" (integrazione impegno 875/2024).

All'impresa affidataria del servizio è stata richiesta, in aggiunta alla rendicontazione già prevista nella precedente determina n. 865 del 31/05/2024, la rendicontazione delle attività svolte tramite relazione conclusiva e conto economico consuntivo, contenente i costi corrispondenti ai moduli di attività realizzate, secondo le seguenti disposizioni stabilite in base a quanto previsto dalla DGR n. 1372 del 06/09/2021 (modifiche ed integrazioni della precedente DGR n. 786 del 05/06/2017):

- relazione complessiva conclusiva delle attività realizzate in esecuzione del servizio e conto economico consuntivo, entro e non oltre il 31 gennaio 2025, considerati i termini di rendicontazione della spesa del contributo assegnato dalla Regione Emilia-Romagna alla Provincia di Modena con DGR n. 326 del 26/02/2024.

Il compenso sarà liquidato entro il 28 febbraio 2025 e comunque a seguito di rendicontazione finale.

La responsabile del procedimento è la Dirigente del Servizio Affari generali e Polizia provinciale, Promozione e Qualificazione turistica del territorio dell'Area Amministrativa della Provincia di Modena, Dott.ssa Patrizia Gambarini.

Ai sensi dell'art. 13 del Regolamento europeo n. 679/2016, l'Ente Provincia di Modena, in qualità di "Titolare" del trattamento, è tenuta a fornire informazioni in merito all'utilizzo dei dati personali, consultabili nel sito internet dell'Ente:

<https://www.provincia.modena.it/servizi/urp/accessibilita-e-note-legali-del-sito/privacy/> .

Il Titolare del trattamento dei dati personali di cui alla presente Informativa è l'Ente Provincia di Modena, nella persona del Presidente della Provincia pro-tempore, con sede in Modena, Viale Martiri della libertà n. 34, CAP 41121.

L'Ente Provincia di Modena ha designato quale Responsabile della protezione dei dati la società Lepida S.c.p.A., contattabile tramite e-mail dpo-team@lepida.it oppure telefonicamente al numero 051/6338860 .

L'Ente ha designato i Responsabili del trattamento nelle persone dei Direttori d'Area in cui si articola l'organizzazione provinciale, che sono preposti al trattamento dei dati contenuti nelle banche dati esistenti nelle articolazioni organizzative di loro competenza.

Per quanto precede,

DETERMINA

- 1) di dare atto che, alla luce dei contenuti delle relazioni trasmesse da Modenatur soc. cons. a r.l. ed acquisite agli atti del procedimento Prot. Gen. n. 39718 del 15/11/2024 e n. 40801 del 25/11/2024, afferenti alle attività svolte fino al 31/07/2024 e a quelle svolte dall'01/08/2024 fino al 31/10/2024, che si allegano quale parte integrante della presente determina, emerge che l'esecuzione del servizio per i due periodi di riferimento è risultata corrispondente alle attività specifiche ed ai servizi offerti, previsti dal disciplinare di gara, e si è svolta secondo i criteri e le modalità riportate sia nello stesso disciplinare, sia nel documento di Progetto allegato alla Determinazione Dirigenziale n. 572 del 15/04/2024;
- 2) di procedere alla liquidazione del compenso spettante in favore di **Modenatur soc. cons. a r.l., con sede in Via Scudari 10, 41121 Modena CF e P.ta IVA 02374350367**, dietro emissione da parte della stessa delle relative fatture, con riferimento alle seguenti tranches di pagamento:
 - prima tranche corrispondente al 30% dell'importo contrattuale, pari ad € 124.500,00 (di cui € 102.049,18 per servizi e € 22.450,82 per IVA);
 - seconda tranche corrispondente al 30% dell'importo contrattuale, pari ad € 124.500,00 (di cui € 102.049,18 per servizi e € 22.450,82 per IVA);
- 3) di prendere atto che i suddetti importi trovano copertura nell'ambito dell'impegno precedente, di cui alla determina n. 684 del 865 del 31/05/2024 per complessivi € 415.000,00 (di cui oneri € 340.163,94 per servizi e € 74.836,06 per IVA nella misura del 22%), come segue:
 - € 249.000,00 (di cui € 204.098,36 per servizi e € 44.901,64 per IVA) al capitolo 4788 "Attuazione PPCT ai sensi L.R. n. 4/2016 – Affidamento servizi" Prenotazione n. 1346/2024, impegno n. 874/2024 del PEG 2024-2026, annualità 2024;
- 4) di provvedere alla pubblicazione del presente atto sul sito della Provincia di Modena, "Amministrazione trasparente, Provvedimenti" come prescritto dal D. Lgs. n. 33/2013;

- 5) di trasmettere la presente determinazione all'U.O. Bilancio e Contabilità finanziaria dell'Area Amministrativa per gli adempimenti di competenza, dando atto che la stessa diviene esecutiva con l'apposizione del visto di regolarità contabile attestante la copertura finanziaria;
- 6) di trasmettere la presente determina a Modenatur soc. cons. a r.l. ai fini dell'emissione delle fatture per la effettiva liquidazione del pagamento.

Il Dirigente
GAMBARINI PATRIZIA

(Sottoscritto digitalmente ai sensi
dell'art. 21 D.L.gs n 82/2005 e s.m.i.)

PROVINCIA DI MODENA
Dirigente dell'Area Amministrativa
Affari generali e Polizia provinciale
provinciadimodena@cert.provincia.modena.i

PROGRAMMA DI PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE 2024 DEL TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA-MODENA - SERVIZI DI PROMOZIONE E MARKETING TURISTICO FINALIZZATI ALL'ATTUAZIONE DELLE ATTIVITÀ DI COMPETENZA DELLA PROVINCIA DI MODENA (CUP G99I24000050002- CIG B15006B453)

RELAZIONE Azioni svolte dal 31 maggio 2024 al 31 luglio 2024

Indice	Pagina
Premessa	2
2.3.11 Promozione eventi del territorio	3
2.3.1 Sito web e social	3
2.3.2 Press trip	4
2.3.3 Piano digitale	9
2.3.4 Supporti di comunicazione	9
2.3.5 Branding	10
2.3.6 Azioni promozionali attraverso le eccellenze	10
2.3.7 Fiere e Workshop	11
2.3.8 Fam trip	18
2.3.9 E-commerce e fruibilità del prodotto	21
2.3.10 Direct marketing sport e outdoor	21

Premessa

Illustriamo di seguito le attività che abbiamo realizzato dall'affidamento al 31 luglio 2024

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

Mercati

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

- I mercati e target e le linee strategiche di prodotto indicate nel PPCT2024
- Il monitoraggio costante dei flussi e trend per eventuali correttivi
- Analisi dell'andamento delle prenotazioni in corso

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

Mercato nazionale

Prodotti

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

Mercati internazionali di corto raggio

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

Prodotti

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

Mercati internazionali di medio lungo raggio

USA, EMIRATI ARABI, BRASILE

Prodotti

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

2.3.11 Promozione eventi del territorio

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

Attività di promozione e commercializzazione rivolta a supportare gli organizzatori di eventi e fiere del territorio: appuntamenti con referenti, studio strategie promo-commerciale, creazione e raccolta di offerte e proposte di esperienze.

Questa attività è in corso. In questi primi mesi ci siamo in particolare concentrati a fornire supporto agli organizzatori del Gran Premio Tazio Nuvolari che si terrà a settembre, al Festivalfilosofia, al DIG festival e altri eventi sul territorio supportando in particolare la parte di predisposizione di offerte promo-commerciali e per la promozione degli eventi.

2.3.1 Sito Web e social

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

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

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

È stato arricchito il piano editoriale e sono state attivate collaborazioni con la redazione social Inappenninomodenese.

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

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

2.3.2 Press trip

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

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

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

I contenuti promossi in queste attività sono sempre stati legati ai principali settori di interesse identificati nelle linee guida strategiche del PPCT2024, ovvero: Arte e Cultura, City Break, Motori, Food&Wine, Outdoor, Eventi e Musica.

Precisiamo che indipendentemente dal programma che viene organizzato per ogni iniziativa, che spesso rispecchia specifiche esigenze ed interessi del giornalista o della TV, in ogni occasione di contatto vengono da noi presentate tutte le tematiche e i principali punti di interesse e del territorio turistico Bologna-Modena, indipendentemente dalla possibilità o meno di visitare i luoghi.

Dal punto di vista operativo, le attività hanno comportato:

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

Soggetto	Data inizio	Data fine	Mercato
Press trip La Freccia Magazine	05/06/2024	07/06/2024	Italia
Press trip Elizabeth Heath	24/06/2024	25/06/2024	Estero
Press trip Chatal Huang	22/07/2024	24/07/2024	Estero
Yes Weekend - SkyTG24	26/06/2024	27/06/2024	Italia
NOS TV	30/06/2024	30/06/2024	Estero
Magazine "Scaglie"	22/07/2024	23/07/2024	Italia



05/06/2024-07/06/2024
Floriana Schiano Moriello
La Freccia Magazine e fsnews.it



Descrizione: La giornalista Schiano ha trascorso tre giorni nel territorio modenese, esplorando il centro storico di Modena, con il sito Unesco, la Galleria Estense e il Mercato Storico Albinelli. Il giorno seguente, ha visitato il Museo del Balsamico a Spilamberto, il borgo di Castelvetro, il Castello di Levizzano e la Rocca di Vignola. A Vignola, in particolare, ha visitato un'azienda agricola di produzione della Ciliegia di Vignola IGP, prodotto di forte interesse per la giornalista. Infine, si è recata a Carpi per visitare il suo centro storico Rinascimentale ed esplorare un caseificio per scoprire da vicino la produzione del Parmigiano Reggiano. Uscirà un articolo a ottobre

24/06/2024-25/06/2024

Elizabeth Heath

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

Giornalista americana freelance - Travel & Leisure

Descrizione: Abbiamo collaborato con APT per un press tour dedicato alla Giornalista americana Elizabeth Heath, freelance che si occupa prevalentemente di Travel & Leisure. La giornalista e la sua famiglia hanno soggiornato una notte a Modena e hanno visitato il Museo Ferrari di Maranello, avendo la possibilità anche di intervistare direttamente il Direttore.

22/07/2024-24/07/2024

Chatal Huang

Shanghai City Traveler

Descrizione: Abbiamo ospitato la giornalista cinese Chatal Huang editor in chief di City Traveler Magazine, una piattaforma multimediale di Shanghai che in Cina vanta più di 4.000.000 di followers

per un press trip di tre giorni dedicato al tema dei motori. Durante il suo soggiorno, Huang ha visitato la Ducati e la Lamborghini, con una pausa pranzo a Sant'Agata Bolognese. Successivamente, ha esplorato il centro storico di Modena, il Museo Ferrari di Maranello e il Museo Enzo Ferrari. Il tour ha previsto inoltre con una visita a un'acetaia nei pressi di Formigine. Nel corso del viaggio, ha anche avuto l'opportunità di gustare la cucina locale in diversi ristoranti tipici del territorio.

Questo press tour è stato gestito in collaborazione con APT e Destinazione Romagna. Modenatur ha supportato la parte relativa al territorio turistico BOMO.



26/06/2024-27/06/2024
Yes Weekend - Sky TG 24

Sara Brusco e Gian Marco Tavani

Descrizione: tramite un contatto arrivato dal Comune di Modena, abbiamo supportato e organizzato le riprese di una puntata sul territorio modenese di Yes Weekend la rubrica di approfondimento di Sky Tg 24 dedicata al turismo. Nella prima giornata di mercoledì, la troupe ha visitato il centro storico di Modena, scoprendo alcune curiosità in particolare sul sito unesco (Duomo, Ghirlandina e Piazza Grande), e a seguire il Mercato Storico Albinelli, dove hanno degustato alcuni dei prodotti tipici della tradizione: crescentine, tortellini, prosciutto di Modena e Parmigiano Reggiano. Nel pomeriggio, si sono spostati a Spilamberto, dove hanno approfondito la conoscenza dell'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena insieme al Gran Maestro della Consorteria, e con lui hanno poi partecipato all'esperienza di Maestro Assaggiatore per un giorno.

Il giorno seguente, Sara e Gianmarco hanno visitato il Museo Ferrari di Maranello, dove si sono cimentati nell'attività di Pit Stop e cambio gomme. A seguire sono andati a Guiglia, dove una guida li ha accompagnati alla scoperta del Parco dei Sassi di Roccamalatina.



Video della puntata: <https://video.sky.it/news/cronaca/video/yes-weekend-13-luglio-2024-modena-939377>

È possibile che nei prossimi mesi la puntata venga trasmessa in replica.

30/06/2024-30/06/2024



Live TV show Tour de France

NOS TV

Descrizione: tramite un contatto di APT, abbiamo supportato la troupe olandese di NOS TV nell'organizzazione delle riprese per una diretta televisiva internazionale in occasione della tappa italiana del Tour de France, prevista in arrivo a Bologna il 30 giugno 2024. Il programma, un talk show sportivo, prevedeva commenti sulla tappa appena conclusa, alternati a riprese della gara e approfondimenti sulla città ospitante.

Le attività svolte dalla DMO sono state: assistenza per la richiesta di permessi di occupazione per il suolo pubblico Collaborazione attiva con i Servizi del Comune di Modena per organizzare ogni aspetto logistico (Servizio Promozione della città e turismo, Polizia Municipale, SUAP, ufficio Stampa).

Inspection preparatoria con la troupe, la Polizia Municipale e il SUAP.

Informazione ai commercianti della zona rispetto a chiusura traffico.



Mantenimento dei contatti con la troupe per tutta la fase preparatoria e assistenza tutta la giornata e sera delle riprese con un nostro team di 4 persone.

Supporto per organizzare le riprese di copertura dei luoghi e temi di interesse del territorio modenese.

22/07/2024-23/07/2024

Riprese per web serie del magazine online "Scaglie"

<https://scaglie.it/>

Consorzio del Parmigiano Reggiano

Descrizione: Abbiamo dato supporto organizzativo e logistico all'agenzia di comunicazione LUZ di Milano, che cura il magazine online "Scaglie" del Consorzio del Parmigiano Reggiano. Il progetto prevedeva la realizzazione di una serie web a tema turistico con tre puntate ambientate a Reggio Emilia, Modena e Parma, focalizzate sulla produzione del Parmigiano Reggiano. A Modena, le riprese si sono concentrate sul centro storico, con l'influencer Tasso Culinario che racconta la città e la sua cultura, soffermandosi in particolare sul Mercato Albinelli, dove ha mostrato i prodotti tipici esposti.

2.3.3 Piano digitale

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

Abbiamo svolto attività di web advertising e social media marketing orientate alla promozione del territorio attraverso il posizionamento dei siti istituzionali e di promo-commercializzazione del territorio B2C e B2B (visitmodena.it e canali della DMO) e al dialogo con i viaggiatori attraverso i canali social.

Particolare attenzione è stata rivolta alla promozione del catalogo esperienze prenotabili online sul target B2C italiano ed estero.

Nel periodo fino al 31 luglio la principale campagna attivata è stata quella relativa a Modena Slow che sarà attiva anche nel periodo successivo. I dati saranno presentati nella prossima relazione.

2.3.4 Supporti di comunicazione

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

Modena Slow: abbiamo realizzato i supporti di comunicazione per la promozione della rassegna di escursioni Modena slow, in particolare

- Locandine
- Brochure
- Materiali per i social
- Spot televisivo

Passaporto Appennino modenese: abbiamo avviato il processo di aggiornamento del passaporto dell'Appennino Modenese con inserimento di 3 nuove tappe a completamento della gamma di proposte che ora coprirà tutti i Comuni dell'Appennino Modenese.

Abbiamo realizzato brochure e presentazioni pdf funzionali alla partecipazione alle fiere ed eventi di settore.

La raccolta dei materiali definitivi sarà presentata nella prossima relazione.

2.3.5 Branding

Obiettivo: Creazione di elementi di immagine coordinata per il Territorio Turistico Bologna-Modena.

Abbiamo iniziato l'organizzazione del weekend del Gusto insieme alla DMO di Bologna attività che rientra in questo filone di azioni essendo un'opportunità per costruire l'immagine coordinata sia in senso di immagine in senso stretto che di modalità di gestione e proposizione sul mercato dei prodotti. L'evento si terrà in autunno. Maggiori dettagli nella prossima relazione..

2.3.6 Azioni promozionali attraverso le eccellenze

Obiettivo: rafforzare il posizionamento dell'offerta turistica attraverso le eccellenze del Territorio Turistico Bologna-Modena

Questa attività prevede una stretta collaborazione con il sistema dei consorzi dei prodotti tipici del territorio per realizzazione di sinergie promozionali su iniziative di loro programmazione su città europee. Su questa linea abbiamo già iniziato con un evento stampa a Londra in giugno e proseguiremo in autunno con un educational press.

Stiamo continuando con azioni mirate al mercato americano. In particolare stiamo predisponendo un evento a Los Angeles che si terrà il 10 novembre.

Stiamo inoltre predisponendo delle iniziative volte alla promozione dell'appennino insieme al Consorzio Impianti del Cimone. Questa attività sarà svolta in autunno anche in reazione alla cancellazione della fiera Skipass che ci ha portato ad effettuare alcuni aggiustamenti e rafforzamenti delle azioni.

11 giugno 2024

Evento stampa "Modena goes to London"

In collaborazione con Piacere Modena

Descrizione: Abbiamo partecipato a una cena organizzata da Piacere Modena in collaborazione con lo chef Theo Randall, presso il suo ristorante all'interno dell'Hotel InterContinental. Il menù, ideato dallo chef specializzato in cucina italiana, è stato realizzato utilizzando alcuni dei prodotti più tipici del territorio modenese. Durante la serata, i prodotti sono stati presentati e una nostra collega in rappresentanza di Modenatur, ha spiegato come questi prodotti possano essere vissuti dai visitatori del territorio, permettendo loro di scoprire le tradizioni enogastronomiche modenesi attraverso il contatto diretto con i produttori locali e esperienze autentiche organizzate nei tour.



2.3.7 Fiere e workshop

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

Stiamo partecipando alle fiere e workshop previste nel PPCT 2024 apportando alcune modifiche con sostituzione nel caso di manifestazioni cancellate o già trascorse al momento dell'assegnazione dell'incarico o dove si è ritenuto di cogliere opportunità che si sono presentate su alcuni mercati anche in ottica di ottimizzazione delle risorse ed esplorazione di nuovi eventi trade. Rispetto al piano fiere e workshop indicato nel PPCT abbiamo quindi effettuato alcune sostituzioni mantenendo la strategia generale, i mercati target e il numero di iniziative programmate.

Il numero di eventi è rimasto invariato rispetto alla pianificazione del PPCT 2024. Durante tutto il periodo è stato costante il rapporto e confronto con APT, anche per le fiere e WS in cui abbiamo partecipato insieme ad ENIT o autonomamente, e con la DMO Bolognese in ottica di coordinamento e valorizzazione dell'attività per tutto il Territorio Turistico Bologna Modena.

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

Fase preparatoria

- analisi del mercato, flussi di turisti verso il TTBOMO e l'Emilia-Romagna
- valutazione dei risultati fino ad ora ottenuti sulla stessa fiera se già conosciuta
- Inviti a operatori della zona per incontro in fiera
- Gestione agenda appuntamenti dove presente
- Comunicati stampa – stampa locale

- Predisposizione di offerte mirate e tematiche secondo il tipo di mercato target per presentare
- i prodotti turistici più in linea con i mercati e target di riferimento
- Predisposizione dei materiali cartacei o digitali a seconda del target di manifestazioni.

