



Provincia di Modena

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

Determinazione numero 2654 del 26/11/2025

OGGETTO: PROGRAMMA DI PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE 2025 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 G99I24001090002- CIG B5309481E3) - APPROVAZIONE RELAZIONE ATTIVITÀ E LIQUIDAZIONE COMPENSO ALLA DITTA AFFIDATARIA (PRIMA TRANCHE E SECONDA TRANCHE).

CUP G99I24001090002

Il Dirigente GOZZOLI LUCA

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. 117 del 10/10/2024 la Provincia di Modena ha approvato il Programma unitario di promo-commercializzazione turistica del Territorio Turistico Bologna-Modena per l'anno 2025, approvato anche dalla Città metropolitana di Bologna con Deliberazione del Consiglio metropolitano n. 41 del 25/09/2024.

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. 2122 dell'11/11/2024 ha approvato il suddetto Programma unitario di promo-commercializzazione turistica del Territorio Turistico Bologna-Modena per l'anno 2025 e assegnato le risorse economiche necessarie per € 373.377,58, con conseguente necessità di procedere al relativo accertamento.

La realizzazione delle suddette attività ha richiesto 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. 2449 del 20/12/2024 la Provincia di Modena ha quindi dato atto dell'avvenuta approvazione del Programma di Promo-commercializzazione del Territorio Turistico Bologna - Modena 2025 da parte della Regione Emilia Romagna con DGR n. 2122 dell'11/11/2024, 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 2025, la somma di € 373.377,58 (accertamento 215/2025).

Con la medesima determina è stato approvato il progetto costituente capitolato speciale – disciplinare tecnico prestazionale ed i relativi allegati ed è stata indetta procedura aperta ai sensi dell'art. 71 del D. Lgs. n. 36/2023 per l'affidamento di servizi di promozione e marketing turistico finalizzati all'attuazione delle attività di competenza della Provincia di Modena previste dal Programma di promo- commercializzazione 2025 del Territorio turistico Bologna-Modena, approvato dalla Provincia di Modena con Atto del Presidente n. 117 del 10/10/2024.

Espletate le operazioni di gara, con determina n. 540 del 17/03/2025 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 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 2025- 2027 approvato con Atto del Presidente n. 3 del 13/01/2025, annualità 2025, 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. 231/2025, subimpegno 798/2025);
- per € 41.622,42 al cap. 4718 "Sviluppo e valorizzazione del Turismo", missione 07 programma 01 "sviluppo e valorizzazione del turismo" (prenotazione n. 232/2025, subimpegno 799/2025);

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 2026, considerati i termini di rendicontazione della spesa del contributo assegnato dalla Regione Emilia-Romagna alla Provincia di Modena con DGR n. 2122 dell'11/11/2024;
- relazioni parziali intermedie al 31 luglio 2025 ed al 31 ottobre 2025.
- 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 2025 e comunque a seguito di rendicontazione parziale intermedia riferita al periodo precedente;
 - 30% al 30 novembre 2025 e comunque a seguito di rendicontazione parziale intermedia riferita al periodo precedente;
 - 40% al 28 febbraio 2026 e comunque a seguito di rendicontazione finale.

Con Prot. Gen. n. 39754 del 17/11/2025 e n. 40830 del 25/11/2025 sono state acquisite agli atti del procedimento le relazioni di Modenatur soc. cons. a r.l. afferenti alle attività svolte fino al 31/07/2025 e a quelle svolte dall'01/08/2025 fino al 31/10/2025.

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. 2449 del 20/12/2024.

È quindi possibile procedere alla liquidazione del compenso spettante all'impresa, avendone verificato la regolarità contributiva (come da DURC allegato), dietro emissione da parte della stessa delle relative fatture, con riferimento alle seguenti tranches di pagamento:

- prima tranne 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 tranne 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. 540 del 17/03/2025 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. 231/2025, subimpegno 798/2025, del PEG 2025-2027, annualità 2025.

Il responsabile del procedimento è il sottoscritto Dirigente del Servizio Affari generali e Polizia provinciale, Promozione e Qualificazione turistica del territorio dell'Area Amministrativa della Provincia di Modena.

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@levida.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 con P.G. n. 39754 del 17/11/2025 e n. 40830 del 25/11/2025, rispettivamente afferenti alle attività svolte fino al 31/07/2025 e a quelle svolte dall'01/08/2025 fino al 31/10/2025, 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. 2449 del 20/12/2024;

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. IVA 02374350367**, avendone verificato la regolarità contributiva (come da DURC allegato), dietro emissione da parte della stessa delle relative fatture, con riferimento alle seguenti tranches di pagamento:

- prima tranne 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 tranne 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 dare atto che i suddetti importi trovano copertura nell'ambito dell'impegno precedente, di cui alla determina n. 540 del 17/03/2025 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. 231/2025, subimpegno 798/2025, del PEG 2025-2027, annualità 2025;
- 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
GOZZOLI LUCA

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

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

**PROGRAMMA DI PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE 2025 DEL TERRITORIO TURISTICO
BOLOGNA-MODENA - SERVIZI DI PROMOZIONE E MARKETING TURISTICO FINALIZZATI
ALL'ATTUAZIONE DELLE ATTIVITÀ DI COMPETENZA DELLA PROVINCIA DI MODENA
CUP G99I24001090002- CIG B5309481E3**

RELAZIONE

Azioni svolte dal 19.03.2025 al 31.07.2025

Indice	Pagina
Premessa	1
2.6.1 Identità visiva e supporti di comunicazione	2
2.6.2 Press, Creator e influenzatori	2
2.7.1 Siti web, canali social e newsletter	17
2.7.2 E-commerce	17
2.7.3 Campagne promozionali	18
2.8.1 Sviluppo prodotti	18
2.8.2 Eventi di settore	19
2.8.3 Supporto agli organizzatori di eventi del territorio	23
2.8.4 Fam trip	24
2.8.5 Azioni promo-commerciali turismo sportivo-outdoor	27

Premessa

Illustriamo di seguito le attività che abbiamo realizzato dall'affidamento al 31 luglio 2025.

Durante l'intero periodo di attività abbiamo realizzato diverse azioni di carattere trasversale, funzionali allo sviluppo del piano di promo-commercializzazione. In particolare, sono stati organizzati incontri con la Provincia di Modena e con la Consulta del Turismo, oltre alla partecipazione ai tavoli di lavoro dell'Ufficio Unico del Territorio Turistico Bologna–Modena. Sono stati inoltre mantenuti costanti momenti di confronto con la DMO di Bologna, con i referenti dei Comuni e degli IAT, nonché con operatori e soggetti privati del settore. Le attività sono state accompagnate da un continuo monitoraggio delle azioni intraprese.

Mercati

Nell'individuazione e selezione dei mercati di riferimento e nella pianificazione delle azioni di promo-commercializzazione che abbiamo effettuato, abbiamo tenuto in considerazione:

- I mercati target, gli ambiti territoriali e le linee di prodotto indicate nel PPCT 2025
- 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 i seguenti:

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, Regno Unito, Spagna, Francia, Paesi Scandinavi, Polonia, Paesi Bassi e Svizzera

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

Mercati internazionali di medio-lungo raggio

USA, Giappone, Corea, Brasile, Emirati Arabi

Prodotti: Cultura; Food&Wine; Special Interest-Motori; Special Interest-Musica; MICE; Luxury.

2.6.1 Identità visiva e supporti di comunicazione

Obiettivo: veicolare l'offerta del Territorio Turistico Bologna-Modena, su supporti dedicati B2B e B2C. Creazione di elementi di immagine coordinata per il Territorio Turistico Bologna-Modena.

Sono stati realizzati e sono in corso di realizzazione diversi materiali a supporto della partecipazione a fiere e workshop sia digitali che cartacei e per la promozione dei prodotti e rassegne di esperienze.

L'elenco dettagliato sarà fornito nella relazione finale.

2.6.2 Press, creator e influenzatori

Obiettivo: aumentare la visibilità e l'attrattività del Territorio Turistico Bologna-Modena attraverso collaborazioni mirate con media tradizionali, creator digitali e influenzatori, per promuovere le esperienze uniche e autentiche del territorio sia a livello nazionale che internazionale.

Nel corso del 2025 è stato attuato un ampio programma di attività di promozione e comunicazione, mirato a valorizzare l'offerta turistica del territorio e ad accrescerne la riconoscibilità sui mercati nazionali e internazionali.

Dal momento dell'assegnazione fino al 31 luglio 2025 abbiamo realizzato quattordici press trip e collaborazioni con giornalisti, content creator e influencer, sia italiani che stranieri, accuratamente selezionati per la loro capacità di raccontare in modo efficace i valori e le eccellenze del territorio. Le attività sono state svolte sia in autonomia che in collaborazione con partner pubblici e privati, con l'obiettivo di amplificare la visibilità delle azioni e favorire una promozione integrata e coerente del territorio.