Attuazione

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

Follow up

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

A partire dall'affidamento dell'incarico abbiamo partecipato a

L.E/Miami

- **Paese:** USA
- **Date:** 10-13 giugno 2024
- **Descrizione:** L.E/Miami è un evento pionieristico nel settore del turismo di lusso contemporaneo, tenuto a South Beach, Miami. L'evento è su invito e riunisce oltre 1.700 delegati, tra cui fornitori di alto livello, designer di viaggi, manager aziendali e media internazionali specializzati in viaggi e lifestyle. L'obiettivo è creare connessioni tra i principali attori del settore e offrire opportunità di business attraverso incontri one-to-one e attività di networking. È un'occasione unica per marchi innovativi nel settore dei viaggi di design e lifestyle per presentarsi ai migliori acquirenti globali.
- **Espositori:** più di 600
- **Visitatori:** 1.800
- **Sito ufficiale:** lemiami.com

Abbiamo realizzato azioni di follow up per contatti raccolti da fiere alle quali Modenatur ha partecipato nel primo semestre dell'anno come ad esempio BIT Milano, ATM Dubai e altre.

Abbiamo realizzato azioni propedeutiche alla partecipazione ai seguenti eventi (accredito, agende contatti, predisposizione materiale etc):

SkiWorkshop Milano

- **Paese:** Italia
- **Date:** 10 settembre 2024
- **Descrizione:** Il SkiWorkshop di Milano è un evento specializzato nel settore del turismo invernale, dedicato agli operatori del settore sciistico, dagli impianti di risalita alle attrezzature per gli sport invernali. Questo workshop offre ai fornitori l'opportunità di presentare le novità per la stagione invernale e discutere strategie di marketing con gli operatori turistici italiani e internazionali. L'evento è pensato per creare connessioni tra i professionisti e promuovere destinazioni e servizi invernali di qualità.

Italian Bike Festival

- **Paese:** Italia
- **Date:** 13-15 settembre 2024
- **Descrizione:** L'Italian Bike Festival è il più importante evento italiano dedicato al mondo del ciclismo. Si tiene a Misano Adriatico e attrae sia appassionati che professionisti del settore. Durante la fiera vengono presentate le ultime novità in fatto di biciclette, accessori, e-bike e servizi per cicloturismo. Oltre alla vasta esposizione, i partecipanti hanno la possibilità di testare i prodotti attraverso percorsi dedicati. L'evento si focalizza sulla promozione del cicloturismo come stile di vita, offrendo un'ampia gamma di attività outdoor.
- **Sito ufficiale:** italianbikefestival.net

Salone del Camper

- **Paese:** Italia
- **Date:** 14-22 settembre 2024
- **Descrizione:** Il Salone del Camper, che si svolge a Parma, è la principale fiera italiana per il turismo en plein air e il campeggio. Attira appassionati di camper, caravan, e turismo itinerante, insieme a professionisti del settore, con un'ampia esposizione di veicoli ricreazionali, accessori e attrezzature per il campeggio. Oltre agli espositori, l'evento propone anche una serie di workshop e conferenze per i visitatori interessati a conoscere le ultime tendenze nel turismo all'aria aperta
- **Sito ufficiale:** salonidelcamper.it

IFTM Top Resa

- **Paese:** Francia
- **Date:** 17-19 settembre 2024
- **Descrizione:** IFTM Top Resa, che si tiene a Parigi, è una delle fiere più importanti in Europa per l'industria del turismo. Rappresenta un'opportunità per i professionisti del turismo leisure e business di entrare in contatto con tour operator, agenzie di viaggio e fornitori di servizi turistici. L'evento offre un panorama completo dell'industria turistica globale, con un focus sulle nuove tecnologie e sulle esperienze immersive.
- **Sito ufficiale:** iftm.fr

WS Velico - Lido delle Nazioni (FE)

- **Paese:** Italia
- **Date:** 22-23 settembre 2024
- **Descrizione:** Workshop dedicato al turismo nautico e velico con focus sul settore MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions). L'evento si svolge a Lido delle Nazioni e offre agli operatori l'opportunità di esplorare collaborazioni tra aziende turistiche, enti locali e fornitori di servizi per eventi aziendali legati alla nautica.

Connections - UK & Ireland

- **Paese:** Regno Unito e Irlanda
- **Date:** 22-25 settembre 2024
- **Descrizione:** Connections è un evento di networking esclusivo dedicato al turismo di lusso. Durante questo evento, buyer e fornitori del settore luxury travel si incontrano attraverso attività pensate per creare connessioni autentiche. Gli incontri si svolgono in contesti rilassati e informali, e l'evento è noto per la sua capacità di favorire collaborazioni di lungo termine tra i partecipanti
- **Sito ufficiale:** <https://connectionsluxury.com/>

Private Luxury Algarve

- **Paese:** Portogallo
- **Date:** 2-5 ottobre 2024
- **Descrizione:** Private Luxury Algarve è un evento boutique dedicato alle proprietà di lusso e alle esperienze culturali autentiche. L'evento riunisce 90 espositori e 100 luxury buyers in un ambiente intimo che favorisce incontri one-to-one e opportunità di networking. È un appuntamento esclusivo per il mercato delle proprietà boutique che si concentra su viaggi personalizzati e di alta qualità
- **Espositori:** 90
- **Visitatori:** 100 luxury buyers
- **Sito ufficiale:** privateluxuryforums.com

TTG Travel Experience

- **Paese:** Italia
- **Date:** 9-11 ottobre 2024
- **Descrizione:** TTG Travel Experience è il più importante evento B2B in Italia per il turismo leisure. Riunisce operatori, agenzie di viaggio, tour operator e aziende specializzate nel settore dei viaggi, creando opportunità per espandere le reti commerciali e presentare nuove offerte turistiche.
- **Sito ufficiale:** ttgexpo.it

WTM Londra

- **Paese:** Regno Unito
- **Date:** 5-7 novembre 2024
- **Descrizione:** Il World Travel Market di Londra è uno degli eventi più influenti e rinomati al mondo per l'industria turistica. Si tiene presso il *ExCel London* e offre un'opportunità unica per i professionisti del turismo di tutto il mondo di incontrarsi, fare rete e scoprire nuove tendenze. Il WTM riunisce migliaia di espositori provenienti da più di 180 paesi e regioni, offrendo ai partecipanti la possibilità di esplorare nuove destinazioni e creare partnership commerciali strategiche. Inoltre, l'evento propone una serie di conferenze e workshop dedicati all'innovazione e alle nuove tecnologie nel settore turistico
- **Sito ufficiale:** london.wtm.com

Auto e Moto d'Epoca

- **Paese:** Italia
- **Date:** 24-27 ottobre 2024
- **Descrizione:** Auto e Moto d'Epoca è il più grande mercato europeo dedicato ai veicoli storici e d'epoca. Oltre ad una vasta esposizione di automobili e motociclette d'epoca, l'evento attrae collezionisti, appassionati e restauratori da tutto il mondo. La fiera è anche un punto di riferimento per il mercato dei ricambi e degli accessori originali. Durante l'evento, i visitatori possono ammirare veicoli di prestigio e partecipare ad aste di automobili d'epoca
- **Sito ufficiale:** autoemotodepoca.com

Connections - USA

- **Paese:** Stati Uniti
- **Date:** 10-13 novembre 2024
- **Descrizione:** Connections USA è un evento di lusso esclusivo pensato per creare connessioni durature tra i principali attori del settore dei viaggi di lusso. L'evento si svolge in un ambiente rilassato e permette ai partecipanti di interagire attraverso attività esperienziali, garantendo incontri di qualità tra buyer e fornitori del settore. Le sessioni sono progettate per favorire rapporti commerciali autentici e collaborazioni durature.
- **Sito ufficiale:** weareconnections.com

ACE Art Cities Exchange Roma

- **Paese:** Italia
- **Date:** 15 novembre 2024
- **Descrizione:** L'ACE Art Cities Exchange a Roma è un evento internazionale che promuove il turismo culturale e le città d'arte. Partecipano buyer da tutto il mondo, interessati a promuovere itinerari culturali e artistici. L'evento mette in contatto città e territori con tour operator, agenzie di viaggio e operatori specializzati, favorendo lo sviluppo del turismo culturale e delle esperienze legate alle città d'arte

IBTM Barcelona

- **Paese:** Spagna
- **Date:** 19-21 novembre 2024
- **Descrizione:** IBTM World è uno degli eventi più importanti a livello globale per il settore MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions). Riunisce fornitori e buyer internazionali per creare opportunità di business nel settore degli eventi aziendali e del turismo congressuale.
- **Sito ufficiale:** ibtworld.com

BUY ITALY Roadshow - Polonia

- **Paese:** Polonia
- **Date:** 18-20 novembre 2024
- **Descrizione:** Il BUY ITALY Roadshow è un evento itinerante che promuove l'offerta turistica italiana nel mercato polacco. L'evento mira a creare opportunità di business tra i fornitori italiani e i buyer polacchi, con un focus sulle destinazioni italiane e sulle offerte turistiche di lusso e leisure.

Journeys - Pesaro

- **Paese:** Italia
- **Date:** 25-28 novembre 2024
- **Descrizione:** Journeys è un evento dedicato al turismo di lusso, che si tiene a Pesaro. L'obiettivo dell'evento è favorire incontri tra fornitori italiani e buyer internazionali, offrendo esperienze immersive e su misura per il mercato del lusso. Gli incontri sono progettati per promuovere destinazioni esclusive e pacchetti turistici che riflettono l'eccellenza dell'offerta italiana

WS Bruxelles + Amsterdam

- **Paese:** Belgio e Paesi Bassi
- **Date:** 25-26 novembre 2024
- **Descrizione:** Questo workshop si concentra sulla promozione delle destinazioni turistiche italiane nel mercato del Benelux. Fornitori italiani incontrano buyer locali provenienti da Bruxelles e Amsterdam in incontri one-to-one per discutere delle offerte turistiche italiane, promuovendo destinazioni e pacchetti di viaggio su misura per il mercato locale.

ILTM Cannes

- **Paese:** Francia
- **Date:** 2-5 dicembre 2024
- **Descrizione:** L'International Luxury Travel Market (ILTM) di Cannes è l'evento principale a livello globale per il turismo di lusso. Attira i principali operatori di viaggio di lusso e le agenzie di tutto il mondo, offrendo una piattaforma esclusiva per scoprire nuove destinazioni, creare relazioni commerciali e esplorare le ultime tendenze del settore. Con oltre 1.850 espositori, ILTM è una delle fiere più attese dell'anno per i professionisti del luxury travel
- **Sito ufficiale:** iltm.com

2.3.8 Fam trip

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

Per i tour operator e gli organizzatori di eventi, vivere direttamente il territorio rimane uno dei metodi più efficaci per promuovere l'offerta turistica e incentivare la proposta della destinazione ai propri clienti. Questa azione viene gestita da un team specializzato del nostro staff, che partecipa attivamente anche a fiere e workshop nazionali ed internazionali. Fino al 31 agosto abbiamo realizzato 4 fam trip offrendo tour ed esperienze di "familiarizzazione" con il territorio, rivolte a tour operator e buyer interessati a programmare itinerari e soggiorni nella nostra area.

G Hardy Tours	06/06/2024	06/06/2024
FAM TRIP Queen of Clubs	07/06/2024	08/06/2024
Leah Iudice Trova Travel	24/06/2024	26/06/2024
Henrique Braga	30/07/2024	31/07/2024

Sono in Corso di preparazione altri importanti fam trip ed in particolare

- Fam trip Good Italy Workshop (30 settembre – 1 ottobre)
- Fam trip Journeys (28-30 novembre)

EDT & FAM TRIP

06/06/2024-07/06/2024

G Hardy Tours

Melina Mancini, Kathleen Hardy

Descrizione: Abbiamo organizzato un programma di site inspection / fam trip che aveva lo scopo di "ricreare" una giornata tipo da proporre poi ai clienti dell'agenzia G Harty Tours, con sede a Toronto, Canada. La giornata è iniziata con una visita privata alla Fabbrica Pagani, seguita da un pranzo al Ristorante Cavallino di Maranello, dove le ospiti hanno potuto degustare un menù tipico emiliano. Nel pomeriggio, hanno partecipato a una visita guidata VIP al Museo Ferrari, completa di drink di benvenuto e omaggi. Successivamente, hanno visitato privatamente un'acetaia da loro selezionata. Dopo un po' di tempo libero a Modena, la giornata si è conclusa con un test drive all'Autodromo di Modena, offrendo loro l'emozione di cinque giri in pista ad alta velocità.



07/06/2024-08/06/2024

Queen of Clubs

Agenti Italia

Descrizione: Abbiamo ospitato due travel designer dell'agenzia Queen of Clubs, tra le più note e referenziate del settore luxury a livello mondiale.

Il programma ha toccato numerosi punti di vista, legati al food, all'arte e ai motori per coprire al meglio quanto già promosso e venduto dalle agenti. Nello specifico, sulla base di una analisi della clientela target del tour operator, abbiamo effettuato un sopralluogo di due hotel, Rua Frati 48 e Casa Maria Luigia, abbiamo visitato la fabbrica della Pagani e della Maserati oltre che ai due musei Ferrari di Modena e Maranello. Per quanto riguarda il food hanno visitato un caseificio con produzione di Parmigiano Reggiano e un'acetaia con produzione di Aceto Balsamico Tradizionale di Modena, mentre in centro storico le agenti hanno visitato il sito UNESCO e il Mercato Albinelli.

A seguito del fam trip Queen of clubs ha inserito alcune experience su Modena nel proprio catalogo:

<https://italy.queenofclubs.com/experience/modena>

<https://italy.queenofclubs.com/experience/1591975995>

Queen of club ha clientela in tutto il mondo, compresa Italia.

24/06/2024-26/06/2024

Trova Travel

Leah Iudice e Lisa McGregor



Descrizione: Abbiamo ospitato due luxury travel advisors americane, che curano clienti di fascia alta, mercato USA / Canada. Il viaggio è iniziato con l'arrivo delle ospiti alla stazione di Modena e un test drive su una Ferrari. Hanno visitato il Museo Enzo Ferrari di Modena e il Museo Ferrari di Maranello, Nel pomeriggio, hanno partecipato a una visita guidata in un'acetaia per scoprire l'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena DOP.

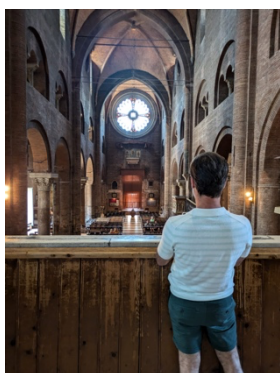
30/07/2024-31/07/2024

ELECT Lifestyle

Henrique Braga

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

Descrizione: Elect Lifestyle è un tour operator specializzato in viaggi di alta gamma. Il tour per uno dei loro travel designer è iniziato con una visita esclusiva alla Fabbrica Pagani, dove ha potuto ammirare da vicino l'eccellenza della produzione automobilistica italiana. Dopo il tour l'ospite ha visitato il centro di Modena e il Mercato Albinelli. Nel pomeriggio, ha visitato in autonomia il Museo Enzo Ferrari.



2.3.9. E-commerce e fruibilità turistica

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

Il sistema di e-commerce adottato dalla DMO modenese, compatibile e interoperabile con quello adottato dalla DMO di Bologna, renderà accessibili e prenotabili online in qualsiasi momento, esperienze, prodotti con prenotazione online, sia da parte del turista che da parte di operatori turistici e dalla rete degli uffici IAT-R regionali.

Il sistema è integrato su visitmodena.it e integrabile su siti di eventi, partner e intermediari dell'offerta. Nel 2024 la DMO sta operando per incrementare il numero e la varietà di offerte presentate sull'e-commerce con il massimo coinvolgimento degli operatori/fornitori del territorio e l'ampliamento della rete di distribuzione.

La DMO sta accompagnando gli organizzatori delle esperienze nella costruzione delle offerte, nella pubblicazione online e nella gestione dei diversi aspetti della prenotazione.

2.3.10 Collaborazione con gds e direct marketing su associazioni sportive per camp estivi

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

L'attività sulla grande distribuzione sarà svolta a novembre.

Attività di direct marketing rivolta a promuovere il prodotto Outdoor Active&Slow e sport nella sua accezione «verde» è in corso e prevede contatto diretto con associazioni sportive per l'organizzazione di camp estivi ed eventi attraverso appuntamenti con referenti associazioni e invio materiale promozionale.

Data 31 luglio 2024

PROVINCIA DI MODENA
Dirigente dell'Area Amministrativa
Affari generali e Polizia provinciale
provinciadimodena@cert.provincia.modena.i

PROGRAMMA DI PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE 2024 DEL TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA-MODENA - SERVIZI DI PROMOZIONE E MARKETING TURISTICO FINALIZZATI ALL'ATTUAZIONE DELLE ATTIVITÀ DI COMPETENZA DELLA PROVINCIA DI MODENA (CUP G99I24000050002- CIG B15006B453)

RELAZIONE Azioni svolte dal 31 maggio 2024 al 31 luglio 2024

Indice	Pagina
Premessa	2
2.3.11 Promozione eventi del territorio	3
2.3.1 Sito web e social	3
2.3.2 Press trip	4
2.3.3 Piano digitale	9
2.3.4 Supporti di comunicazione	9
2.3.5 Branding	10
2.3.6 Azioni promozionali attraverso le eccellenze	10
2.3.7 Fiere e Workshop	11
2.3.8 Fam trip	18
2.3.9 E-commerce e fruibilità del prodotto	21
2.3.10 Direct marketing sport e outdoor	21

Premessa

Illustriamo di seguito le attività che abbiamo realizzato dall'affidamento al 31 luglio 2024

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

Mercati

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

- I mercati e target e le linee strategiche di prodotto indicate nel PPCT2024
- Il monitoraggio costante dei flussi e trend per eventuali correttivi
- Analisi dell'andamento delle prenotazioni in corso

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

Mercato nazionale

Prodotti

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

Mercati internazionali di corto raggio

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

Prodotti

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

Mercati internazionali di medio lungo raggio

USA, EMIRATI ARABI, BRASILE

Prodotti

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

2.3.11 Promozione eventi del territorio

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

Attività di promozione e commercializzazione rivolta a supportare gli organizzatori di eventi e fiere del territorio: appuntamenti con referenti, studio strategie promo-commerciale, creazione e raccolta di offerte e proposte di esperienze.

Questa attività è in corso. In questi primi mesi ci siamo in particolare concentrati a fornire supporto agli organizzatori del Gran Premio Tazio Nuvolari che si terrà a settembre, al Festivalfilosofia, al DIG festival e altri eventi sul territorio supportando in particolare la parte di predisposizione di offerte promo-commerciali e per la promozione degli eventi.

2.3.1 Sito Web e social

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

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

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

È stato arricchito il piano editoriale e sono state attivate collaborazioni con la redazione social Inappenninomodenese.

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

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

2.3.2 Press trip

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

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

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

I contenuti promossi in queste attività sono sempre stati legati ai principali settori di interesse identificati nelle linee guida strategiche del PPCT2024, ovvero: Arte e Cultura, City Break, Motori, Food&Wine, Outdoor, Eventi e Musica.

Precisiamo che indipendentemente dal programma che viene organizzato per ogni iniziativa, che spesso rispecchia specifiche esigenze ed interessi del giornalista o della TV, in ogni occasione di contatto vengono da noi presentate tutte le tematiche e i principali punti di interesse e del territorio turistico Bologna-Modena, indipendentemente dalla possibilità o meno di visitare i luoghi.

Dal punto di vista operativo, le attività hanno comportato:

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

Soggetto	Data inizio	Data fine	Mercato
Press trip La Freccia Magazine	05/06/2024	07/06/2024	Italia
Press trip Elizabeth Heath	24/06/2024	25/06/2024	Estero
Press trip Chatal Huang	22/07/2024	24/07/2024	Estero
Yes Weekend - SkyTG24	26/06/2024	27/06/2024	Italia
NOS TV	30/06/2024	30/06/2024	Estero
Magazine "Scaglie"	22/07/2024	23/07/2024	Italia



05/06/2024-07/06/2024
Floriana Schiano Moriello
La Freccia Magazine e fsnews.it



Descrizione: La giornalista Schiano ha trascorso tre giorni nel territorio modenese, esplorando il centro storico di Modena, con il sito Unesco, la Galleria Estense e il Mercato Storico Albinelli. Il giorno seguente, ha visitato il Museo del Balsamico a Spilamberto, il borgo di Castelvetro, il Castello di Levizzano e la Rocca di Vignola. A Vignola, in particolare, ha visitato un'azienda agricola di produzione della Ciliegia di Vignola IGP, prodotto di forte interesse per la giornalista. Infine, si è recata a Carpi per visitare il suo centro storico Rinascimentale ed esplorare un caseificio per scoprire da vicino la produzione del Parmigiano Reggiano. Uscirà un articolo a ottobre

24/06/2024-25/06/2024

Elizabeth Heath

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

Giornalista americana freelance - Travel & Leisure

Descrizione: Abbiamo collaborato con APT per un press tour dedicato alla Giornalista americana Elizabeth Heath, freelance che si occupa prevalentemente di Travel & Leisure. La giornalista e la sua famiglia hanno soggiornato una notte a Modena e hanno visitato il Museo Ferrari di Maranello, avendo la possibilità anche di intervistare direttamente il Direttore.

22/07/2024-24/07/2024

Chatal Huang

Shanghai City Traveler

Descrizione: Abbiamo ospitato la giornalista cinese Chatal Huang editor in chief di City Traveler Magazine, una piattaforma multimediale di Shanghai che in Cina vanta più di 4.000.000 di followers

per un press trip di tre giorni dedicato al tema dei motori. Durante il suo soggiorno, Huang ha visitato la Ducati e la Lamborghini, con una pausa pranzo a Sant'Agata Bolognese. Successivamente, ha esplorato il centro storico di Modena, il Museo Ferrari di Maranello e il Museo Enzo Ferrari. Il tour ha previsto inoltre con una visita a un'acetaia nei pressi di Formigine. Nel corso del viaggio, ha anche avuto l'opportunità di gustare la cucina locale in diversi ristoranti tipici del territorio.

Questo press tour è stato gestito in collaborazione con APT e Destinazione Romagna. Modenatur ha supportato la parte relativa al territorio turistico BOMO.



26/06/2024-27/06/2024
Yes Weekend - Sky TG 24

Sara Brusco e Gian Marco Tavani

Descrizione: tramite un contatto arrivato dal Comune di Modena, abbiamo supportato e organizzato le riprese di una puntata sul territorio modenese di Yes Weekend la rubrica di approfondimento di Sky Tg 24 dedicata al turismo. Nella prima giornata di mercoledì, la troupe ha visitato il centro storico di Modena, scoprendo alcune curiosità in particolare sul sito unesco (Duomo, Ghirlandina e Piazza Grande), e a seguire il Mercato Storico Albinelli, dove hanno degustato alcuni dei prodotti tipici della tradizione: crescentine, tortellini, prosciutto di Modena e Parmigiano Reggiano. Nel pomeriggio, si sono spostati a Spilamberto, dove hanno approfondito la conoscenza dell'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena insieme al Gran Maestro della Consorceria, e con lui hanno poi partecipato all'esperienza di Maestro Assaggiatore per un giorno.

Il giorno seguente, Sara e Gianmarco hanno visitato il Museo Ferrari di Maranello, dove si sono cimentati nell'attività di Pit Stop e cambio gomme. A seguire sono andati a Guiglia, dove una guida li ha accompagnati alla scoperta del Parco dei Sassi di Roccamalatina.



Video della puntata: <https://video.sky.it/news/cronaca/video/yes-weekend-13-luglio-2024-modena-939377>

È possibile che nei prossimi mesi la puntata venga trasmessa in replica.

30/06/2024-30/06/2024



Live TV show Tour de France

NOS TV

Descrizione: tramite un contatto di APT, abbiamo supportato la troupe olandese di NOS TV nell'organizzazione delle riprese per una diretta televisiva internazionale in occasione della tappa italiana del Tour de France, prevista in arrivo a Bologna il 30 giugno 2024. Il programma, un talk show sportivo, prevedeva commenti sulla tappa appena conclusa, alternati a riprese della gara e approfondimenti sulla città ospitante.

Le attività svolte dalla DMO sono state: assistenza per la richiesta di permessi di occupazione per il suolo pubblico Collaborazione attiva con i Servizi del Comune di Modena per organizzare ogni aspetto logistico (Servizio Promozione della città e turismo, Polizia Municipale, SUAP, ufficio Stampa).

Inspection preparatoria con la troupe, la Polizia Municipale e il SUAP.

Informazione ai commercianti della zona rispetto a chiusura traffico.



Mantenimento dei contatti con la troupe per tutta la fase preparatoria e assistenza tutta la giornata e sera delle riprese con un nostro team di 4 persone.

Supporto per organizzare le riprese di copertura dei luoghi e temi di interesse del territorio modenese.

22/07/2024-23/07/2024

Riprese per web serie del magazine online "Scaglie"

<https://scaglie.it/>

Consorzio del Parmigiano Reggiano

Descrizione: Abbiamo dato supporto organizzativo e logistico all'agenzia di comunicazione LUZ di Milano, che cura il magazine online "Scaglie" del Consorzio del Parmigiano Reggiano. Il progetto prevedeva la realizzazione di una serie web a tema turistico con tre puntate ambientate a Reggio Emilia, Modena e Parma, focalizzate sulla produzione del Parmigiano Reggiano. A Modena, le riprese si sono concentrate sul centro storico, con l'influencer Tasso Culinario che racconta la città e la sua cultura, soffermandosi in particolare sul Mercato Albinelli, dove ha mostrato i prodotti tipici esposti.

2.3.3 Piano digitale

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

Abbiamo svolto attività di web advertising e social media marketing orientate alla promozione del territorio attraverso il posizionamento dei siti istituzionali e di promo-commercializzazione del territorio B2C e B2B (visitmodena.it e canali della DMO) e al dialogo con i viaggiatori attraverso i canali social.

Particolare attenzione è stata rivolta alla promozione del catalogo esperienze prenotabili online sul target B2C italiano ed estero.

Nel periodo fino al 31 luglio la principale campagna attivata è stata quella relativa a Modena Slow che sarà attiva anche nel periodo successivo. I dati saranno presentati nella prossima relazione.

2.3.4 Supporti di comunicazione

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

Modena Slow: abbiamo realizzato i supporti di comunicazione per la promozione della rassegna di escursioni Modena slow, in particolare

- Locandine
- Brochure
- Materiali per i social
- Spot televisivo

Passaporto Appennino modenese: abbiamo avviato il processo di aggiornamento del passaporto dell'Appennino Modenese con inserimento di 3 nuove tappe a completamento della gamma di proposte che ora coprirà tutti i Comuni dell'Appennino Modenese.

Abbiamo realizzato brochure e presentazioni pdf funzionali alla partecipazione alle fiere ed eventi di settore.

La raccolta dei materiali definitivi sarà presentata nella prossima relazione.

2.3.5 Branding

Obiettivo: Creazione di elementi di immagine coordinata per il Territorio Turistico Bologna-Modena.

Abbiamo iniziato l'organizzazione del weekend del Gusto insieme alla DMO di Bologna attività che rientra in questo filone di azioni essendo un'opportunità per costruire l'immagine coordinata sia in senso di immagine in senso stretto che di modalità di gestione e proposizione sul mercato dei prodotti. L'evento si terrà in autunno. Maggiori dettagli nella prossima relazione..

2.3.6 Azioni promozionali attraverso le eccellenze

Obiettivo: rafforzare il posizionamento dell'offerta turistica attraverso le eccellenze del Territorio Turistico Bologna-Modena

Questa attività prevede una stretta collaborazione con il sistema dei consorzi dei prodotti tipici del territorio per realizzazione di sinergie promozionali su iniziative di loro programmazione su città europee. Su questa linea abbiamo già iniziato con un evento stampa a Londra in giugno e proseguiremo in autunno con un educational press.

Stiamo continuando con azioni mirate al mercato americano. In particolare stiamo predisponendo un evento a Los Angeles che si terrà il 10 novembre.

Stiamo inoltre predisponendo delle iniziative volte alla promozione dell'appennino insieme al Consorzio Impianti del Cimone. Questa attività sarà svolta in autunno anche in reazione alla cancellazione della fiera Skipass che ci ha portato ad effettuare alcuni aggiustamenti e rafforzamenti delle azioni.

11 giugno 2024

Evento stampa "Modena goes to London"

In collaborazione con Piacere Modena

Descrizione: Abbiamo partecipato a una cena organizzata da Piacere Modena in collaborazione con lo chef Theo Randall, presso il suo ristorante all'interno dell'Hotel InterContinental. Il menù, ideato dallo chef specializzato in cucina italiana, è stato realizzato utilizzando alcuni dei prodotti più tipici del territorio modenese. Durante la serata, i prodotti sono stati presentati e una nostra collega in rappresentanza di Modenatur, ha spiegato come questi prodotti possano essere vissuti dai visitatori del territorio, permettendo loro di scoprire le tradizioni enogastronomiche modenesi attraverso il contatto diretto con i produttori locali e esperienze autentiche organizzate nei tour.



2.3.7 Fiere e workshop

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

Stiamo partecipando alle fiere e workshop previste nel PPCT 2024 apportando alcune modifiche con sostituzione nel caso di manifestazioni cancellate o già trascorse al momento dell'assegnazione dell'incarico o dove si è ritenuto di cogliere opportunità che si sono presentate su alcuni mercati anche in ottica di ottimizzazione delle risorse ed esplorazione di nuovi eventi trade. Rispetto al piano fiere e workshop indicato nel PPCT abbiamo quindi effettuato alcune sostituzioni mantenendo la strategia generale, i mercati target e il numero di iniziative programmate.

Il numero di eventi è rimasto invariato rispetto alla pianificazione del PPCT 2024. Durante tutto il periodo è stato costante il rapporto e confronto con APT, anche per le fiere e WS in cui abbiamo partecipato insieme ad ENIT o autonomamente, e con la DMO Bolognese in ottica di coordinamento e valorizzazione dell'attività per tutto il Territorio Turistico Bologna Modena.

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

Fase preparatoria

- analisi del mercato, flussi di turisti verso il TTBOMO e l'Emilia-Romagna
- valutazione dei risultati fino ad ora ottenuti sulla stessa fiera se già conosciuta
- Inviti a operatori della zona per incontro in fiera
- Gestione agenda appuntamenti dove presente
- Comunicati stampa – stampa locale

- Predisposizione di offerte mirate e tematiche secondo il tipo di mercato target per presentare
- i prodotti turistici più in linea con i mercati e target di riferimento
- Predisposizione dei materiali cartacei o digitali a seconda del target di manifestazioni.

Attuazione

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

Follow up

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

A partire dall'affidamento dell'incarico abbiamo partecipato a

L.E/Miami

- **Paese:** USA
- **Date:** 10-13 giugno 2024
- **Descrizione:** L.E/Miami è un evento pionieristico nel settore del turismo di lusso contemporaneo, tenuto a South Beach, Miami. L'evento è su invito e riunisce oltre 1.700 delegati, tra cui fornitori di alto livello, designer di viaggi, manager aziendali e media internazionali specializzati in viaggi e lifestyle. L'obiettivo è creare connessioni tra i principali attori del settore e offrire opportunità di business attraverso incontri one-to-one e attività di networking. È un'occasione unica per marchi innovativi nel settore dei viaggi di design e lifestyle per presentarsi ai migliori acquirenti globali.
- **Espositori:** più di 600
- **Visitatori:** 1.800
- **Sito ufficiale:** lemiami.com

Abbiamo realizzato azioni di follow up per contatti raccolti da fiere alle quali Modenatur ha partecipato nel primo semestre dell'anno come ad esempio BIT Milano, ATM Dubai e altre.

Abbiamo realizzato azioni propedeutiche alla partecipazione ai seguenti eventi (accredito, agende contatti, predisposizione materiale etc):

SkiWorkshop Milano

- **Paese:** Italia
- **Date:** 10 settembre 2024
- **Descrizione:** Il SkiWorkshop di Milano è un evento specializzato nel settore del turismo invernale, dedicato agli operatori del settore sciistico, dagli impianti di risalita alle attrezzature per gli sport invernali. Questo workshop offre ai fornitori l'opportunità di presentare le novità per la stagione invernale e discutere strategie di marketing con gli operatori turistici italiani e internazionali. L'evento è pensato per creare connessioni tra i professionisti e promuovere destinazioni e servizi invernali di qualità.

Italian Bike Festival

- **Paese:** Italia
- **Date:** 13-15 settembre 2024
- **Descrizione:** L'Italian Bike Festival è il più importante evento italiano dedicato al mondo del ciclismo. Si tiene a Misano Adriatico e attrae sia appassionati che professionisti del settore. Durante la fiera vengono presentate le ultime novità in fatto di biciclette, accessori, e-bike e servizi per cicloturismo. Oltre alla vasta esposizione, i partecipanti hanno la possibilità di testare i prodotti attraverso percorsi dedicati. L'evento si focalizza sulla promozione del cicloturismo come stile di vita, offrendo un'ampia gamma di attività outdoor.
- **Sito ufficiale:** italianbikefestival.net

Salone del Camper

- **Paese:** Italia
- **Date:** 14-22 settembre 2024
- **Descrizione:** Il Salone del Camper, che si svolge a Parma, è la principale fiera italiana per il turismo en plein air e il campeggio. Attira appassionati di camper, caravan, e turismo itinerante, insieme a professionisti del settore, con un'ampia esposizione di veicoli ricreazionali, accessori e attrezzature per il campeggio. Oltre agli espositori, l'evento propone anche una serie di workshop e conferenze per i visitatori interessati a conoscere le ultime tendenze nel turismo all'aria aperta
- **Sito ufficiale:** salonidelcamper.it

IFTM Top Resa

- **Paese:** Francia
- **Date:** 17-19 settembre 2024
- **Descrizione:** IFTM Top Resa, che si tiene a Parigi, è una delle fiere più importanti in Europa per l'industria del turismo. Rappresenta un'opportunità per i professionisti del turismo leisure e business di entrare in contatto con tour operator, agenzie di viaggio e fornitori di servizi turistici. L'evento offre un panorama completo dell'industria turistica globale, con un focus sulle nuove tecnologie e sulle esperienze immersive.
- **Sito ufficiale:** iftm.fr

WS Velico - Lido delle Nazioni (FE)

- **Paese:** Italia
- **Date:** 22-23 settembre 2024
- **Descrizione:** Workshop dedicato al turismo nautico e velico con focus sul settore MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions). L'evento si svolge a Lido delle Nazioni e offre agli operatori l'opportunità di esplorare collaborazioni tra aziende turistiche, enti locali e fornitori di servizi per eventi aziendali legati alla nautica.

Connections - UK & Ireland

- **Paese:** Regno Unito e Irlanda
- **Date:** 22-25 settembre 2024
- **Descrizione:** Connections è un evento di networking esclusivo dedicato al turismo di lusso. Durante questo evento, buyer e fornitori del settore luxury travel si incontrano attraverso attività pensate per creare connessioni autentiche. Gli incontri si svolgono in contesti rilassati e informali, e l'evento è noto per la sua capacità di favorire collaborazioni di lungo termine tra i partecipanti
- **Sito ufficiale:** <https://connectionsluxury.com/>

Private Luxury Algarve

- **Paese:** Portogallo
- **Date:** 2-5 ottobre 2024
- **Descrizione:** Private Luxury Algarve è un evento boutique dedicato alle proprietà di lusso e alle esperienze culturali autentiche. L'evento riunisce 90 espositori e 100 luxury buyers in un ambiente intimo che favorisce incontri one-to-one e opportunità di networking. È un appuntamento esclusivo per il mercato delle proprietà boutique che si concentra su viaggi personalizzati e di alta qualità
- **Espositori:** 90
- **Visitatori:** 100 luxury buyers
- **Sito ufficiale:** privateluxuryforums.com

TTG Travel Experience

- **Paese:** Italia
- **Date:** 9-11 ottobre 2024
- **Descrizione:** TTG Travel Experience è il più importante evento B2B in Italia per il turismo leisure. Riunisce operatori, agenzie di viaggio, tour operator e aziende specializzate nel settore dei viaggi, creando opportunità per espandere le reti commerciali e presentare nuove offerte turistiche.
- **Sito ufficiale:** ttgexpo.it

WTM Londra

- **Paese:** Regno Unito
- **Date:** 5-7 novembre 2024
- **Descrizione:** Il World Travel Market di Londra è uno degli eventi più influenti e rinomati al mondo per l'industria turistica. Si tiene presso il *ExCel London* e offre un'opportunità unica per i professionisti del turismo di tutto il mondo di incontrarsi, fare rete e scoprire nuove tendenze. Il WTM riunisce migliaia di espositori provenienti da più di 180 paesi e regioni, offrendo ai partecipanti la possibilità di esplorare nuove destinazioni e creare partnership commerciali strategiche. Inoltre, l'evento propone una serie di conferenze e workshop dedicati all'innovazione e alle nuove tecnologie nel settore turistico
- **Sito ufficiale:** london.wtm.com

Auto e Moto d'Epoca

- **Paese:** Italia
- **Date:** 24-27 ottobre 2024
- **Descrizione:** Auto e Moto d'Epoca è il più grande mercato europeo dedicato ai veicoli storici e d'epoca. Oltre ad una vasta esposizione di automobili e motociclette d'epoca, l'evento attrae collezionisti, appassionati e restauratori da tutto il mondo. La fiera è anche un punto di riferimento per il mercato dei ricambi e degli accessori originali. Durante l'evento, i visitatori possono ammirare veicoli di prestigio e partecipare ad aste di automobili d'epoca
- **Sito ufficiale:** autoemotodepoca.com

Connections - USA

- **Paese:** Stati Uniti
- **Date:** 10-13 novembre 2024
- **Descrizione:** Connections USA è un evento di lusso esclusivo pensato per creare connessioni durature tra i principali attori del settore dei viaggi di lusso. L'evento si svolge in un ambiente rilassato e permette ai partecipanti di interagire attraverso attività esperienziali, garantendo incontri di qualità tra buyer e fornitori del settore. Le sessioni sono progettate per favorire rapporti commerciali autentici e collaborazioni durature.
- **Sito ufficiale:** weareconnections.com

ACE Art Cities Exchange Roma

- **Paese:** Italia
- **Date:** 15 novembre 2024
- **Descrizione:** L'ACE Art Cities Exchange a Roma è un evento internazionale che promuove il turismo culturale e le città d'arte. Partecipano buyer da tutto il mondo, interessati a promuovere itinerari culturali e artistici. L'evento mette in contatto città e territori con tour operator, agenzie di viaggio e operatori specializzati, favorendo lo sviluppo del turismo culturale e delle esperienze legate alle città d'arte

IBTM Barcelona

- **Paese:** Spagna
- **Date:** 19-21 novembre 2024
- **Descrizione:** IBTM World è uno degli eventi più importanti a livello globale per il settore MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions). Riunisce fornitori e buyer internazionali per creare opportunità di business nel settore degli eventi aziendali e del turismo congressuale.
- **Sito ufficiale:** ibtmworld.com

BUY ITALY Roadshow - Polonia

- **Paese:** Polonia
- **Date:** 18-20 novembre 2024
- **Descrizione:** Il BUY ITALY Roadshow è un evento itinerante che promuove l'offerta turistica italiana nel mercato polacco. L'evento mira a creare opportunità di business tra i fornitori italiani e i buyer polacchi, con un focus sulle destinazioni italiane e sulle offerte turistiche di lusso e leisure.