Le iniziative sono state attivate sia a seguito di richieste dirette da parte di operatori dell'informazione o dei media digitali interessati a creare contenuti dedicati a Modena, sia nell'ambito di progetti di co-marketing o collaborazioni promosse da APT Servizi e da altri enti.

I temi affrontati all'interno dei programmi di visita hanno riguardato i principali ambiti strategici individuati nel PPCT 2025: City Break, Outdoor, Arte e Cultura, Motori, Food & Wine e Musica. In ogni occasione di contatto, indipendentemente dal focus specifico della visita o dalle preferenze del singolo ospite, è stata garantita una presentazione completa dell'offerta turistica dell'area Bologna-Modena, valorizzandone la varietà, l'accessibilità e le molteplici connessioni tematiche.

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
1	TV Argentina "Resto del Mundo"	19/03/2025	21/03/2025	Ester - Argentina
2	Creator "Chi mi ama mi segua"	23/03/2025	23/03/2025	Italia
3	Kinya Claiborne	30/03/2025	02/04/2025	Ester - USA
4	Alessandra Ciuffo	01/04/2025	04/04/2025	Ester - USA
5	Places to Love - sopralluogo	30/04/2025	01/05/2025	Ester - USA
6	Martin Lichtenberg - Routard	18/05/2025	20/05/2025	Ester - Francia
7	Press Trip Romea Strata	18/05/2025	21/05/2025	Italia
8	Melody Wren	22/05/2025	25/05/2025	Ester - Canada
9	Press trip Motor Valley Fest	05/06/2025	08/06/2025	Ester - USA
10	Places to Love - riprese	11/06/2025	13/06/2025	Ester - USA
11	Grossi e Tagini – DOVE Magazine	09/07/2025	11/07/2025	Italia
12	Jeremy Taylor	11/07/2025	14/07/2025	Ester - UK
13	Olga Valentin	12/07/2025	14/07/2025	Ester - Canada
14	Antonio Oleari – DOVE Magazine	30/07/2025	02/08/2025	Italia

19/03/2025 – 21/03/2025

TV Argentina "Resto del Mundo"

<https://www.eltrecetv.com.ar/resto-del-mundo/>

Troupe del canale TV Argentino El Trece, per il programma "Resto del Mundo"

Descrizione: Abbiamo assistito una troupe argentina che ci ha contattati in qualità di DMO perché intenzionata a girare a Modena un episodio del programma "El Resto del Mundo". Si tratta di una piattaforma di contenuti a 360° dedicata ai viaggi e al lifestyle, con oltre 22 anni di esperienza. Il progetto è nato come un programma televisivo su *El Trece*, il canale leader in Argentina, ed è cresciuto fino a diventare una comunità digitale con una forte presenza

sui social media. L'obiettivo del programma è raccontare storie di città per far innamorare il pubblico e ispirarlo a visitare quei luoghi.

La troupe era composta da tre persone - host, produttore e cameraman - che hanno pernottato 2 notti a Modena. Per questo progetto, abbiamo organizzato e seguito personalmente un intenso programma di riprese a Modena e nei dintorni, dedicato alla scoperta delle eccellenze del territorio.

Durante la prima giornata, abbiamo accompagnato in un percorso di riprese nel cuore del centro storico. Hanno visitato i Musei del Duomo e realizzato immagini e interviste presso il sito UNESCO di Modena, che comprende la Cattedrale, Piazza Grande e la Torre Ghirlandina. Nel pomeriggio, il gruppo si è spostato alla fabbrica e museo Pagani, dove ha realizzato un'intervista esclusiva con Horacio Pagani, fondatore della celebre casa automobilistica.

Il giorno successivo, le riprese sono iniziate presso un caseificio di Parmigiano Reggiano DOP, dove la troupe ha potuto documentare le varie fasi della produzione di questo prodotto simbolo dell'Emilia-Romagna. A seguire, abbiamo organizzato una visita e un servizio presso la Casa Museo Luciano Pavarotti, per raccontare la figura del grande tenore modenese.

Nel pomeriggio, la troupe ha proseguito con le riprese in una cantina di Lambrusco DOC a Castelvetro, dove ha incontrato i produttori e degustato diverse etichette, per poi concludere la giornata al Museo del Balsamico Tradizionale di Spilamberto, dedicando spazio alla tradizione e al valore culturale di questo prodotto d'eccellenza.

L'ultima giornata è stata invece dedicata al mondo dei motori. La troupe ha raccontato la Motor Valley modenese, con visite e riprese presso di un'esperienza di test drive, oltre alla visita del Museo Ferrari di Maranello, del Museo Stanguellini e del Museo Enzo Ferrari di Modena, dove la troupe ha incontrato il direttore Michele Pignatti per un'intervista sulla nuova mostra "Supercars".

Risultati: In seguito a questi tre giorni di riprese, è stato prodotto un episodio della durata di circa 40/45 minuti dedicato alla cultura, la storia, la gastronomia e tutto ciò che rende unica Modena, andato in onda in Sud America il 10/05/2025 e ora disponibile su YouTube. Inoltre, la troupe ha prodotto contenuti social sia durante le riprese che dopo la messa in onda, che abbiamo ricondiviso sui nostri canali.

- <https://www.youtube.com/watch?v=ktFwzVLVMQY>
- <https://www.instagram.com/restodelmundo13/>

23/03/2025

Ilaria di Michelangeli

@chimiamamisegua.it

Content creator italiana

Descrizione: Abbiamo collaborato con APT per la realizzazione di un contenuto della creator e travel content producer Ilaria Di Michelangeli, conosciuta online come @chimiamamisegua.it, nell'ambito di un progetto promosso da APT Servizi Emilia-Romagna, dedicato alla valorizzazione della città di Modena attraverso contenuti digitali di viaggio.

L'obiettivo del progetto era la realizzazione di un reel e di una videoguida dal titolo "Modena in 10 tappe", pensata come itinerario giornaliero a piedi per scoprire in modo autentico e accessibile le principali attrazioni della città.

Abbiamo supportato APT nell'organizzazione e nella logistica della giornata, coordinando prenotazioni e ingressi gratuiti ai siti a pagamento, per facilitare le riprese nei punti chiave del percorso. L'itinerario seguito da Ilaria e le sue figlie è stato pensato per essere adatto a famiglie con bambini, comodo da replicare a partire dall'arrivo a Modena in treno e spostandosi poi unicamente a piedi. Il percorso ha incluso Piazza della Pomposa con il murale di Ericailcane, una colazione con vista sul Palazzo Ducale e una sosta all'Ufficio Turistico di Piazza Grande. La giornata è proseguita con la salita alla Torre Ghirlandina, la visita alla Preda Ringadora, un tour guidato al Palazzo Ducale, un pranzo tipico con tortellini e gnocco fritto, la scoperta del Duomo di Modena con le sue curiosità e simboli nascosti, una degustazione di Aceto Balsamico Tradizionale D.O.P. all'Acetaia Comunale e la visita al Museo della Figurina con la sua ricca collezione.

Risultati: In seguito alla visita, la creator ha pubblicato un reel sul proprio canale Instagram <https://www.instagram.com/chimiamamisegua.it/>, in collaborazione con i profili di @inemiliaromagna e @visitmodena: <https://www.instagram.com/reel/DHIGfYMXHX/>

Il contenuto ha avuto un grandissimo successo, raggiungendo 217.089 visualizzazioni, 161.610 account unici, 5.800 like e 3.800 persone che hanno salvato il contenuto, a dimostrazione dell'interesse generato e dell'efficacia nel promuovere Modena come meta turistica attraverso contenuti digitali facilmente fruibili e replicabili. Il video ha raccontato in modo dinamico e coinvolgente l'essenza di Modena, mettendo in luce il suo patrimonio artistico, gastronomico e culturale, e offrendo al pubblico digitale un itinerario facilmente replicabile per vivere la città a piedi in una sola giornata.

30/03/2025 – 02/04/2025

Kinya Claiborne

<https://styleandsociety.com>

Giornalista americana, influencer e editor in chief del magazine online Style & Society magazine

Descrizione: Abbiamo organizzato tre giorni di press trip per la giornalista e content creator americana Kinya Claiborne, che abbiamo conosciuto durante l'evento che abbiamo organizzato al Petersen Museum di Los Angeles a novembre 2024, al quale erano stati invitati giornalisti e tour operator ai quali abbiamo presentato il Territorio Turistico Bologna-Modena. Nell'ambito del suo interesse verso la nostra regione, Kinya ci ha contattati mostrando interesse per svolgere un'esperienza di press trip per conoscere da vicino la nostra destinazione. Nell'organizzazione di questo tour, abbiamo dunque collaborato con l'APT Servizi regionale e con l'ufficio stampa del gruppo Francescana Family, per organizzare un itinerario che racchiudesse le eccellenze del territorio.