Journeys - Pesaro

- **Paese:** Italia
- **Date:** 25-28 novembre 2024
- **Descrizione:** Journeys è un evento dedicato al turismo di lusso, che si tiene a Pesaro. L'obiettivo dell'evento è favorire incontri tra fornitori italiani e buyer internazionali, offrendo esperienze immersive e su misura per il mercato del lusso. Gli incontri sono progettati per promuovere destinazioni esclusive e pacchetti turistici che riflettono l'eccellenza dell'offerta italiana

WS Bruxelles + Amsterdam

- **Paese:** Belgio e Paesi Bassi
- **Date:** 25-26 novembre 2024
- **Descrizione:** Questo workshop si concentra sulla promozione delle destinazioni turistiche italiane nel mercato del Benelux. Fornitori italiani incontrano buyer locali provenienti da Bruxelles e Amsterdam in incontri one-to-one per discutere delle offerte turistiche italiane, promuovendo destinazioni e pacchetti di viaggio su misura per il mercato locale.

ILTM Cannes

- **Paese:** Francia
- **Date:** 2-5 dicembre 2024
- **Descrizione:** L'International Luxury Travel Market (ILTM) di Cannes è l'evento principale a livello globale per il turismo di lusso. Attira i principali operatori di viaggio di lusso e le agenzie di tutto il mondo, offrendo una piattaforma esclusiva per scoprire nuove destinazioni, creare relazioni commerciali e esplorare le ultime tendenze del settore. Con oltre 1.850 espositori, ILTM è una delle fiere più attese dell'anno per i professionisti del luxury travel
- **Sito ufficiale:** ilTM.com

2.3.8 Fam trip

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

Per i tour operator e gli organizzatori di eventi, vivere direttamente il territorio rimane uno dei metodi più efficaci per promuovere l'offerta turistica e incentivare la proposta della destinazione ai propri clienti. Questa azione viene gestita da un team specializzato del nostro staff, che partecipa attivamente anche a fiere e workshop nazionali ed internazionali. Fino al 31 agosto abbiamo realizzato 4 fam trip offrendo tour ed esperienze di "familiarizzazione" con il territorio, rivolte a tour operator e buyer interessati a programmare itinerari e soggiorni nella nostra area.

G Hardy Tours	06/06/2024	06/06/2024
FAM TRIP Queen of Clubs	07/06/2024	08/06/2024
Leah Iudice Trova Travel	24/06/2024	26/06/2024
Henrique Braga	30/07/2024	31/07/2024

Sono in Corso di preparazione altri importanti fam trip ed in particolare

- Fam trip Good Italy Workshop (30 settembre – 1 ottobre)
- Fam trip Journeys (28-30 novembre)

EDT & FAM TRIP

06/06/2024-07/06/2024

G Hardy Tours

Melina Mancini, Kathleen Hardy

Descrizione: Abbiamo organizzato un programma di site inspection / fam trip che aveva lo scopo di "ricreare" una giornata tipo da proporre poi ai clienti dell'agenzia G Harty Tours, con sede a Toronto, Canada. La giornata è iniziata con una visita privata alla Fabbrica Pagani, seguita da un pranzo al Ristorante Cavallino di Maranello, dove le ospiti hanno potuto degustare un menù tipico emiliano. Nel pomeriggio, hanno partecipato a una visita guidata VIP al Museo Ferrari, completa di drink di benvenuto e omaggi. Successivamente, hanno visitato privatamente un'acetaia da loro selezionata. Dopo un po' di tempo libero a Modena, la giornata si è conclusa con un test drive all'Autodromo di Modena, offrendo loro l'emozione di cinque giri in pista ad alta velocità.



07/06/2024-08/06/2024

Queen of Clubs

Agenti Italia

Descrizione: Abbiamo ospitato due travel designer dell'agenzia Queen of Clubs, tra le più note e referenziate del settore luxury a livello mondiale.

Il programma ha toccato numerosi punti di vista, legati al food, all'arte e ai motori per coprire al meglio quanto già promosso e venduto dalle agenti. Nello specifico, sulla base di una analisi della clientela target del tour operator, abbiamo effettuato un sopralluogo di due hotel, Rua Frati 48 e Casa Maria Luigia, abbiamo visitato la fabbrica della Pagani e della Maserati oltre che ai due musei Ferrari di Modena e Maranello. Per quanto riguarda il food hanno visitato un caseificio con produzione di Parmigiano Reggiano e un'acetaia con produzione di Aceto Balsamico Tradizionale di Modena, mentre in centro storico le agenti hanno visitato il sito UNESCO e il Mercato Albinelli.

A seguito del fam trip Queen of clubs ha inserito alcune experience su Modena nel proprio catalogo:

<https://italy.queenofclubs.com/experience/modena>

<https://italy.queenofclubs.com/experience/1591975995>

Queen of club ha clientela in tutto il mondo, compresa Italia.

24/06/2024-26/06/2024

Trova Travel

Leah Iudice e Lisa McGregor



Descrizione: Abbiamo ospitato due luxury travel advisors americane, che curano clienti di fascia alta, mercato USA / Canada. Il viaggio è iniziato con l'arrivo delle ospiti alla stazione di Modena e un test drive su una Ferrari. Hanno visitato il Museo Enzo Ferrari di Modena e il Museo Ferrari di Maranello, Nel pomeriggio, hanno partecipato a una visita guidata in un'acetaia per scoprire l'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena DOP.

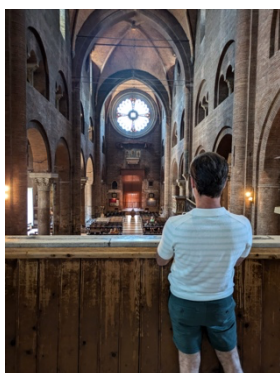
30/07/2024-31/07/2024

ELECT Lifestyle

Henrique Braga

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

Descrizione: Elect Lifestyle è un tour operator specializzato in viaggi di alta gamma. Il tour per uno dei loro travel designer è iniziato con una visita esclusiva alla Fabbrica Pagani, dove ha potuto ammirare da vicino l'eccellenza della produzione automobilistica italiana. Dopo il tour l'ospite ha visitato il centro di Modena e il Mercato Albinelli. Nel pomeriggio, ha visitato in autonomia il Museo Enzo Ferrari.



2.3.9. E-commerce e fruibilità turistica

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

Il sistema di e-commerce adottato dalla DMO modenese, compatibile e interoperabile con quello adottato dalla DMO di Bologna, renderà accessibili e prenotabili online in qualsiasi momento, esperienze, prodotti con prenotazione online, sia da parte del turista che da parte di operatori turistici e dalla rete degli uffici IAT-R regionali.

Il sistema è integrato su visitmodena.it e integrabile su siti di eventi, partner e intermediari dell'offerta. Nel 2024 la DMO sta operando per incrementare il numero e la varietà di offerte presentate sull'e-commerce con il massimo coinvolgimento degli operatori/fornitori del territorio e l'ampliamento della rete di distribuzione.

La DMO sta accompagnando gli organizzatori delle esperienze nella costruzione delle offerte, nella pubblicazione online e nella gestione dei diversi aspetti della prenotazione.

2.3.10 Collaborazione con gds e direct marketing su associazioni sportive per camp estivi

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

L'attività sulla grande distribuzione sarà svolta a novembre.

Attività di direct marketing rivolta a promuovere il prodotto Outdoor Active&Slow e sport nella sua accezione «verde» è in corso e prevede contatto diretto con associazioni sportive per l'organizzazione di camp estivi ed eventi attraverso appuntamenti con referenti associazioni e invio materiale promozionale.

Data 31 luglio 2024

Buongiorno
inviame in allegato la Relazione Dmo al
31/07/24
Cordiali Saluti
Modenatur

--

PROVINCIA DI MODENA
Dirigente dell'Area Amministrativa
Affari generali e Polizia provinciale
provinciadimodena@cert.provincia.modena.i

PROGRAMMA DI PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE 2024 DEL TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA-MODENA - SERVIZI DI PROMOZIONE E MARKETING TURISTICO FINALIZZATI ALL'ATTUAZIONE DELLE ATTIVITÀ DI COMPETENZA DELLA PROVINCIA DI MODENA (CUP G99I24000050002- CIG B15006B453)

RELAZIONE Azioni svolte dal 1° agosto al 31 ottobre

Indice	Pagina
Premessa	2
2.3.11 Promozione eventi del territorio	2
2.3.1 Sito web e social	3
2.3.2 Press trip	3
2.3.3 Piano digitale	11
2.3.4 Supporti di comunicazione	13
2.3.5 Branding	14
2.3.6 Azioni promozionali attraverso le eccellenze	16
2.3.7 Fiere e Workshop	16
2.3.8 Fam trip	22
2.3.9 E-commerce e fruibilità del prodotto	24
2.3.10 Direct marketing sport e outdoor	25

Premessa

Illustriamo di seguito le principali attività che abbiamo realizzato dal 1° agosto al 31 ottobre 2024.

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

Anche in questa fase di attività sono stati presi in considerazione i mercati e i target identificati nel PPCT2024.

2.3.11 Promozione eventi del territorio



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

Attività di promozione e commercializzazione rivolta a supportare gli organizzatori di eventi e fiere del territorio: appuntamenti con referenti, studio strategie promo-commerciale, creazione e raccolta di offerte e proposte di esperienze.

Questa attività è in corso. Abbiamo continuato a supportare gli eventi

programmati in questo periodo come il Gran Premio Tazio Nuvolari, Festivalfilosofia, al DIG festival, Mostra "Nella Mente del Maestro – Salvador Dalí, TOGO, Modena Patrimonio Mondiale in Festa, "Sciocola" - Festival del Cioccolato, Emilia Food Fest Carpi, La Bonissima, e altri eventi sul territorio supportando in particolare la parte di predisposizione di offerte promo-commerciali e per la promozione degli eventi. Tra gli eventi per i quali abbiamo codificato delle offerte.

Stiamo inoltre lavorando per l'organizzazione di un evento in appennino con target giovane che si terrà in inverno.

2.3.1 Sito Web e social

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

Questa attività, di natura trasversale, è stata svolta regolarmente su base quotidiana. La narrazione del territorio modenese viene realizzata attraverso il portale visitmodena.it e l'attività delle due redazioni locali (Comune di Modena per Modena e pianura, Comune di Sestola per InAppenninoModenese) e dalla DMO integrando gli aspetti e azioni necessari per potenziare la promo-commercializzazione. Modenatur sta collaborando con la gestione social di Visitmodena contribuendo all'incremento dei contatti, dedicando una risorsa specializzata a questa attività. È stato arricchito il piano editoriale e sono state attivate collaborazioni con la redazione social Inappenninomodenese.

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

2.3.2 Press trip

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

In questa sezione, presentiamo le attività condotte da Modenatur nel contesto delle relazioni con i media, blogger, influencer e troupe televisive, concentrandoci in particolare sull'organizzazione dei press trip. Queste azioni vengono avviate sia in risposta alle richieste dirette da parte di giornalisti, influencer o blogger interessati a creare contenuti legati al territorio di Modena, sia in seguito a richieste di collaborazione o co-marketing da parte di APT o altri enti pubblici o privati nell'ambito di progetti di promozione del territorio.

I contenuti promossi in queste attività sono sempre stati legati ai principali settori di interesse identificati nelle linee guida strategiche del PPCT2024, ovvero: Arte e Cultura, City Break, Motori, Food&Wine, Outdoor, Eventi e Musica. Precisiamo che indipendentemente dal programma che viene organizzato per ogni iniziativa, che spesso rispecchia specifiche esigenze ed interessi del giornalista o della TV, in ogni occasione di contatto vengono da noi presentate tutte le tematiche e i principali punti di interesse e del territorio turistico Bologna-Modena, indipendentemente dalla possibilità o meno di visitare i luoghi.

Dal punto di vista operativo, le attività hanno comportato:

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

Soggetto	Data inizio	Data fine	Mercato
Serie Tv Cris Pelo Mundo	15/08/2024	15/08/2024	Estero
Tv Belga - Njam Cooking show	24/08/2024	24/08/2024	Estero
Michella Kim	27/08/2024	27/08/2024	Italia-estero
Press Trip Schwietzer	03/09/2024	03/09/2024	Estero
Press trip Ville&Casali	04/09/2024	07/09/2024	Italia
Press trip Elke Ruß	07/09/2024	09/09/2024	Estero
Press trip Ulrich Ladurner	17/09/2024	18/09/2024	Estero
Press trip Simon Willis	21/09/2024	22/09/2024	Estero
Rivista francese NEZ	30/09/2024		Estero
Documentario Ministero	07/10/2024	08/10/2024	Italia
Press Trip Ruth Katz	07/10/2024	08/10/2024	Estero
Press tour giornalisti Londra	19/10/2024	21/10/2024	Estero
Press Trip Tristan Kennedy	22/10/2024	22/10/2024	Estero
Press Trip Hilary Nangle	24/10/2024	28/10/2024	Estero
Press Trip Michael Shiels	31/10/2024		Estero

15/08/2024

Serie TV Cris Pelo Mundo

Attività realizzata in collaborazione con Bologna Welcome. Produzione internazionale brasiliana. La serie, realizzata in collaborazione con EURAIL, ha l'obiettivo di incoraggiare le famiglie a esplorare il mondo, mettendo in luce l'importanza del viaggio come esperienza di crescita e sviluppo personale. La nuova stagione seguirà la famiglia protagonista (composta da Cris Stilben, Igor Duarte e i loro figli Emmanuel e Francisco, 9 e 2 anni rispettivamente) in un viaggio di 30 giorni in Europa, mostrando al pubblico destinazioni mozzafiato e fornendo consigli pratici per viaggiare con i bambini, in un mix di intrattenimento, istruzione e ispirazione. Nella nostra zona hanno filmato il Museo Ferrari di Maranello per il quale abbiamo facilitato la visita.

24/08/2024

Njam – Troupe Belga

Abbiamo assistito la troupe della televisione fiamminga Studio 100 durante le riprese per il canale culinario njam!, con il famoso chef siciliano Peppe Giacomazza. Le riprese, avvenute il 24 agosto, hanno incluso visite al Mercato Albinelli, in una gelateria e in una caffetteria, dove Peppe ha degustato il tradizionale gnocco fritto. La troupe ha anche registrato immagini suggestive della città e riprese con droni dei luoghi più iconici del centro storico. Il programma andrà in onda a novembre.

27/08/2024

Michella Kim



Influencer e creatrice di contenuti italo-coreana in visita per raccontare le eccellenze del territorio modenese in particolare legata alla motor valley. Ha portato una troupe Tv Sud Coreana in visita al Museo Ferrari di Maranello. Abbiamo collaborato fornendo supporto per l'ottenim Troupe in arrivo dalla Corea del Sud per scoprire il Gran Premio di F1 a

Monza, e desiderano far conoscere al pubblico coreano in modo vivido le mostre speciali e il magnifico contesto del Museo storico di Maranello. LINK

<https://youtu.be/a7OVpQwBwKQ>

03/09/2024

Press Trip Schwietzer

Giornalista svizzero ha visitato il Museo Stanguellini, interessato alla Motorvalley. Schwietzer scrive per Oldtimer Markt, nota rivista tedesca, e cura le esposizioni delle Oldtimer in varie sedi in Germania <https://andy-schwietzer.de/biographie/>

04/09/2024 - 07/0/2024

Press Trip Ville&Casali

Abbiamo organizzato un press trip di 4 giorni per due giornalisti di Ville e Casali per la realizzazione di un articolo su Modena e provincia per il numero di Novembre 24. Il 4 settembre, la giornata è iniziata con una visita con una cantina a Castelvetro. Nel pomeriggio, ha visitato **Vignola**, con visita della Rocca e della Pasticceria Gollini, per un assaggio di torta Barozzi. Il 5 settembre, la giornata è proseguita con un'esperienza speciale presso il laboratorio artigianale **Vacchetta Grassa**, dove la giornalista ha scoperto come la tradizione modenese del tortellino abbia ispirato la creazione di raffinati oggetti in cuoio. Nel pomeriggio, una visita guidata del **centro storico di Modena** ha permesso di esplorare luoghi simbolo come il Duomo, la Ghirlandina e Piazza Grande, patrimonio UNESCO.

Il 6 settembre, la giornalista ha visitato il Mercato Albinelli, cuore pulsante della tradizione gastronomica modenese, dove ha potuto immergersi nei sapori e colori locali. Successivamente, ha partecipato a una cooking class presso il Modena Food Lab, concludendo con un pranzo che ha esaltato le eccellenze culinarie del territorio. Nel pomeriggio, abbiamo organizzato un test drive all'Autodromo di Modena, dove ha potuto vivere un'esperienza unica nel mondo dei motori. La giornata si è conclusa con una visita all'Acetaia Comunale di Modena, per scoprire i segreti dell'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena. Il 7 settembre, infine, è stata organizzata una visita a un caseificio di Parmigiano Reggiano.

MODENA

NEL CUORE DEL FOOD E DELL'AUTOMOTIVE VALLEY

Gli ospitali che vivono in una piccola grande città italiana, ambientata nel cuore di Bologna, permettono il tempo...

Il nuovo show room di Ceramiche Kruper

Hub Ceramiche & Bicycle

L'artigianato del ferro

4 di 5

Le arti del cibo

Esperienze in cucina

Esclusivo del Lombroso

REPORTAGE

Il Museo Ferrari

Segna il Museo Ferrari Maranello. Sotto, Ferrari F1 dell'era modenese in mostra al circuito del Mugello durante le finali del Mondiale Ferrari 2018.

Il Museo Ferrari Maranello

Il Museo Ferrari Maranello è il luogo dove si narra la storia di un'azienda che ha inventato la Ferrari. È un luogo dove si narra la storia di un'azienda che ha inventato la Ferrari. È un luogo dove si narra la storia di un'azienda che ha inventato la Ferrari.

DOVE MANGIARE

LA CASA DELLA TORTA BAROZZI

Il Caffè Pasticceria Gollini nel centro storico di Vigonza sin dal 1886. Qui si degustano la celebre Torta Barozzi, un dolce a base di mandorle e cioccolato, e i dolci tradizionali di Vigonza.

L'osteria a conduzione familiare

Chiuso all'Osteria di Modena Rossa, in pieno centro storico, proprio di fronte al Palazzo Ducale (120 posti esterni e 60 interni), quattro tapas, profumi e tradizione di casa tra i contadini, alla gestione, competenza del personale e prezzi onesti, dai tortellini alla tagliata. Dilettissimo la vignetta Maria Rossa, mamma del tortellino.

Il ristorante di Enrico Berlinguer

Aperto nel 1963 da Luigi, oggi gestito da Enrico e sua moglie alla Scazz, Al Boscchetto da Lore è stato per decenni un punto di riferimento per la cucina tradizionale modenese. Chiamata con la padrona, è stato riaperto dallo stesso proprietario con la sapiente cura di un servizio di chef Francesco Romagnolo (Vino di Lore e Davide Scappin, "Cento anni di tradizione di Lore e sua moglie" - afferma Romagnolo - per sempre, riproporremo lo stesso menu con le qualità che Lore inseriva per Enzo Ferrar, titolare del ristorante - afferma Romagnolo - per sempre, riproporremo lo stesso menu con le qualità che Lore inseriva per Enzo Ferrar, titolare del ristorante).

Bottega Vegana

Un posto nel centro storico di Modena dove ci si sente a casa, coccolati dal personale guidato dall'inimitabile Stefania, con buon cibo sano, artigianale, genuino, aperto al dialogo, con un'atmosfera accogliente e un servizio impeccabile. Qui non fanno compromessi gli ingredienti: classico il posto ideale per mangiare una bella giornata, un piccolo angolo di paradiso per il gusto, dalle farfalle all'aroma con bruschetta, anche i risotti di riso all'aroma con salsa di verdure e patate, dalle farfalle all'aroma con bruschetta, anche i risotti di riso all'aroma con salsa di verdure e patate.

07/09/2024 - 09/09/2024

Press Trip Elke Ruß



Azione: Tramite APT ci è pervenuto il contatto di una giornalista del quotidiano austriaco Tiroler Tageszeitung.

Abbiamo organizzato per lei tre giorni di press trip nel territorio modenese,

Co-marketing: APT ha contribuito al press trip coprendo il costo di 1 notte di soggiorno in un hotel in centro a Modena. Tutto il resto delle spese è stato sostenuto da Modenatur in qualità di DMO.

Il viaggio della giornalista è iniziato sabato 7 settembre con il pick up all'Hotel Cavour di Bologna alle 9:15 e il trasferimento a Modena.

Alle 10:30 ha incontrato Helga e lo Chef Rompianesi al Mercato Albinelli per fare la spesa, seguito da una Cooking Class con pranzo presso il laboratorio dello chef. Nel pomeriggio, la giornalista si è recata in compagnia della guida a Spilamberto, dove ha

visitato il Museo del Balsamico Tradizionale, e poi alla Cantina Cleto Chiarli a Castelvetro per una visita con degustazione. In serata, si sono recate nel centro di Castelvetro per partecipare all'evento della Dama Vivente e successivamente sono rientrate a Modena, dove hanno pernottato. Domenica 8 settembre, sono partite alle 9:00 dall'Hotel Principe per Carpi, dove hanno effettuato una visita guidata del centro storico insieme alla guida Gisella Luppi fino alle 11:30. Tornata a Modena, ha proseguito con una visita guidata in tedesco al Museo Enzo Ferrari, seguita da un pranzo alla Trattoria Pomposa. Nel pomeriggio ha svolto una breve visita del centro storico. La giornata si è conclusa con una cena all'Osteria di Modena Rossi.

17/09/2024 - 18/09/2024

Press Trip Ulrich Ladurner

Press tour organizzato in co-marketing con APT: Il giornalista tedesco Ulrich Ladurner ha visitato Modena per un reportage incentrato su motorvalley, cultura e gastronomia, con un focus sulle eccellenze del territorio. Durante il press trip, ha avuto l'opportunità di approfondire il legame tra il settore motoristico e il territorio e la tradizione culinaria locale. Il programma ha incluso visite guidate ai musei Lamborghini e Ferrari, un incontro con Stefan Winkelmann, CEO di Lamborghini, e una scoperta del centro storico di Modena, arricchita da una visita al Mercato Albinelli e al Museo Enzo Ferrari. La giornata si è conclusa con una cena presso un ristorante rinomato per la cucina modenese.



30/09/2024

Rivista francese NEZ

Abbiamo dato supporto ad una troupe francese della rivista NEZ, che ha organizzato un viaggio in Italia, interamente fotografato, che sarà descritto in un libro realizzato in collaborazione con la società profumiera Firmenich (uno dei grandi attori della profumeria e degli aromi) e NEZ, la rivista olfattiva. Lo scopo di questo viaggio è seguire un profumiere francese nell'incontro con il savoir-faire italiano. Nella loro tappa a Modena, la troupe ha visitato un caseificio e ci ha chiesto di organizzare per loro un'esperienza di cooking class, per conoscere come si fanno i piatti tipici della tradizione modenese e per scoprire i profumi legati alla pasta fresca e alla maestria della pasta fatta a mano.

21/09/2024 - 22/09/2024

Press Trip Simon Willis

Travel & Leisure Discovers the Lands of Lambrusco. Il tour, organizzato da APT in collaborazione con FuoriTinerario, Modenatur e il Consorzio del Lambrusco, ha accolto il giornalista Simon Willis per esplorare le eccellenze del territorio modenese. L'itinerario ha incluso una visita al Museo Pagani, una scoperta guidata del centro storico di Modena con tappa al Mercato Albinelli e un pranzo presso Balsamico e Cucina di Monari Federzoni. La giornata si è conclusa con una visita al Museo Enzo Ferrari e un tour presso un'azienda vitivinicola situata sulle colline di Levizzano di Castelvetro, per approfondire la produzione del Lambrusco. La serata è terminata con una cena e un soggiorno presso la struttura.

07/10/2024 - 08/10/2024

Press Trip Ruth Katz

Press tour organizzato in co-marketing con APT: La giornalista Ruth Katz ha visitato Modena e Bologna per esplorare le eccellenze culturali, artigianali ed enogastronomiche dell'Emilia-Romagna. Il programma a Modena ha incluso una passeggiata guidata nel centro storico, con una tappa al laboratorio artigianale di pelletteria La Vacchetta Grassa, e un pranzo al Mercato Albinelli. Sono seguite visite a Casa Pavarotti e in un'acetaia per approfondire la tradizione dell'aceto balsamico. La giornata si è conclusa con una visita al Museo Enzo Ferrari e una cena in un ristorante.

07/10/2024-08/10/2024

Documentario Ministero turismo

Enzo Sallustri autore di un progetto finanziato dal Ministero del Turismo e Aci sta facendo dei documentari sui siti Unesco da pubblicare nella pagina del Ministero. È venuto a Modena tra il 7 ottobre e il 12 ottobre per le riprese. Abbiamo collaborato con il Comune di Modena per fornire un supporto alla troupe. In particolare abbiamo offerto l'assistenza di una guida.

22/10/2024

Press Trip Tristan Kennedy – wizzair

Press tour organizzato in co-marketing con APT: Giornalista britannico per un articolo sul giornale di bordo di Wizzair. Ha visitato i due musei Ferrari di Modena e Maranello, con intervista al direttore e ha partecipato ad un test drive all'Autodromo di Modena. L'articolo uscirà a dicembre 2024.

24/10/2024 - 28/10/2024

Press Trip Hilary Nangle



Press tour organizzato in co-marketing con APT: La giornalista freelance Hilary Nangle, collaboratrice per AFAR e OUTSIDE Magazine, ha partecipato a un press trip in Emilia-Romagna dedicato alla scoperta di castelli, città d'arte e tradizioni enogastronomiche. A Modena ha partecipato a una visita guidata alla città, con un focus sui monumenti UNESCO e sulla storia locale. Dopo un pranzo al Mercato Albinelli, ha preso parte a una cooking class presso un ristorante locale per

imparare a preparare piatti della tradizione modenese. L'esperienza è proseguita con una visita a un caseificio di Parmigiano Reggiano per conoscere i segreti della sua produzione, seguita da un'esplorazione del centro storico di Carpi e del suo palazzo principale. Tornata a Modena, Hilary ha partecipato a un workshop di creazione di tortellini in pelle presso il laboratorio artigianale La Vacchetta Grassa e ha concluso la giornata con una cena in un ristorante locale. Il viaggio ha incluso anche una visita alla Casa Museo Pavarotti, dove ha approfondito la vita del celebre tenore, e a un'acetaia tradizionale per scoprire il processo di produzione dell'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena, con un pranzo dedicato ai sapori locali. Nel pomeriggio, ha visitato l'Abbazia di Nonantola e il Museo Enzo Ferrari, per poi concludere la serata con una cena tipica. L'itinerario si è spostato verso le colline modenesi, con un'escursione presso il Parco dei Sassi di Roccamalatina e una visita al Castello di Guiglia, accompagnata da un pranzo tradizionale. Nel pomeriggio, Hilary ha scoperto il borgo di Vignola, dove ha degustato la celebre Torta Barozzi, ha poi visitato la

zona di Castelvetro. La DMO ha supportato una quota parte delle spese relative all'iniziativa in particolare in relazione all'organizzazione delle visite.

31/10/2024

Michael Shiels

Press tour organizzato in co-marketing con APT: Ha visitato Lamborghini, pranzo a Maranello con visita alla fabbrica e al Museo Ferrari, visita di un'acetaia nella zona di Maranello. Ha pernottato una notte a Modena, ha visitato il centro storico, ha pranzato al Mercato Albinelli e visitato il Museo Enzo Ferrari. La DMO ha supportato il pernottamento e pasti e l'organizzazione delle visite.

Segnaliamo inoltre articolo generato da press trip Floriana Schiano presentato nella precedente relazione.

<https://www.fsnews.it/it/viaggiare/mete/2024/10/2/modena-patrimonio-mondiale-in-festa.html>

2.3.3 Piano digitale

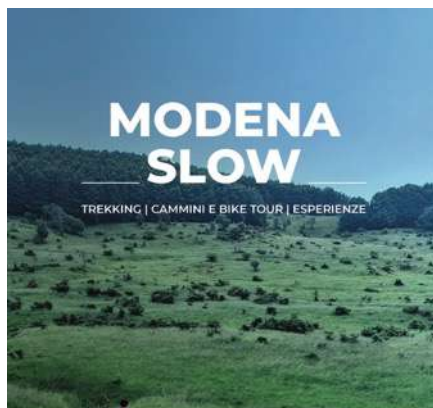
Obiettivo: favorire la visibilità dei canali istituzionali e di promo-commercializzazione attraverso cui la narrazione territoriale giunge al consumatore finale e/o agli intermediari della domanda

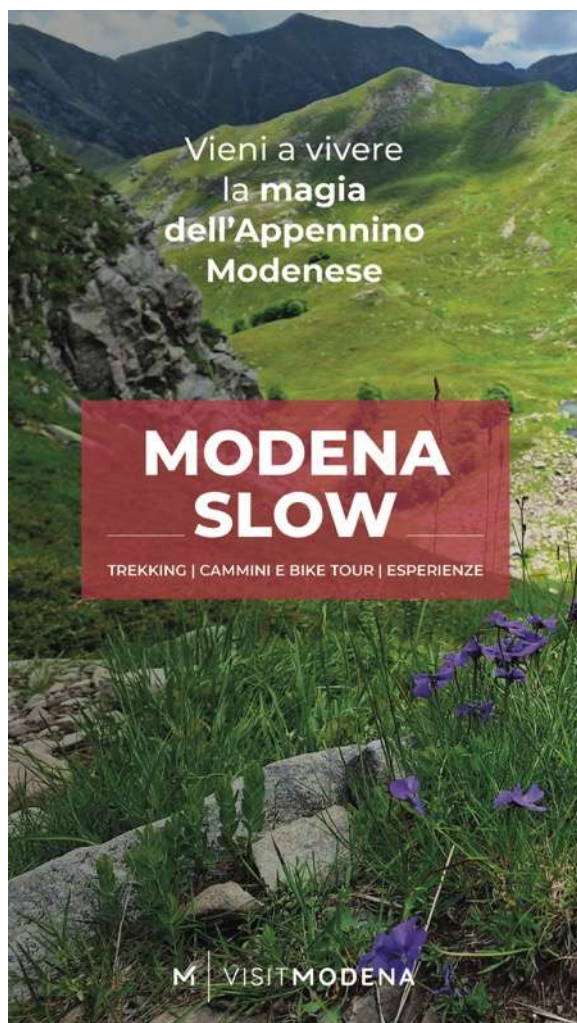


Abbiamo svolto attività di web advertising e social media marketing orientate alla promozione del territorio attraverso il posizionamento dei siti istituzionali e di promo-commercializzazione del territorio B2C e B2B (visitmodena.it e canali della DMO) e al dialogo con i viaggiatori attraverso i canali social. Particolare attenzione è stata rivolta alla promozione del catalogo esperienze prenotabili online sul target B2C italiano ed estero.

Tra le principali azioni di questo periodo: la campagna promozionale per Modena slow, la campagna promozionale per il weekend del gusto.

Stiamo predisponendo campagne per Modena slow inverno, Appennino Inverno, inverno città e Borghi. Nella relazione finali saranno indicati i risultati delle campagne.





2.3.4 Supporti di comunicazione

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

Modena Slow: abbiamo realizzato ulteriori supporti di comunicazione per la promozione della rassegna di escursioni Modena slow, in particolare

- Locandine
- Brochure
- Materiali per i social
- Spot televisivo

Passaporto Appennino modenese: abbiamo avviato il processo di aggiornamento del passaporto dell'Appennino Modenese con inserimento di 3 nuove tappe a completamento della gamma di proposte che ora coprirà tutti i Comuni dell'Appennino Modenese.



Materiali per fiere e workshop

Abbiamo elaborato materiali necessari per l'attività di presentazione del territorio negli eventi di settore e negli eventi promozionali aperti al pubblico: brochure, presentazioni, video.

La raccolta dei materiali definitivi sarà presentata nella prossima relazione.

2.3.5 Branding

Obiettivo: Creazione di elementi di immagine coordinata per il Territorio Turistico Bologna-Modena.

Stiamo continuando a lavorare per il processo di co-branding. Una delle attività relative a questa azione è l'organizzazione di eventi congiunti tra Modena e Bologna.

In ottobre si è tenuto il weekend del gusto:



La seconda edizione del progetto "Bologna-Modena: Weekend del Gusto", il primo prodotto turistico unitario del Territorio Turistico Bologna-Modena, è stata lanciata ufficialmente il 5 settembre 2024 presso eXtraBO.

L'iniziativa, sviluppata in collaborazione tra Modenatur e Bologna Welcome, si è posta l'obiettivo di valorizzare le eccellenze enogastronomiche locali, rafforzando la sinergia tra Bologna e Modena.

Obiettivi

Creare un'offerta turistica unitaria rappresentativa delle eccellenze del territorio.

Rafforzare l'identità enogastronomica del territorio come Food Valley.

Favorire la scoperta di prodotti tipici attraverso esperienze esclusive per turisti e residenti.

Dettagli dell'Iniziativa

L'edizione 2024, arricchita rispetto alla versione pilota del 2023, si è svolta per sei fine settimana consecutivi (dal 21 settembre al 27 ottobre 2024) e ha coinvolto un'area geografica ampliata, includendo:

Collina e pianura tra Bologna e Modena.

Imolese.

Zona sud-ovest della provincia di Modena.

Ogni weekend sono state proposte 12 esperienze giornaliere (6 al sabato e 6 alla domenica), per un totale di 72 appuntamenti. Tutte le attività sono state pensate per offrire ai partecipanti una visione autentica dei processi produttivi delle eccellenze locali, con visite e degustazioni presso:

Salumifici

Caseifici

Acetaie

Cantine

Le esperienze sono state accessibili in lingua italiana e inglese per garantire una fruizione internazionale.

Acquisto online: le esperienze sono state prenotabili sui siti extrabo.com e visitmodena.it, oltre che presso i punti informativi.



Formula "a pacchetto": le attività pomeridiane erano acquistabili in combinazione con un servizio di trasporto gratuito da Bologna o Modena, pensato per i turisti a lungo raggio senza mezzi propri. I risultati sono in fase di elaborazione e saranno presentati nella relazione conclusiva.

Queste le esperienze proposte:

1. Sapori contadini: colazione a km 0 all'agriturismo Fondo Gesù | Sala bolognese (BO)
2. Visita guidata presso Acetaia Casa Tirelli | Novi di Modena (MO)
3. Visita guidata a cantina di Lambrusco presso Cantina Paltrinieri | Sorbara di Bomporto (MO)
4. Alla scoperta della campagna bolognese: brunch sostenibile a Valle Torretta | Crevalcore (BO)
5. Visita guidata ad acetaia con degustazione di Aceto Balsamico Tradizionale DOP - Acetaia Pedroni | Nonantola (MO)
6. Apericena alla cantina Rizzola: vino bio e prodotti locali | Calderara di Reno (BO)
7. Visita Guidata in Caseificio Oratorio San Giorgio | Carpi (MO)
8. Un viaggio nel gusto: degustazione di miele e prodotti dell'orto di Podere 101 | Anzola dell'Emilia (BO)
9. Corso di Cucina di maccherone al pettine e tour in bici nei Barchessoni Mirandolesi | Mirandola (MO)
10. Brunch del contadino alla Cascina Maggi | Sant'Agata bolognese (BO)
11. Alla scoperta dei grani antichi e dei loro prodotti a Ponte Pasqualino | San Giovanni in Persiceto (BO)
12. Visita alla Cantina Venti Venti| Medolla (MO)
13. Alla scoperta dei prodotti del Caseificio Bazzanese: parmigiano, ricotta e cremel| Valsamoggia (BO)
14. Colazione e visita guidata al Caseificio di Rosola| Verucchia (MO)
15. Gelato Masterclass - Toschi | Formica (MO)
16. Brunch alla cantina Caccianemici: vino bio e prodotti locali | Sasso Marconi (BO)
17. Museo Salumeria Villani | Castelnuovo Rangone (MO)
18. Apericena alla Tenuta La Riva: vini e tigelle | Castello di Serravalle (BO)
19. Un viaggio nell'apicoltura: degustazione di miele presso Ca' Martini | Sasso Marconi (BO)
20. Maestro Assaggiatore per un giorno al Museo dell'Aceto Balsamico | Spilamberto (MO)
21. Brunch all'Agriturismo Casa Vallona: vini e tigelle | Monte San Pietro (BO)
22. Visita guidata a Cantina Cleto Chiarli | Castelvetro di Modena (MO)
23. Wine experience sui colli bolognesi: degustazione alla cantina Montevicchio Isolani | Monte San Pietro (BO)
24. Profumo di Collina | Guiglia (MO)
25. Alla scoperta dei grani e dei legumi al Mulino Quartieri| Medicina (BO)

26. Un viaggio nel gusto: degustazione di vini, salumi e formaggi a Ca' bruciata | Imola (BO)
27. Alla scoperta della canapa: tisane, miele e birra a La Taverna | Fontanelice (BO)
28. Visita guidata al Caseificio Sociale San Pietro di Montegibbio | Sassuolo (MO)
29. Visita guidata all'Acetaia Delizia Estense | Sassuolo (MO)
30. Visita guidata alla Cantina Tenuta Vandelli | Sassuolo (MO)
31. Un viaggio nel Regno del Marrone: visita ai castagneti e degustazione | Castel del Rio (BO)
32. Viaggio nei prodotti De.Co di Castel San Pietro | Castel San Pietro Terme (BO)
33. Viaggio nel Territorio a Palazzo di Varignana: degustazione di oli e vini | Castel San Pietro Terme (BO)
34. Trekking alle Salse di Nirano e visita all'EcoMuseo | Fiorano Modenese (MO)
35. Visita guidata all'opificio e degustazione di Nocino presso il Mallo | Pozza di Maranello (MO)
36. Visita guidata all'Acetaia Valeri | Magreta (MO)

2.3.6 Azioni promozionali attraverso le eccellenze

Obiettivo: rafforzare il posizionamento dell'offerta turistica attraverso le eccellenze del Territorio Turistico Bologna-Modena

Questa attività prevede una stretta collaborazione con il sistema dei consorzi dei prodotti tipici del territorio per realizzazione di sinergie promozionali su iniziative di loro programmazione su città europee.

Rientra nell'ambito di questa azione un educational tour rivolto alla stampa inglese che abbiamo organizzato insieme a Piacere Modena a seguito dell'iniziativa svolta a Londra in giugno, presentata nella precedente relazione.

Stiamo continuando con azioni mirate al mercato americano. In particolare, stiamo predisponendo gli ultimi dettagli dell'evento che terremo a Los Angeles il 10 novembre. Sono previsti tra i partecipanti 50 tour operator internazionali, per la maggior parte americani e 10 giornalisti.