Il programma delle visite si è svolto nel seguente modo: la giornalista Kinya è arrivata a Modena domenica 30 marzo, dove l'abbiamo accolta con una cena in una osteria tradizionale nel cuore del centro storico.

Il giorno successivo, l'itinerario ha previsto una visita guidata al centro di Modena, con una tappa al Mercato Albinelli per scoprire i prodotti tipici locali e una sosta presso il sito UNESCO della città, in particolare al Duomo. A seguire, Kinya ha visitato *Tortellante*, un progetto sociale fondato da Massimo Bottura e Lara Gilmore, che coinvolge giovani con autismo nella preparazione artigianale dei tortellini sotto la guida delle redazioni modenesi. Dopo una visita al laboratorio, è stato offerto il pranzo a base di tortellini preparati dai ragazzi. Nel pomeriggio la giornalista ha partecipato ad un laboratorio artigianale presso *La Vacchetta Grassa*, dove ha realizzato un portachiavi a forma di tortellino utilizzando tecniche tradizionali di lavorazione del cuoio. Successivamente, ha visitato una cantina specializzata nella produzione di Lambrusco di Sorbara. La giornata è proseguita con una visita all'Autodromo di Modena.

Il giorno successivo, l'ospite ha visitato un caseificio per scoprire il processo di produzione del Parmigiano Reggiano e degustarne le diverse stagionature. A seguire, ha pranzato al ristorante *Cavallino*, ospite di Francescana Family. Nel pomeriggio, Kinya ha visitato il Museo Ferrari di Maranello, immergendosi nella storia del Cavallino Rampante, per poi spostarsi a Casa Maria Luigia, dove era attesa come ospite da Massimo Bottura e sua moglie Lara Gilmore. Qui, Claiborne ha potuto scoprire la struttura, la collezione d'arte e una tradizionale acetaia per la produzione di Aceto Balsamico Tradizionale di Modena. L'esperienza si è conclusa con una cena esclusiva presso *Francescana at Maria Luigia*, con un menu degustazione che ripercorre i piatti iconici dell'Osteria Francescana. Il giorno seguente, dopo il check-out, Kinya ha proseguito il suo viaggio in regione verso Ravenna.

Risultati: In seguito al press trip modenese, Kinya Claiborne ha realizzato un articolo, pubblicato il 18/05/2025 sul suo magazine online Style & Society e diversi contenuti social pubblicati sul suo profilo Instagram:

- <https://styleandsociety.com/2025/05/18/emilia-romagna/>
- <https://www.instagram.com/kinyaclaiborne/>

01/04/2025 – 04/04/2025

Alessandra Ciuffo

<https://alessandraciuffo.com/>

Food influencer e content creator americana

Descrizione: Abbiamo organizzato in collaborazione con APT tre giorni di press trip per la giovane chef, food influencer e content creator americana Alessandra Ciuffo. Si tratta di un contatto molto interessante nato indirettamente da un evento che abbiamo svolto a New York nel 2023 nell'ambito dell'attività DMO. Alessandra Ciuffo ha più di 2.000.000 di followers tra le varie piattaforme e un target food/lifestyle/travel. La sua permanenza a Modena ha rappresentato un'importante occasione di visibilità per il nostro territorio.

Il press trip è iniziato con un tour guidato del centro storico di Modena: l'itinerario ha incluso in particolare una tappa presso il sito UNESCO e una sosta al Mercato Albinelli, punto di riferimento della tradizione gastronomica locale e di grande interesse per la food influencer. Durante la passeggiata è stato previsto anche un pranzo in un locale tradizionale del centro. Nel primo pomeriggio, l'ospite ha partecipato ad un laboratorio artigianale presso una

bottega del centro storico, dove ha realizzato un portachiavi in cuoio a forma di tortellino, seguendo le antiche tecniche di lavorazione della pelle.

Successivamente, ha raggiunto in autonomia Casa Maria Luigia dove è stata accolta per una visita della struttura e dell'acetaia per la produzione di aceto balsamico tradizionale.

Il giorno seguente, il programma è proseguito a Maranello con la visita guidata al Museo Ferrari, dedicato alla storia e all'innovazione del celebre marchio automobilistico. Nel pomeriggio l'ospite ha partecipato ad una cooking class presso una tenuta agricola storica della zona, specializzata nella produzione sostenibile di aceto balsamico, vini e lavanda autoctona. Il laboratorio è stato condotto dallo chef Stefano Corghi.

La mattina seguente, l'ospite è stata accompagnata presso un caseificio tradizionale della provincia di Modena per una visita guidata sul processo di produzione del Parmigiano Reggiano, seguita da una degustazione. Successivamente, ha partecipato a una visita e degustazione presso una storica azienda vinicola produttrice di Lambrusco. Nel primo pomeriggio ha raggiunto il centro storico di Bologna, dove ha svolto una visita guidata a piedi, con tappa presso l'Ufficio del Turismo e salita alla Torre dell'Orologio. Questa attività è stata realizzata in collaborazione con Bologna Welcome.

Infine, l'ospite ha raggiunto una struttura alberghiera a Fiorano Modenese, dove ha cenato presso il ristorante "ALTO", recentemente insignito della stella Michelin.

Risultati: Durante il press trip nel territorio modenese e bolognese, Alessandra Ciuffo ha realizzato diversi contenuti per i canali social che hanno raccontato in maniera accattivante il viaggio, le esperienze vissute e i prodotti scoperti:

- <https://www.instagram.com/p/DIPiysasBVg/?hl=en>
- <https://www.instagram.com/p/DltvI7s-mh/?hl=en>
- https://www.instagram.com/p/DIHq7tMT49/?hl=en&img_index=20

30/04/2025 – 01/05/2025

TV Americana "Places to Love" - Sopralluogo

<https://www.pbs.org/show/samantha-browns-places-love/>

Troupe TV americana del programma Samantha Brown's Places to Love, della PBS

Descrizione: Abbiamo supportato una troupe televisiva americana che ha girato a Modena un episodio del programma *Places to Love*, condotto da Samantha Brown sulla PBS. La produzione voleva realizzare una puntata del programma dedicata a Modena e Bologna, della durata complessiva di 26 minuti, dedicata al tema *Travel*. Per quanto riguarda la parte modenese, erano interessati in particolare a raccontare la Motor Valley e la sua storia e le eccellenze enogastronomiche del territorio, quali il Parmigiano Reggiano e il Lambrusco.

Il contatto è pervenuto da APT Servizi, con la quale abbiamo deciso di sostenere l'iniziativa in co-marketing trattandosi di un'operazione molto onerosa ma di grande valore mediatico. Come Modenatur, abbiamo coperto tutte le spese relative al sopralluogo in qualità di DMO. Il primo step di questo progetto è consistito nel sopralluogo svolto dall'executive producer del programma, Kevin O'Leary, per visitare di persona i luoghi e definire temi e località da includere nelle riprese. La site inspection si è svolta in due giornate, 31 aprile e 1 maggio,

durante le quali abbiamo ospitato e accompagnato il produttore a visitare i luoghi di interesse a Modena e dintorni, supportandolo nella definizione del programma di riprese.

18/05/2025 – 20/05/2025

Martin Lichtenberg

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

Giornalista francese della Guide Routard

Descrizione: Abbiamo supportato APT nell'organizzazione di un press trip per il giornalista francese Martin Lichtenberg, in viaggio a Modena per aggiornare la sezione dedicata a Modena della celebre guida di viaggi internazionale *Routard*. In qualità di DMO ci siamo occupati principalmente dell'organizzazione del soggiorno e delle attività sul territorio. Abbiamo riservato per l'ospite un alloggio di due notti in un hotel storico a quattro stelle nel centro città, per permettergli di vivere appieno l'atmosfera di Modena. Abbiamo inoltre organizzato e offerto un tour guidato del centro storico, con tappa nei principali luoghi d'interesse, come la Cattedrale, la Torre Ghirlandina e Piazza Grande. Durante il soggiorno, il giornalista ha partecipato anche ad una visita in acetaia, per approfondire la conoscenza del balsamico tradizionale di Modena, uno dei prodotti più rappresentativi del territorio. Abbiamo infine fornito supporto informativo per la stesura della guida, condividendo informazioni aggiornate relative ai principali punti di interesse e ai servizi turistici locali, come il noleggio biciclette e altre attività utili ai visitatori.

Risultati: Il press trip svolto porterà all'aggiornamento della sezione dedicata a Modena della Guide Routard, che verrà pubblicata nel 2026.