Stiamo inoltre predisponendo delle iniziative volte alla promozione dell'appennino insieme al Consorzio Impianti del Cimone. Questa attività sarà svolta in autunno, verso la fine di novembre, anche in reazione alla cancellazione della fiera Skipass che ci ha portato ad effettuare alcuni aggiustamenti e rafforzamenti delle azioni.

2.3.7 Fiere e workshop

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

Stiamo partecipando alle fiere e workshop previste nel PPCT 2024 apportando alcune modifiche con sostituzione nel caso di manifestazioni cancellate o già trascorse al momento dell'assegnazione dell'incarico o dove si è ritenuto di cogliere opportunità che si sono presentate su alcuni mercati anche in ottica di ottimizzazione delle risorse ed esplorazione di nuovi eventi trade. Rispetto al piano fiere e workshop indicato nel PPCT abbiamo quindi effettuato alcune sostituzioni mantenendo la strategia generale, i mercati target e il numero di iniziative programmate.

Il numero di eventi è rimasto invariato rispetto alla pianificazione del PPCT 2024. Durante tutto il periodo è stato costante il rapporto e confronto con APT, anche per le fiere e WS in cui abbiamo partecipato insieme ad ENIT o autonomamente, e con la DMO Bolognese in ottica di coordinamento e valorizzazione dell'attività per tutto il Territorio Turistico Bologna Modena.

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

Fase preparatoria

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

Attuazione

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

Follow up

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

Tra il 1° agosto e il 31 ottobre abbiamo partecipato alle seguenti fiere e/o workshop:

SkiWorkshop Milano

- **Data:** 10 settembre 2024
- **Luogo:** Milano, Italia
- **Partecipanti:** Buyer che appartengono al mondo dell'intermediato e dell'associazionismo: sciclub, cral, federazioni sportive, agenzie di viaggi e tour operator interessati a nuove proposte per le vacanze sulla neve e il turismo outdoor in montagna.
- **Descrizione:** abbiamo incontrato 50 i Buyer confermati al Royal Garden di Assago – Milano. I Buyer provenivano da 11 Regioni italiane, con una folta rappresentanza proveniente dalla Lombardia.



Italian Bike Festival

- **Data:** 13-15 settembre 2024
- **Luogo:** Misano Adriatico, Italia
- **Partecipanti:** La 7ª edizione dell'**Italian Bike Festival** si è conclusa con numeri da record: 57.000 visitatori, segnando una crescita del 7,5% rispetto al 2023.
- **Descrizione:** Organizzato da Movestro con il supporto di APT Servizi Emilia-Romagna e Visit Romagna, l'evento si è tenuto per la terza volta al Misano World Circuit "Marco Simoncelli", ospitando oltre 600 brand del settore bike. Il TTBOMO è stato rappresentato in un'area dello stand regionale organizzato da APT. Il sabato pomeriggio abbiamo presentato un breve talk sulle novità 2015 ricordando l'apertura della Ciclovía del Mito e la Ciclovía del sole.
- **Sito ufficiale:** italianbikefestival.net



Salone del Camper

- **Data:** 14-22 settembre 2024
- **Luogo:** Parma, Italia
- **Partecipanti:** 100.000 visitatori e oltre 300 espositori.
- **Descrizione:** Focus sul turismo en plein air. L'evento di Parma ha rappresentato una vetrina unica per conoscere le ultime tendenze in camper, caravan e accessori per il turismo itinerante. Modena è stata presentata con distribuzione di materiale B2C presso lo stand organizzato da APT servizi.
- **Sito ufficiale:** salonidelcamper.it



IFTM Top Resa

- **Data:** 17-19 settembre 2024
- **Luogo:** Parigi, Francia
- **Partecipanti:** 34.000 professionisti del turismo, 1.700 espositori da 160 paesi.
- **Descrizione:** Siamo stati presenti nello stand ENIT/Emilia Romagna. Abbiamo realizzato numerosi contatti con agenti francesi. Il mercato francese conferma un grande interesse per la nostra zona.
- **Sito ufficiale:** iftm.fr



WS Velico - Lido delle Nazioni

- **Data:** 22-23 settembre 2024
- **Luogo:** Lido delle Nazioni, Italia
- **Descrizione:** Workshop organizzato da APT dedicato al turismo del settore MICE. L'evento ha previsto una parte di team building iniziale tra operatori della domanda e dell'offerta e un workshop b2b conclusivo. Mercato italiano.

Connections - UK & Ireland

- **Data:** 22-25 settembre 2024
- **Luogo:** Regno Unito e Irlanda
- **Partecipanti:** Circa 100 buyer e fornitori del turismo di lusso.
- **Descrizione:** Evento esclusivo per il turismo di lusso. Gli incontri in contesti informali hanno favorito la creazione di rapporti autentici e collaborazioni di lungo termine.
- **Sito ufficiale:** connectionsluxury.com



Last week, Modenatur had the pleasure of participating in **Connections Luxury London 2024**, a flagship event that truly lived up to expectations. The event offered a perfect blend of well-organized meetings, memorable social moments, and numerous opportunities to connect with industry peers, potential clients, and establish meaningful partnerships.

It was especially gratifying to see how many buyers are already familiar with our region and appreciate its excellence, with growing interest in products from the territories of Modena and Bologna among their clients. It is a source of pride to present our destination and witness it becoming one of the most sought-after travel destinations.

A heartfelt thanks to the incredible teams at **Connections Luxury** and to **XO Private** for the warm welcome. We're excited and ready to seize all the exciting opportunities ahead!

#visitmodena #modenatur #inemiliaromagna
#visitbolognamodena #connectionsluxury
#luxurytravel #tourism



1 diffusione post

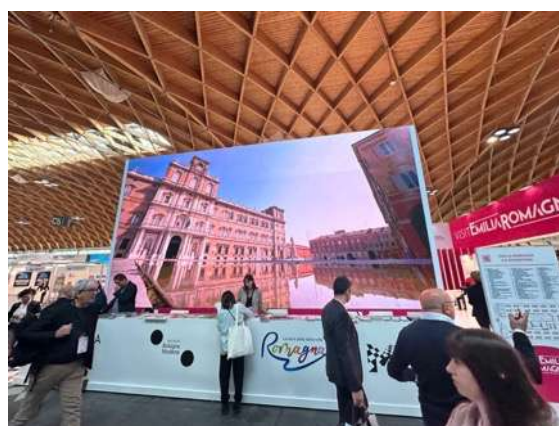
Good Italy Workshop

- **Data:** 1° ottobre 2024
- **Luogo:** Parma
- **Partecipanti:** 53 buyer internazionali provenienti da 20 Paesi e 70 seller italiani (31 emiliano-romagnoli)
- **Descrizione:** abbiamo incontrato 53 buyer internazionali provenienti da 20 Paesi per promuovere esperienze di turismo enogastronomico legate alla sostenibilità e alla valorizzazione delle produzioni di qualità. La giornata si è conclusa con una cena di gala presso l'Antica Corte Pallavicina di Polesine Parmense. Nei giorni precedenti, dal 28 al 30 settembre, i buyer hanno partecipato a educational tour nelle 3 destinazioni regionali.
- **Sito ufficiale:** <https://gooditalyworkshop.it/>



TTG Travel Experience

- **Data:** 9-11 ottobre 2024
- **Luogo:** Rimini, Italia
- **Partecipanti:** Oltre 70.000 operatori del settore, 2.200 espositori da 90 paesi.
- **Descrizione:** L'evento B2B più rilevante per il turismo leisure in Italia ha permesso di ampliare le reti commerciali e promuovere le nostre offerte a operatori e agenzie di viaggio. Abbiamo collaborato alla gestione del desk informativo istituzionale e partecipato come seller agli appuntamenti b2b
- **Sito ufficiale:** ttgexpo.it



Auto e Moto d'Epoca

- **Data:** 24-27 ottobre 2024
- **Luogo:** Padova, Italia
- **Partecipanti:** Più di 130.000 visitatori, 5.000 auto in esposizione, 1.600 espositori.
- **Descrizione:** Un appuntamento imperdibile per il settore heritage motoristico. L'evento ha attratto collezionisti e appassionati, offrendo spunti per nuove proposte legate al turismo motoristico e culturale.



Sono in corso di preparazione:

- **WTM Londra Paese:** Regno Unito **Date:** 5-7 novembre 2024
- **Connections – USA Paese:** Stati Uniti **Date:** 10-13 novembre 2024
- **ACE Art Cities Exchange Roma Paese:** Italia **Date:** 15 novembre 2024
- **IBTM Barcelona Paese:** Spagna **Date:** 19-21 novembre 2024
- **BUY ITALY Roadshow – Polonia Paese:** Polonia **Date:** 18-20 novembre 2024
- **Journeys – Pesaro Paese:** Italia **Date:** 25-28 novembre 2024
- **WS Bruxelles + Amsterdam Paese:** Belgio e Paesi Bassi **Date:** 25-26 novembre 2024
- **ILTM Cannes Paese:** Francia **Date:** 2-5 dicembre 2024

2.3.8 Fam trip

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

Dal 1° agosto al 31 ottobre abbiamo diverse azioni rivolte alla familiarizzazione con il territorio per operatori turistici tra i quali 2 fam trip:

Edt / Fam trip	Good Italy - Parma	29/09/2024	30/09/2024
Edt / Fam trip	Nastasii Anetrebchuk - Magic Travel Club	25/10/2024	26/10/2024

29/09/2024 30/09/2024

Good Italy - Parma

Abbiamo organizzato 2 educational tour in collaborazione con Bologna welcome che hanno interessato entrambi i territori con circa 25 tour operator. I programmi hanno



toccato diverse aziende agricole e borghi del territorio.

Tour 1 "Tra borghi storici ed eccellenze gastronomiche nelle colline fra Bologna e Modena"

29 settembre: La giornata è iniziata con un'esperienza di truffle hunting nelle colline di Savigno, guidata da un esperto tartufaio e accompagnata da una guida ambientale. A seguire, un pranzo in agriturismo con piatti locali e vini del territorio. Nel pomeriggio, il gruppo ha visitato il borgo storico di Vignola, con una tappa alla Rocca di Vignola e una degustazione della celebre Torta Barozzi. Successivamente, è stata organizzata un'esperienza presso una realtà locale di gelato e mixology Toschi, per la preparazione e degustazione di prodotti a base di Amarena e Nocino. La giornata si è conclusa con una cena tipica nel centro di Castelvetro di Modena e pernottamento a Castelvetro. 30 settembre: La mattina ha previsto una visita guidata del centro storico di Modena, con un itinerario tra botteghe storiche e tradizioni enogastronomiche. Successivamente, il gruppo ha partecipato a una visita in un'acetaia storica per scoprire il processo produttivo dell'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena a Nonantola, seguita da un pranzo a base di piatti tipici accompagnati da vini locali. La giornata si è conclusa con la partenza per Parma.



Tour 2 "Patrimonio culturale ed enogastronomico fra Bologna e Modena"

29 settembre: La giornata è iniziata con uno show cooking presso una dimora privata a Bologna, dove i partecipanti hanno preparato e degustato le tradizionali tagliatelle al ragù. Nel pomeriggio, il gruppo ha visitato il centro storico di Bologna, con focus sul mercato medievale e una degustazione di gelato artigianale. Successivamente, si è svolta una degustazione di vini e pernottamento nel bolognese.

30 settembre: La giornata è iniziata con una visita guidata e una degustazione in un'acetaia storica di Modena, seguita da un tour del centro storico UNESCO di Modena, che ha incluso Piazza Grande, il Duomo e la Ghirlandina. A pranzo, i partecipanti hanno gustato specialità locali presso il Mercato Albinelli. Il pomeriggio è stato dedicato al trasferimento verso Parma.

25-26 ottobre

Anastasiia Netrobchuk, di Magic Travel Club (Ucraina)

Per la Travel Specialist ucraina Anastasiia Netrobchuk, di Magic Travel Club, che abbiamo incontrato durante un evento di settore (Private Luxury Algarve) abbiamo organizzato un fam trip di due giorni, pensato per farle scoprire le eccellenze del territorio modenese. La prima giornata di venerdì 25 ottobre è iniziata con una visita guidata alla prestigiosa fabbrica Pagani. Successivamente, Anastasiia ha partecipato a una visita privata in un'acetaia storica, approfondendo i segreti della produzione dell'aceto balsamico tradizionale. Nel pomeriggio la tour operator ha visitato il Museo Enzo Ferrari e il Museo Ferrari di Maranello. L'educational è stato organizzato in co-marketing con Motorsite.

Sono in Corso di preparazione altri importanti fam trip ed in particolare

- Fam trip Journeys (28-30 November) per circa 20 operatori internazionali.



Abbiamo inoltre realizzato un webinar rivolto a un gruppo di travel agents USA. Questo format si sta rivelando molto efficace e ne organizzeremo ulteriori entro fine anno, anche per il mercato italiano.

2.3.9. E-commerce e fruibilità turistica

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

Il sistema di e-commerce adottato dalla DMO modenese, compatibile e interoperabile con quello adottato dalla DMO di Bologna, renderà accessibili e prenotabili online in qualsiasi momento, esperienze, prodotti con prenotazione online, sia da parte del turista che da parte di operatori turistici e dalla rete degli uffici IAT-R regionali.

Il sistema è integrato su visitmodena.it e integrabile su siti di eventi, partner e intermediari dell'offerta. Nel 2024 la DMO continua ad operare per incrementare il numero e la varietà di offerte presentate sull'e-commerce con il massimo coinvolgimento degli operatori/fornitori del territorio e l'ampliamento della rete di distribuzione.

La DMO sta accompagnando gli organizzatori delle esperienze nella costruzione delle offerte, nella pubblicazione online e nella gestione dei diversi aspetti della prenotazione. Nella successiva relazione produrremo l'elenco delle attività generate in questo filone di attività.

2.3.10 Collaborazione con gds e direct marketing su associazioni sportive per camp estivi

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

L'attività sulla grande distribuzione sarà svolta a novembre.

Attività di direct marketing rivolta a promuovere il prodotto Outdoor Active&Slow e sport nella sua accezione «verde» è ancora in corso e prevede contatto diretto con associazioni sportive per l'organizzazione di camp estivi ed eventi attraverso appuntamenti con referenti associazioni e invio materiale promozionale.

Data 31 ottobre 2024

Amedeo Faenza

PROVINCIA DI MODENA
Dirigente dell'Area Amministrativa
Affari generali e Polizia provinciale
provinciadimodena@cert.provincia.modena.i

PROGRAMMA DI PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE 2024 DEL TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA-MODENA - SERVIZI DI PROMOZIONE E MARKETING TURISTICO FINALIZZATI ALL'ATTUAZIONE DELLE ATTIVITÀ DI COMPETENZA DELLA PROVINCIA DI MODENA (CUP G99I24000050002- CIG B15006B453)

RELAZIONE Azioni svolte dal 1° agosto al 31 ottobre

Indice	Pagina
Premessa	2
2.3.11 Promozione eventi del territorio	2
2.3.1 Sito web e social	3
2.3.2 Press trip	3
2.3.3 Piano digitale	11
2.3.4 Supporti di comunicazione	13
2.3.5 Branding	14
2.3.6 Azioni promozionali attraverso le eccellenze	16
2.3.7 Fiere e Workshop	16
2.3.8 Fam trip	22
2.3.9 E-commerce e fruibilità del prodotto	24
2.3.10 Direct marketing sport e outdoor	25

Premessa

Illustriamo di seguito le principali attività che abbiamo realizzato dal 1° agosto al 31 ottobre 2024.

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

Anche in questa fase di attività sono stati presi in considerazione i mercati e i target identificati nel PPCT2024.

2.3.11 Promozione eventi del territorio



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

Attività di promozione e commercializzazione rivolta a supportare gli organizzatori di eventi e fiere del territorio: appuntamenti con referenti, studio strategie promo-commerciale, creazione e raccolta di offerte e proposte di esperienze.

Questa attività è in corso. Abbiamo continuato a supportare gli eventi

programmati in questo periodo come il Gran Premio Tazio Nuvolari, Festivalfilosofia, al DIG festival, Mostra "Nella Mente del Maestro – Salvador Dalí, TOGO, Modena Patrimonio Mondiale in Festa, "Sciocola" - Festival del Cioccolato, Emilia Food Fest Carpi, La Bonissima, e altri eventi sul territorio supportando in particolare la parte di predisposizione di offerte promo-commerciali e per la promozione degli eventi. Tra gli eventi per i quali abbiamo codificato delle offerte.

Stiamo inoltre lavorando per l'organizzazione di un evento in appennino con target giovane che si terrà in inverno.

2.3.1 Sito Web e social

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

Questa attività, di natura trasversale, è stata svolta regolarmente su base quotidiana. La narrazione del territorio modenese viene realizzata attraverso il portale visitmodena.it e l'attività delle due redazioni locali (Comune di Modena per Modena e pianura, Comune di Sestola per InAppenninoModenese) e dalla DMO integrando gli aspetti e azioni necessari per potenziare la promo-commercializzazione. Modenatur sta collaborando con la gestione social di Visitmodena contribuendo all'incremento dei contatti, dedicando una risorsa specializzata a questa attività. È stato arricchito il piano editoriale e sono state attivate collaborazioni con la redazione social Inappenninomodenese.

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

2.3.2 Press trip

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

In questa sezione, presentiamo le attività condotte da Modenatur nel contesto delle relazioni con i media, blogger, influencer e troupe televisive, concentrandoci in particolare sull'organizzazione dei press trip. Queste azioni vengono avviate sia in risposta alle richieste dirette da parte di giornalisti, influencer o blogger interessati a creare contenuti legati al territorio di Modena, sia in seguito a richieste di collaborazione o co-marketing da parte di APT o altri enti pubblici o privati nell'ambito di progetti di promozione del territorio.

I contenuti promossi in queste attività sono sempre stati legati ai principali settori di interesse identificati nelle linee guida strategiche del PPCT2024, ovvero: Arte e Cultura, City Break, Motori, Food&Wine, Outdoor, Eventi e Musica. Precisiamo che indipendentemente dal programma che viene organizzato per ogni iniziativa, che spesso rispecchia specifiche esigenze ed interessi del giornalista o della TV, in ogni occasione di contatto vengono da noi presentate tutte le tematiche e i principali punti di interesse e del territorio turistico Bologna-Modena, indipendentemente dalla possibilità o meno di visitare i luoghi.

Dal punto di vista operativo, le attività hanno comportato:

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

Soggetto	Data inizio	Data fine	Mercato
Serie Tv Cris Pelo Mundo	15/08/2024	15/08/2024	Estero
Tv Belga - Njam Cooking show	24/08/2024	24/08/2024	Estero
Michella Kim	27/08/2024	27/08/2024	Italia-estero
Press Trip Schwietzer	03/09/2024	03/09/2024	Estero
Press trip Ville&Casali	04/09/2024	07/09/2024	Italia
Press trip Elke Ruß	07/09/2024	09/09/2024	Estero
Press trip Ulrich Ladurner	17/09/2024	18/09/2024	Estero
Press trip Simon Willis	21/09/2024	22/09/2024	Estero
Rivista francese NEZ	30/09/2024		Estero
Documentario Ministero	07/10/2024	08/10/2024	Italia
Press Trip Ruth Katz	07/10/2024	08/10/2024	Estero
Press tour giornalisti Londra	19/10/2024	21/10/2024	Estero
Press Trip Tristan Kennedy	22/10/2024	22/10/2024	Estero
Press Trip Hilary Nangle	24/10/2024	28/10/2024	Estero
Press Trip Michael Shiels	31/10/2024		Estero

15/08/2024

Serie TV Cris Pelo Mundo

Attività realizzata in collaborazione con Bologna Welcome. Produzione internazionale brasiliana. La serie, realizzata in collaborazione con EURAIL, ha l'obiettivo di incoraggiare le famiglie a esplorare il mondo, mettendo in luce l'importanza del viaggio come esperienza di crescita e sviluppo personale. La nuova stagione seguirà la famiglia protagonista (composta da Cris Stilben, Igor Duarte e i loro figli Emmanuel e Francisco, 9 e 2 anni rispettivamente) in un viaggio di 30 giorni in Europa, mostrando al pubblico destinazioni mozzafiato e fornendo consigli pratici per viaggiare con i bambini, in un mix di intrattenimento, istruzione e ispirazione. Nella nostra zona hanno filmato il Museo Ferrari di Maranello per il quale abbiamo facilitato la visita.

24/08/2024

Njam – Troupe Belga

Abbiamo assistito la troupe della televisione fiamminga Studio 100 durante le riprese per il canale culinario njam!, con il famoso chef siciliano Peppe Giacomazza. Le riprese, avvenute il 24 agosto, hanno incluso visite al Mercato Albinelli, in una gelateria e in una caffetteria, dove Peppe ha degustato il tradizionale gnocco fritto. La troupe ha anche registrato immagini suggestive della città e riprese con droni dei luoghi più iconici del centro storico. Il programma andrà in onda a novembre.

27/08/2024

Michella Kim



Influencer e creatrice di contenuti italo-coreana in visita per raccontare le eccellenze del territorio modenese in particolare legata alla motor valley. Ha portato una troupe Tv Sud Coreana in visita al Museo Ferrari di Maranello. Abbiamo collaborato fornendo supporto per l'ottenim Troupe in arrivo dalla Corea del Sud per scoprire il Gran Premio di F1 a

Monza, e desiderano far conoscere al pubblico coreano in modo vivido le mostre speciali e il magnifico contesto del Museo storico di Maranello. LINK

<https://youtu.be/a7OVpQwBwKQ>

03/09/2024

Press Trip Schwietzer

Giornalista svizzero ha visitato il Museo Stanguellini, interessato alla Motorvalley. Schwietzer scrive per Oldtimer Markt, nota rivista tedesca, e cura le esposizioni delle Oldtimer in varie sedi in Germania <https://andy-schwietzer.de/biographie/>

04/09/2024 - 07/0/2024

Press Trip Ville&Casali

Abbiamo organizzato un press trip di 4 giorni per due giornalisti di Ville e Casali per la realizzazione di un articolo su Modena e provincia per il numero di Novembre 24. Il 4 settembre, la giornata è iniziata con una visita con una cantina a Castelvetro. Nel pomeriggio, ha visitato **Vignola**, con visita della Rocca e della Pasticceria Gollini, per un assaggio di torta Barozzi. Il 5 settembre, la giornata è proseguita con un'esperienza speciale presso il laboratorio artigianale **Vacchetta Grassa**, dove la giornalista ha scoperto come la tradizione modenese del tortellino abbia ispirato la creazione di raffinati oggetti in cuoio. Nel pomeriggio, una visita guidata del **centro storico di Modena** ha permesso di esplorare luoghi simbolo come il Duomo, la Ghirlandina e Piazza Grande, patrimonio UNESCO.

Il 6 settembre, la giornalista ha visitato il Mercato Albinelli, cuore pulsante della tradizione gastronomica modenese, dove ha potuto immergersi nei sapori e colori locali. Successivamente, ha partecipato a una cooking class presso il Modena Food Lab, concludendo con un pranzo che ha esaltato le eccellenze culinarie del territorio. Nel pomeriggio, abbiamo organizzato un test drive all'Autodromo di Modena, dove ha potuto vivere un'esperienza unica nel mondo dei motori. La giornata si è conclusa con una visita all'Acetaia Comunale di Modena, per scoprire i segreti dell'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena. Il 7 settembre, infine, è stata organizzata una visita a un caseificio di Parmigiano Reggiano.

MODENA

NEL CUORE DEL FOOD E DELL'AUTOMOTIVE VALLEY

Gli ospitali che vivono in una piccola grande città italiana, ambientata nel cuore di Bologna, permettono il tempo...

Il nuovo show room di Ceramike Kruper

Hub Ceramike e Bicycle

L'artigianato del ferro

4 di 5

Le arti del cibo

Esperienze in cucina

Esclusivo del Lombroso

REPORTAGE

Il Museo Ferrari

Segno il Museo Ferrari

Il Museo Ferrari

Il Museo Ferrari

Il Museo Ferrari

DOVE MANGIARE

LA CASA DELLA TORTA BAROZZI

L'osteria a conduzione familiare

Il ristorante di Enrico Berlinguer

Bottega Vegana

07/09/2024 - 09/09/2024

Press Trip Elke Ruß



Azione: Tramite APT ci è pervenuto il contatto di una giornalista del quotidiano austriaco Tiroler Tageszeitung.

Abbiamo organizzato per lei tre giorni di press trip nel territorio modenese,

Co-marketing: APT ha contribuito al press trip coprendo il costo di 1 notte di soggiorno in un hotel in centro a Modena. Tutto il resto delle spese è stato sostenuto da Modenatur in qualità di DMO.

Il viaggio della giornalista è iniziato sabato 7 settembre con il pick up all'Hotel Cavour di Bologna alle 9:15 e il trasferimento a Modena.

Alle 10:30 ha incontrato Helga e lo Chef Rompianesi al Mercato Albinelli per fare la spesa, seguito da una Cooking Class con pranzo presso il laboratorio dello chef. Nel pomeriggio, la giornalista si è recata in compagnia della guida a Spilamberto, dove ha

visitato il Museo del Balsamico Tradizionale, e poi alla Cantina Cleto Chiarli a Castelvetro per una visita con degustazione. In serata, si sono recate nel centro di Castelvetro per partecipare all'evento della Dama Vivente e successivamente sono rientrate a Modena, dove hanno pernottato. Domenica 8 settembre, sono partite alle 9:00 dall'Hotel Principe per Carpi, dove hanno effettuato una visita guidata del centro storico insieme alla guida Gisella Luppi fino alle 11:30. Tornata a Modena, ha proseguito con una visita guidata in tedesco al Museo Enzo Ferrari, seguita da un pranzo alla Trattoria Pomposa. Nel pomeriggio ha svolto una breve visita del centro storico. La giornata si è conclusa con una cena all'Osteria di Modena Rossi.

17/09/2024 - 18/09/2024

Press Trip Ulrich Ladurner

Press tour organizzato in co-marketing con APT: Il giornalista tedesco Ulrich Ladurner ha visitato Modena per un reportage incentrato su motorvalley, cultura e gastronomia, con un focus sulle eccellenze del territorio. Durante il press trip, ha avuto l'opportunità di approfondire il legame tra il settore motoristico e il territorio e la tradizione culinaria locale. Il programma ha incluso visite guidate ai musei Lamborghini e Ferrari, un incontro con Stefan Winkelmann, CEO di Lamborghini, e una scoperta del centro storico di Modena, arricchita da una visita al Mercato Albinelli e al Museo Enzo Ferrari. La giornata si è conclusa con una cena presso un ristorante rinomato per la cucina modenese.



30/09/2024

Rivista francese NEZ

Abbiamo dato supporto ad una troupe francese della rivista NEZ, che ha organizzato un viaggio in Italia, interamente fotografato, che sarà descritto in un libro realizzato in collaborazione con la società profumiera Firmenich (uno dei grandi attori della profumeria e degli aromi) e NEZ, la rivista olfattiva. Lo scopo di questo viaggio è seguire un profumiere francese nell'incontro con il savoir-faire italiano. Nella loro tappa a Modena, la troupe ha visitato un caseificio e ci ha chiesto di organizzare per loro un'esperienza di cooking class, per conoscere come si fanno i piatti tipici della tradizione modenese e per scoprire i profumi legati alla pasta fresca e alla maestria della pasta fatta a mano.

21/09/2024 - 22/09/2024

Press Trip Simon Willis

Travel & Leisure Discovers the Lands of Lambrusco. Il tour, organizzato da APT in collaborazione con FuoriTinerario, Modenatur e il Consorzio del Lambrusco, ha accolto il giornalista Simon Willis per esplorare le eccellenze del territorio modenese. L'itinerario ha incluso una visita al Museo Pagani, una scoperta guidata del centro storico di Modena con tappa al Mercato Albinelli e un pranzo presso Balsamico e Cucina di Monari Federzoni. La giornata si è conclusa con una visita al Museo Enzo Ferrari e un tour presso un'azienda vitivinicola situata sulle colline di Levizzano di Castelvetro, per approfondire la produzione del Lambrusco. La serata è terminata con una cena e un soggiorno presso la struttura.

07/10/2024 - 08/10/2024

Press Trip Ruth Katz

Press tour organizzato in co-marketing con APT: La giornalista Ruth Katz ha visitato Modena e Bologna per esplorare le eccellenze culturali, artigianali ed enogastronomiche dell'Emilia-Romagna. Il programma a Modena ha incluso una passeggiata guidata nel centro storico, con una tappa al laboratorio artigianale di pelletteria La Vacchetta Grassa, e un pranzo al Mercato Albinelli. Sono seguite visite a Casa Pavarotti e in un'acetaia per approfondire la tradizione dell'aceto balsamico. La giornata si è conclusa con una visita al Museo Enzo Ferrari e una cena in un ristorante.

07/10/2024-08/10/2024

Documentario Ministero turismo

Enzo Sallustri autore di un progetto finanziato dal Ministero del Turismo e Aci sta facendo dei documentari sui siti Unesco da pubblicare nella pagina del Ministero . È venuto a Modena tra il 7 ottobre e il 12 ottobre per le riprese. Abbiamo collaborato con il Comune di Modena per fornire un supporto alla troupe. In particolare abbiamo offerto l'assistenza di una guida.

22/10/2024

Press Trip Tristan Kennedy – wizzair

Press tour organizzato in co-marketing con APT: Giornalista britannico per un articolo sul giornale di bordo di Wizzair. Ha visitato I due musei Ferrari di Modena e Maranello, con intervista al direttore e ha partecipato ad un test drive all'Autodromo di Modena. L'articolo uscirà a dicembre 2024.

24/10/2024 - 28/10/2024

Press Trip Hilary Nangle



Press tour organizzato in co-marketing con APT: La giornalista freelance Hilary Nangle, collaboratrice per AFAR e OUTSIDE Magazine, ha partecipato a un press trip in Emilia-Romagna dedicato alla scoperta di castelli, città d'arte e tradizioni enogastronomiche. A Modena ha partecipato a una visita guidata alla città, con un focus sui monumenti UNESCO e sulla storia locale. Dopo un pranzo al Mercato Albinelli, ha preso parte a una cooking class presso un ristorante locale per

imparare a preparare piatti della tradizione modenese. L'esperienza è proseguita con una visita a un caseificio di Parmigiano Reggiano per conoscere i segreti della sua produzione, seguita da un'esplorazione del centro storico di Carpi e del suo palazzo principale. Tornata a Modena, Hilary ha partecipato a un workshop di creazione di tortellini in pelle presso il laboratorio artigianale La Vacchetta Grassa e ha concluso la giornata con una cena in un ristorante locale. Il viaggio ha incluso anche una visita alla Casa Museo Pavarotti, dove ha approfondito la vita del celebre tenore, e a un'acetaia tradizionale per scoprire il processo di produzione dell'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena, con un pranzo dedicato ai sapori locali. Nel pomeriggio, ha visitato l'Abbazia di Nonantola e il Museo Enzo Ferrari, per poi concludere la serata con una cena tipica. L'itinerario si è spostato verso le colline modenesi, con un'escursione presso il Parco dei Sassi di Roccamalatina e una visita al Castello di Guiglia, accompagnata da un pranzo tradizionale. Nel pomeriggio, Hilary ha scoperto il borgo di Vignola, dove ha degustato la celebre Torta Barozzi, ha poi visitato la

zona di Castelvetro. La DMO ha supportato una quota parte delle spese relative all'iniziativa in particolare in relazione all'organizzazione delle visite.

31/10/2024

Michael Shiels

Press tour organizzato in co-marketing con APT: Ha visitato Lamborghini, pranzo a Maranello con visita alla fabbrica e al Museo Ferrari, visita di un'acetaia nella zona di Maranello. Ha pernottato una notte a Modena, ha visitato il centro storico, ha pranzato al Mercato Albinelli e visitato il Museo Enzo Ferrari. La DMO ha supportato il pernottamento e pasti e l'organizzazione delle visite.

Segnaliamo inoltre articolo generato da press trip Floriana Schiano presentato nella precedente relazione.

<https://www.fsnews.it/it/viaggiare/mete/2024/10/2/modena-patrimonio-mondiale-in-festa.html>

2.3.3 Piano digitale

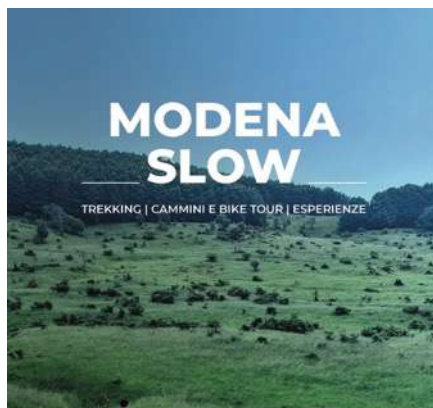
Obiettivo: favorire la visibilità dei canali istituzionali e di promo-commercializzazione attraverso cui la narrazione territoriale giunge al consumatore finale e/o agli intermediari della domanda

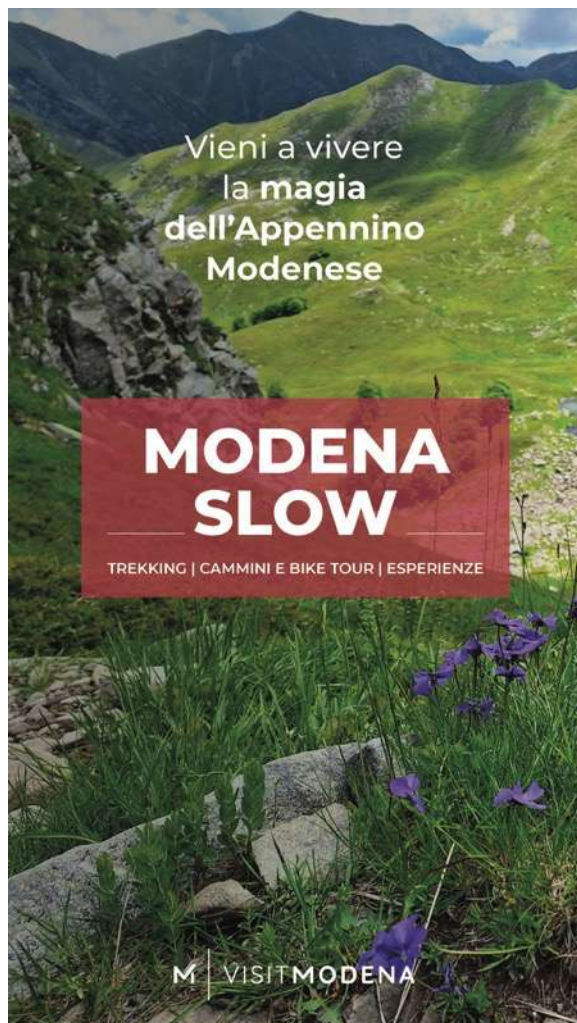


Abbiamo svolto attività di web advertising e social media marketing orientate alla promozione del territorio attraverso il posizionamento dei siti istituzionali e di promo-commercializzazione del territorio B2C e B2B (visitmodena.it e canali della DMO) e al dialogo con i viaggiatori attraverso i canali social. Particolare attenzione è stata rivolta alla promozione del catalogo esperienze prenotabili online sul target B2C italiano ed estero.

Tra le principali azioni di questo periodo: la campagna promozionale per Modena slow, la campagna promozionale per il weekend del gusto.

Stiamo predisponendo campagne per Modena slow inverno, Appennino Inverno, inverno città e Borghi. Nella relazione finali saranno indicati i risultati delle campagne.





2.3.4 Supporti di comunicazione

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

Modena Slow: abbiamo realizzato ulteriori supporti di comunicazione per la promozione della rassegna di escursioni Modena slow, in particolare

- Locandine
- Brochure
- Materiali per i social
- Spot televisivo

Passaporto Appennino modenese: abbiamo avviato il processo di aggiornamento del passaporto dell'Appennino Modenese con inserimento di 3 nuove tappe a completamento della gamma di proposte che ora coprirà tutti i Comuni dell'Appennino Modenese.



Materiali per fiere e workshop

Abbiamo elaborato materiali necessari per l'attività di presentazione del territorio negli eventi di settore e negli eventi promozionali aperti al pubblico: brochure, presentazioni, video.

La raccolta dei materiali definitivi sarà presentata nella prossima relazione.

2.3.5 Branding

Obiettivo: Creazione di elementi di immagine coordinata per il Territorio Turistico Bologna-Modena.

Stiamo continuando a lavorare per il processo di co-branding. Una delle attività relative a questa azione è l'organizzazione di eventi congiunti tra Modena e Bologna.

In ottobre si è tenuto il weekend del gusto:



La seconda edizione del progetto "Bologna-Modena: Weekend del Gusto", il primo prodotto turistico unitario del Territorio Turistico Bologna-Modena, è stata lanciata ufficialmente il 5 settembre 2024 presso eXtraBO.

L'iniziativa, sviluppata in collaborazione tra Modenatur e Bologna Welcome, si è posta l'obiettivo di valorizzare le eccellenze enogastronomiche locali, rafforzando la sinergia tra Bologna e Modena.

Obiettivi

Creare un'offerta turistica unitaria rappresentativa delle eccellenze del territorio.

Rafforzare l'identità enogastronomica del territorio come Food Valley.

Favorire la scoperta di prodotti tipici attraverso esperienze esclusive per turisti e residenti.

Dettagli dell'Iniziativa

L'edizione 2024, arricchita rispetto alla versione pilota del 2023, si è svolta per sei fine settimana consecutivi (dal 21 settembre al 27 ottobre 2024) e ha coinvolto un'area geografica ampliata, includendo:

Collina e pianura tra Bologna e Modena.

Imolese.

Zona sud-ovest della provincia di Modena.

Ogni weekend sono state proposte 12 esperienze giornaliere (6 al sabato e 6 alla domenica), per un totale di 72 appuntamenti. Tutte le attività sono state pensate per offrire ai partecipanti una visione autentica dei processi produttivi delle eccellenze locali, con visite e degustazioni presso:

Salumifici

Caseifici

Acetaie

Cantine

Le esperienze sono state accessibili in lingua italiana e inglese per garantire una fruizione internazionale.

Acquisto online: le esperienze sono state prenotabili sui siti extrabo.com e visitmodena.it, oltre che presso i punti informativi.



Formula "a pacchetto": le attività pomeridiane erano acquistabili in combinazione con un servizio di trasporto gratuito da Bologna o Modena, pensato per i turisti a lungo raggio senza mezzi propri. I risultati sono in fase di elaborazione e saranno presentati nella relazione conclusiva.