18/05/2025 – 21/05/2025

Press trip Romea Strata

Giornalisti italiani

Descrizione: Abbiamo organizzato un press trip di quattro giorni per promuovere la Via Romea Strata nel territorio modenese, in collaborazione e co-marketing con *Romea Strata*, in vista del Giubileo 2025. L'obiettivo era valorizzare il tratto locale del cammino, mettendo in risalto il suo patrimonio storico, spirituale e naturalistico, con particolare attenzione ai borghi dell'Appennino Modenese.

In particolare, ci siamo concentrati sulla valorizzazione dei luoghi di distribuzione del "Miliarium", come l'Abbazia di Nonantola e il Convento delle Clarisse del Monastero di Santa Chiara a Fanano, entrambi punti di riferimento spirituale e culturale per i pellegrini. Il Miliarium, iniziativa legata al Giubileo, è un riconoscimento simbolico che celebra il passaggio del pellegrino in una delle tappe giubilari della Via Romea Strata: ogni luogo ne possiede uno proprio, consegnato come adesivo da applicare alla credenziale del pellegrino. Il viaggio, finanziato da *Romea Strata* con il supporto della DMO, ha permesso di far conoscere il valore del cammino come esperienza di turismo lento e sostenibile, e di rafforzare la rete di collaborazioni sul territorio. I giornalisti e le operatrici sono stati accompagnati da una Guida Ambientale Escursionistica e dalla referente outdoor di Modenatur, che ha curato l'organizzazione e i rapporti con le realtà locali.

Al viaggio stampa hanno partecipato Nicola Antonello (giornalista per *La Prealpina*), Elena Usai (giornalista per *Sì Viaggia* e travel blogger come *Una Elena Errante*), i video reporter Giuseppe Angileri e Alessandro Lanza per *TV2000*, Klementina Koren (referente stampa Romea Strata), Viola Gaudiano (Project Manager Romea Strata) e Laura Mastri (referente outdoor per Modenatur).

Il tour è iniziato il 18 maggio con una giornata dedicata alla scoperta di Modena e Nonantola. Dopo una visita ai Tesori del Duomo (Duomo, Sagrestia e Musei del Duomo), i giornalisti si sono spostati all'Abbazia di Nonantola e al Museo Benedettino-Diocesano, per poi fare tappa al Parco dei Sassi di Rocciamalatina con una breve sosta panoramica alla Pieve di Trebbio. La giornata si è conclusa con cena e pernottamento a Zocca.

Il 19 maggio, da Querciola a Fanano, si è svolto un trekking di circa 11 km che ha permesso ai partecipanti di scoprire alcuni borghi caratteristici dell'Appennino modenese, come Rocca Corneta e Trignano, con visita al Museo della Linea Gotica e al museo dedicato a Felix Pedroni. Dopo un pranzo al sacco lungo il percorso, il gruppo è arrivato a Fanano, dove ha visitato il centro storico, il Convento delle Clarisse e la Pieve di San Silvestro, concludendo la giornata con cena e pernottamento in un hotel della zona.

Il 20 maggio è stato dedicato all'alta montagna, con una salita da Ospitale al Rifugio Capanno Tassoni e alla Croce Arcana. In serata, i partecipanti hanno incontrato l'associazione "Mattiinvalle", che ha presentato il progetto locale "Nebbia all'Alpe", seguito da cena e pernottamento al Capanno Tassoni.

L'ultima giornata, il 21 maggio, è stata riservata a incontri di confronto e approfondimento con i giornalisti per definire i principali messaggi da comunicare, prima del pranzo conviviale con i volontari della Romea Strata presso l'Ospitale di San Bartolomeo di Spilamberto. Il press trip si è concluso nel pomeriggio con il rientro a Modena e la partenza dei partecipanti. Durante il viaggio abbiamo curato il coordinamento logistico, l'assistenza ai giornalisti e la valorizzazione delle realtà coinvolte, in particolare dei borghi dell'Appennino modenese. Risultati: L'iniziativa ha generato ricadute mediatiche significative, tra cui un articolo pubblicato su *La Prealpina* (19 giugno) e un servizio firmato da Elena Usai su *Sì Viaggia*, consultabile al seguente link: <https://siviaggia.it/cammini/cammino-romea-strata-italia/533258/>

22/05/2025 – 25/05/2025

Melody Wren

Travel Life Magazine

Giornalista canadese

Descrizione: Abbiamo organizzato tre giorni di press trip per Melody Wren, giornalista canadese in viaggio nella Motor Valley per scrivere un articolo per *Travel Life Magazine* importante pubblicazione canadese, accompagnata dal marito e fotografo. Il contatto è pervenuto da APT Servizi, con il quale abbiamo sostenuto l'attività in co-marketing, coprendo come DMO i costi del tour, ad eccezione di una notte di soggiorno in hotel e alcuni servizi transfer sostenuti da APT.