Queste le esperienze proposte:

1. Sapori contadini: colazione a km 0 all'agriturismo Fondo Gesù | Sala bolognese (BO)
2. Visita guidata presso Acetaia Casa Tirelli | Novi di Modena (MO)
3. Visita guidata a cantina di Lambrusco presso Cantina Paltrinieri | Sorbara di Bomporto (MO)
4. Alla scoperta della campagna bolognese: brunch sostenibile a Valle Torretta | Crevalcore (BO)
5. Visita guidata ad acetaia con degustazione di Aceto Balsamico Tradizionale DOP - Acetaia Pedroni | Nonantola (MO)
6. Apericena alla cantina Rizzola: vino bio e prodotti locali | Calderara di Reno (BO)
7. Visita Guidata in Caseificio Oratorio San Giorgio | Carpi (MO)
8. Un viaggio nel gusto: degustazione di miele e prodotti dell'orto di Podere 101 | Anzola dell'Emilia (BO)
9. Corso di Cucina di maccherone al pettine e tour in bici nei Barchessoni Mirandolesi | Mirandola (MO)
10. Brunch del contadino alla Cascina Maggi | Sant'Agata bolognese (BO)
11. Alla scoperta dei grani antichi e dei loro prodotti a Ponte Pasqualino | San Giovanni in Persiceto (BO)
12. Visita alla Cantina Venti Venti| Medolla (MO)
13. Alla scoperta dei prodotti del Caseificio Bazzanese: parmigiano, ricotta e cremel| Valsamoggia (BO)
14. Colazione e visita guidata al Caseificio di Rosola| Verucchia (MO)
15. Gelato Masterclass - Toschi | Formica (MO)
16. Brunch alla cantina Caccianemici: vino bio e prodotti locali | Sasso Marconi (BO)
17. Museo Salumeria Villani | Castelnuovo Rangone (MO)
18. Apericena alla Tenuta La Riva: vini e tigelle | Castello di Serravalle (BO)
19. Un viaggio nell'apicoltura: degustazione di miele presso Ca' Martini | Sasso Marconi (BO)
20. Maestro Assaggiatore per un giorno al Museo dell'Aceto Balsamico | Spilamberto (MO)
21. Brunch all'Agriturismo Casa Vallona: vini e tigelle | Monte San Pietro (BO)
22. Visita guidata a Cantina Cleto Chiarli | Castelvetro di Modena (MO)
23. Wine experience sui colli bolognesi: degustazione alla cantina Montevicchio Isolani | Monte San Pietro (BO)
24. Profumo di Collina | Guiglia (MO)
25. Alla scoperta dei grani e dei legumi al Mulino Quartieri| Medicina (BO)

26. Un viaggio nel gusto: degustazione di vini, salumi e formaggi a Ca' bruciata | Imola (BO)
27. Alla scoperta della canapa: tisane, miele e birra a La Taverna | Fontanelice (BO)
28. Visita guidata al Caseificio Sociale San Pietro di Montegibbio | Sassuolo (MO)
29. Visita guidata all'Acetaia Delizia Estense | Sassuolo (MO)
30. Visita guidata alla Cantina Tenuta Vandelli | Sassuolo (MO)
31. Un viaggio nel Regno del Marrone: visita ai castagneti e degustazione | Castel del Rio (BO)
32. Viaggio nei prodotti De.Co di Castel San Pietro | Castel San Pietro Terme (BO)
33. Viaggio nel Territorio a Palazzo di Varignana: degustazione di oli e vini | Castel San Pietro Terme (BO)
34. Trekking alle Salse di Nirano e visita all'EcoMuseo | Fiorano Modenese (MO)
35. Visita guidata all'opificio e degustazione di Nocino presso il Mallo | Pozza di Maranello (MO)
36. Visita guidata all'Acetaia Valeri | Magreta (MO)

2.3.6 Azioni promozionali attraverso le eccellenze

Obiettivo: rafforzare il posizionamento dell'offerta turistica attraverso le eccellenze del Territorio Turistico Bologna-Modena

Questa attività prevede una stretta collaborazione con il sistema dei consorzi dei prodotti tipici del territorio per realizzazione di sinergie promozionali su iniziative di loro programmazione su città europee.

Rientra nell'ambito di questa azione un educational tour rivolto alla stampa inglese che abbiamo organizzato insieme a Piacere Modena a seguito dell'iniziativa svolta a Londra in giugno, presentata nella precedente relazione.

Stiamo continuando con azioni mirate al mercato americano. In particolare, stiamo predisponendo gli ultimi dettagli dell'evento che terremo a Los Angeles il 10 novembre. Sono previsti tra i partecipanti 50 tour operator internazionali, per la maggior parte americani e 10 giornalisti.

Stiamo inoltre predisponendo delle iniziative volte alla promozione dell'appennino insieme al Consorzio Impianti del Cimone. Questa attività sarà svolta in autunno, verso la fine di novembre, anche in reazione alla cancellazione della fiera Skipass che ci ha portato ad effettuare alcuni aggiustamenti e rafforzamenti delle azioni.

2.3.7 Fiere e workshop

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

Stiamo partecipando alle fiere e workshop previste nel PPCT 2024 apportando alcune modifiche con sostituzione nel caso di manifestazioni cancellate o già trascorse al momento dell'assegnazione dell'incarico o dove si è ritenuto di cogliere opportunità che si sono presentate su alcuni mercati anche in ottica di ottimizzazione delle risorse ed esplorazione di nuovi eventi trade. Rispetto al piano fiere e workshop indicato nel PPCT abbiamo quindi effettuato alcune sostituzioni mantenendo la strategia generale, i mercati target e il numero di iniziative programmate.

Il numero di eventi è rimasto invariato rispetto alla pianificazione del PPCT 2024. Durante tutto il periodo è stato costante il rapporto e confronto con APT, anche per le fiere e WS in cui abbiamo partecipato insieme ad ENIT o autonomamente, e con la DMO Bolognese in ottica di coordinamento e valorizzazione dell'attività per tutto il Territorio Turistico Bologna Modena.

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

Fase preparatoria

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

Attuazione

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

Follow up

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

Tra il 1° agosto e il 31 ottobre abbiamo partecipato alle seguenti fiere e/o workshop:

SkiWorkshop Milano

- **Data:** 10 settembre 2024
- **Luogo:** Milano, Italia
- **Partecipanti:** Buyer che appartengono al mondo dell'intermediato e dell'associazionismo: sciclub, cral, federazioni sportive, agenzie di viaggi e tour operator interessati a nuove proposte per le vacanze sulla neve e il turismo outdoor in montagna.
- **Descrizione:** abbiamo incontrato 50 i Buyer confermati al Royal Garden di Assago – Milano. I Buyer provenivano da 11 Regioni italiane, con una folta rappresentanza proveniente dalla Lombardia.



Italian Bike Festival

- **Data:** 13-15 settembre 2024
- **Luogo:** Misano Adriatico, Italia
- **Partecipanti:** La 7^a edizione dell'**Italian Bike Festival** si è conclusa con numeri da record: 57.000 visitatori, segnando una crescita del 7,5% rispetto al 2023.
- **Descrizione:** Organizzato da Movestro con il supporto di APT Servizi Emilia-Romagna e Visit Romagna, l'evento si è tenuto per la terza volta al Misano World Circuit "Marco Simoncelli", ospitando oltre 600 brand del settore bike. Il TTBOMO è stato rappresentato in un'area dello stand regionale organizzato da APT. Il sabato pomeriggio abbiamo presentato un breve talk sulle novità 2015 ricordando l'apertura della Ciclovía del Mito e la Ciclovía del sole.
- **Sito ufficiale:** italianbikfestival.net



Salone del Camper

- **Data:** 14-22 settembre 2024
- **Luogo:** Parma, Italia
- **Partecipanti:** 100.000 visitatori e oltre 300 espositori.
- **Descrizione:** Focus sul turismo en plein air. L'evento di Parma ha rappresentato una vetrina unica per conoscere le ultime tendenze in camper, caravan e accessori per il turismo itinerante. Modena è stata presentata con distribuzione di materiale B2C presso lo stand organizzato da APT servizi.
- **Sito ufficiale:** salonidelcamper.it



IFTM Top Resa

- **Data:** 17-19 settembre 2024
- **Luogo:** Parigi, Francia
- **Partecipanti:** 34.000 professionisti del turismo, 1.700 espositori da 160 paesi.
- **Descrizione:** Siamo stati presenti nello stand ENIT/Emilia Romagna. Abbiamo realizzato numerosi contatti con agenti francesi. Il mercato francese conferma un grande interesse per la nostra zona.
- **Sito ufficiale:** iftm.fr



WS Velico - Lido delle Nazioni

- **Data:** 22-23 settembre 2024
- **Luogo:** Lido delle Nazioni, Italia
- **Descrizione:** Workshop organizzato da APT dedicato al turismo del settore MICE. L'evento ha previsto una parte di team building iniziale tra operatori della domanda e dell'offerta e un workshop b2b conclusivo. Mercato italiano.

Connections - UK & Ireland

- **Data:** 22-25 settembre 2024
- **Luogo:** Regno Unito e Irlanda
- **Partecipanti:** Circa 100 buyer e fornitori del turismo di lusso.
- **Descrizione:** Evento esclusivo per il turismo di lusso. Gli incontri in contesti informali hanno favorito la creazione di rapporti autentici e collaborazioni di lungo termine.
- **Sito ufficiale:** connectionsluxury.com



Last week, Modenatur had the pleasure of participating in **Connections Luxury London 2024**, a flagship event that truly lived up to expectations. The event offered a perfect blend of well-organized meetings, memorable social moments, and numerous opportunities to connect with industry peers, potential clients, and establish meaningful partnerships.

It was especially gratifying to see how many buyers are already familiar with our region and appreciate its excellence, with growing interest in products from the territories of Modena and Bologna among their clients. It is a source of pride to present our destination and witness it becoming one of the most sought-after travel destinations.

A heartfelt thanks to the incredible teams at **Connections Luxury** and to **XO Private** for the warm welcome. We're excited and ready to seize all the exciting opportunities ahead!

#visitmodena #modenatur #inemiliaromagna
#visitbolognamodena #connectionsluxury
#luxurytravel #tourism



1 diffusione post

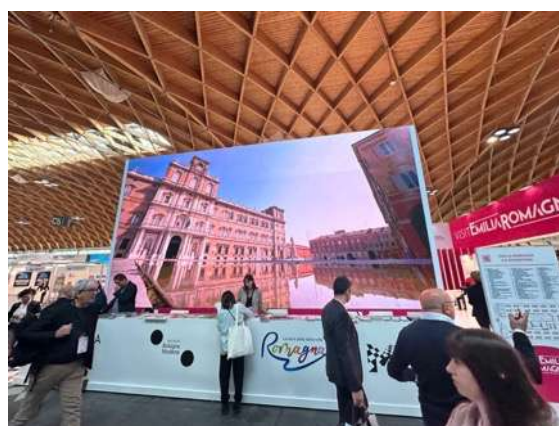
Good Italy Workshop

- **Data:** 1° ottobre 2024
- **Luogo:** Parma
- **Partecipanti:** 53 buyer internazionali provenienti da 20 Paesi e 70 seller italiani (31 emiliano-romagnoli)
- **Descrizione:** abbiamo incontrato 53 buyer internazionali provenienti da 20 Paesi per promuovere esperienze di turismo enogastronomico legate alla sostenibilità e alla valorizzazione delle produzioni di qualità. La giornata si è conclusa con una cena di gala presso l'Antica Corte Pallavicina di Polesine Parmense. Nei giorni precedenti, dal 28 al 30 settembre, i buyer hanno partecipato a educational tour nelle 3 destinazioni regionali.
- **Sito ufficiale:** <https://gooditalyworkshop.it/>



TTG Travel Experience

- **Data:** 9-11 ottobre 2024
- **Luogo:** Rimini, Italia
- **Partecipanti:** Oltre 70.000 operatori del settore, 2.200 espositori da 90 paesi.
- **Descrizione:** L'evento B2B più rilevante per il turismo leisure in Italia ha permesso di ampliare le reti commerciali e promuovere le nostre offerte a operatori e agenzie di viaggio. Abbiamo collaborato alla gestione del desk informativo istituzionale e partecipato come seller agli appuntamenti b2b
- **Sito ufficiale:** ttgexpo.it



Auto e Moto d'Epoca

- **Data:** 24-27 ottobre 2024
- **Luogo:** Padova, Italia
- **Partecipanti:** Più di 130.000 visitatori, 5.000 auto in esposizione, 1.600 espositori.
- **Descrizione:** Un appuntamento imperdibile per il settore heritage motoristico. L'evento ha attratto collezionisti e appassionati, offrendo spunti per nuove proposte legate al turismo motoristico e culturale.



Sono in corso di preparazione:

- **WTM Londra Paese:** Regno Unito **Date:** 5-7 novembre 2024
- **Connections – USA Paese:** Stati Uniti **Date:** 10-13 novembre 2024
- **ACE Art Cities Exchange Roma Paese:** Italia **Date:** 15 novembre 2024
- **IBTM Barcelona Paese:** Spagna **Date:** 19-21 novembre 2024
- **BUY ITALY Roadshow – Polonia Paese:** Polonia **Date:** 18-20 novembre 2024
- **Journeys – Pesaro Paese:** Italia **Date:** 25-28 novembre 2024
- **WS Bruxelles + Amsterdam Paese:** Belgio e Paesi Bassi **Date:** 25-26 novembre 2024
- **ILTM Cannes Paese:** Francia **Date:** 2-5 dicembre 2024

2.3.8 Fam trip

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

Dal 1° agosto al 31 ottobre abbiamo diverse azioni rivolte alla familiarizzazione con il territorio per operatori turistici tra i quali 2 fam trip:

Edt / Fam trip	Good Italy - Parma	29/09/2024	30/09/2024
Edt / Fam trip	Nastasii Anetrebchuk - Magic Travel Club	25/10/2024	26/10/2024

29/09/2024 30/09/2024

Good Italy - Parma

Abbiamo organizzato 2 educational tour in collaborazione con Bologna welcome che hanno interessato entrambi i territori con circa 25 tour operator. I programmi hanno



toccato diverse aziende agricole e borghi del territorio.

Tour 1 "Tra borghi storici ed eccellenze gastronomiche nelle colline fra Bologna e Modena"

29 settembre: La giornata è iniziata con un'esperienza di truffle hunting nelle colline di Savigno, guidata da un esperto tartufaio e accompagnata da una guida ambientale. A seguire, un pranzo in agriturismo con piatti locali e vini del territorio. Nel pomeriggio, il gruppo ha visitato il borgo storico di Vignola, con una tappa alla Rocca di Vignola e una degustazione della celebre Torta Barozzi. Successivamente, è stata organizzata un'esperienza presso una realtà locale di gelato e mixology Toschi, per la preparazione e degustazione di prodotti a base di Amarena e Nocino. La giornata si è conclusa con una cena tipica nel centro di Castelvetro di Modena e pernottamento a Castelvetro. 30 settembre: La mattina ha previsto una visita guidata del centro storico di Modena, con un itinerario tra botteghe storiche e tradizioni enogastronomiche. Successivamente, il gruppo ha partecipato a una visita in un'acetaia storica per scoprire il processo produttivo dell'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena a Nonantola, seguita da un pranzo a base di piatti tipici accompagnati da vini locali. La giornata si è conclusa con la partenza per Parma.



Tour 2 "Patrimonio culturale ed enogastronomico fra Bologna e Modena"

29 settembre: La giornata è iniziata con uno show cooking presso una dimora privata a Bologna, dove i partecipanti hanno preparato e degustato le tradizionali tagliatelle al ragù. Nel pomeriggio, il gruppo ha visitato il centro storico di Bologna, con focus sul mercato medievale e una degustazione di gelato artigianale. Successivamente, si è svolta una degustazione di vini e pernottamento nel bolognese.

30 settembre: La giornata è iniziata con una visita guidata e una degustazione in un'acetaia storica di Modena, seguita da un tour del centro storico UNESCO di Modena, che ha incluso Piazza Grande, il Duomo e la Ghirlandina. A pranzo, i partecipanti hanno gustato specialità locali presso il Mercato Albinelli. Il pomeriggio è stato dedicato al trasferimento verso Parma.

25-26 ottobre

Anastasiia Netrobchuk, di Magic Travel Club (Ucraina)

Per la Travel Specialist ucraina Anastasiia Netrobchuk, di Magic Travel Club, che abbiamo incontrato durante un evento di settore (Private Luxury Algarve) abbiamo organizzato un fam trip di due giorni, pensato per farle scoprire le eccellenze del territorio modenese. La prima giornata di venerdì 25 ottobre è iniziata con una visita guidata alla prestigiosa fabbrica Pagani. Successivamente, Anastasiia ha partecipato a una visita privata in un'acetaia storica, approfondendo i segreti della produzione dell'aceto balsamico tradizionale. Nel pomeriggio la tour operator ha visitato il Museo Enzo Ferrari e il Museo Ferrari di Maranello. L'educational è stato organizzato in co-marketing con Motorsite.

Sono in Corso di preparazione altri importanti fam trip ed in particolare

- Fam trip Journeys (28-30 November) per circa 20 operatori internazionali.



Abbiamo inoltre realizzato un webinar rivolto a un gruppo di travel agents USA. Questo format si sta rivelando molto efficace e ne organizzeremo ulteriori entro fine anno, anche per il mercato italiano.

2.3.9. E-commerce e fruibilità turistica

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

Il sistema di e-commerce adottato dalla DMO modenese, compatibile e interoperabile con quello adottato dalla DMO di Bologna, renderà accessibili e prenotabili online in qualsiasi momento, esperienze, prodotti con prenotazione online, sia da parte del turista che da parte di operatori turistici e dalla rete degli uffici IAT-R regionali.

Il sistema è integrato su visitmodena.it e integrabile su siti di eventi, partner e intermediari dell'offerta. Nel 2024 la DMO continua ad operare per incrementare il numero e la varietà di offerte presentate sull'e-commerce con il massimo coinvolgimento degli operatori/fornitori del territorio e l'ampliamento della rete di distribuzione.

La DMO sta accompagnando gli organizzatori delle esperienze nella costruzione delle offerte, nella pubblicazione online e nella gestione dei diversi aspetti della prenotazione. Nella successiva relazione produrremo l'elenco delle attività generate in questo filone di attività.

2.3.10 Collaborazione con gds e direct marketing su associazioni sportive per camp estivi

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

L'attività sulla grande distribuzione sarà svolta a novembre.

Attività di direct marketing rivolta a promuovere il prodotto Outdoor Active&Slow e sport nella sua accezione «verde» è ancora in corso e prevede contatto diretto con associazioni sportive per l'organizzazione di camp estivi ed eventi attraverso appuntamenti con referenti associazioni e invio materiale promozionale.

Data 31 ottobre 2024

Amedeo Faenza

Buongiorno
inviame in allegato la documentazione in oggetto
Cordiali Saluti
Modenatur
--



Provincia di Modena

VISTO DI REGOLARITA' CONTABILE

Bilancio e Contabilità finanziaria

Determinazione n. 2119 del 26/11/2024

Proposta n. 5036/2024 - Area Amministrativa - Promozione e Qualificazione turistica del territorio

OGGETTO: PROGRAMMA DI PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE 2024 DEL TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA-MODENA - AFFIDAMENTO DI SERVIZI DI PROMOZIONE E MARKETING TURISTICO FINALIZZATI ALL'ATTUAZIONE DELLE ATTIVITÀ DI COMPETENZA DELLA PROVINCIA DI MODENA (CUP G99I24000050002- CIG B15006B453) - APPROVAZIONE RELAZIONE ATTIVITÀ E LIQUIDAZIONE COMPENSO ALLA DITTA AFFIDATARIA (PRIMA TRANCHE E SECONDA TRANCHE).

Ai sensi dell' art. 151 del Decreto legislativo n. 267 del 18 agosto 2000, si appone il visto di regolarità contabile attestante la copertura finanziaria.

Modena li, 27/11/2024

Il Dirigente
GUIZZARDI RAFFAELE

(Sottoscritto digitalmente ai sensi
dell'art. 21 D.L.gs n 82/2005 e s.m.i.)