Nel corso del soggiorno, l'ospite ha preso parte a un articolato programma di visite ed esperienze volte a valorizzare le eccellenze culturali, enogastronomiche e motoristiche del territorio modenese.

Le attività sono iniziate con l'arrivo nell'area di Modena, dove è stata accolta con una visita guidata alla Casa Museo Luciano Pavarotti, luogo simbolo che racconta la vita e la carriera del celebre tenore. In seguito, ha partecipato a una cooking class presso una storica acetaia, affiancata dallo chef Stefano Corghi, all'interno di una suggestiva tenuta agricola immersa nella campagna modenese. L'esperienza ha permesso di approfondire la produzione dell'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena e di sperimentare in prima persona la cucina locale. Non è mancato l'approfondimento sul tema della Motor Valley: la giornalista ha visitato il Museo Ferrari di Maranello e ha avuto l'opportunità di vivere l'emozione di un test drive all'Autodromo di Modena. Il percorso è proseguito con un tour esclusivo presso il museo e lo stabilimento della Pagani Automobili, rinomata per la produzione artigianale di supercar di lusso.

L'itinerario ha incluso anche una visita guidata del centro storico di Modena, con tappa ai principali luoghi di interesse, tra cui il sito UNESCO del Duomo e il Mercato Storico Albinelli, dove si è svolto un pranzo informale tra i banchi delle eccellenze gastronomiche locali. La visita è stata arricchita da un momento di degustazione presso una cantina produttrice di Lambrusco, con focus sulle denominazioni DOP del territorio.

A completamento del programma, è stata proposta una visita a un caseificio per scoprire i segreti della produzione del Parmigiano Reggiano. Il soggiorno ha lasciato anche spazio per esplorazioni individuali, con suggerimenti di visita al Museo Enzo Ferrari e alla Galleria Estense.

L'ospitalità è stata garantita in strutture ricettive di alta qualità, con alcuni momenti conviviali offerti da Modenatur e dai partner coinvolti, tra cui una cena presso un ristorante selezionato del centro città. Il programma si è concluso con il trasferimento all'aeroporto di Bologna per il rientro.

Risultati: copertura del viaggio stampa tramite contenuti sui canali social della giornalista @melodywrentravel, oltre alla pubblicazione prevista per *Travel Life Magazine*:

- <https://www.instagram.com/p/DKXLaJwRocg/>
- <https://www.instagram.com/p/DKuIOWzx5q1/>
- <https://www.instagram.com/p/DLFWJzWxzT0/>

03/06/2025 – 08/06/2025

Press trip Motor Valley Fest

Giornalisti stranieri

Descrizione: In occasione del Motor Valley Fest 2025, abbiamo collaborato con APT per organizzazione di un articolato press trip dedicato a un gruppo di giornalisti internazionali provenienti dal Nord America e dagli Emirati Arabi Uniti, con l'obiettivo di far scoprire loro le eccellenze motoristiche, gastronomiche e culturali dell'Emilia-Romagna.

Il programma ha avuto inizio il 3 giugno a Parma, dove i partecipanti hanno svolto un tour guidato del centro storico di Parma, e in seguito hanno cenato presso un ristorante con un menù dedicato alle specialità locali.

La giornata successiva è stata interamente dedicata alla scoperta delle eccellenze enogastronomiche e culturali del territorio parmense. I giornalisti hanno visitato un caseificio di Parmigiano Reggiano DOP, dove hanno assistito alla produzione e partecipato a una degustazione guidata, seguita da una tappa al suggestivo Castello di Torrechiara e da un pranzo presso la Taverna del Castello. Nel pomeriggio, il gruppo si è trasferito alla Dallara Academy, dove ha approfondito la storia e l'innovazione legate al mondo dell'ingegneria automobilistica, per poi rientrare a Parma per una cena informale in pizzeria.

Il 5 giugno i giornalisti si sono spostati a Modena, cuore pulsante della Motor Valley. La giornata è iniziata con un test drive presso l'Autodromo di Modena, seguito da una visita e pranzo ad una Acetaia nella bassa pianura modenese, dove hanno potuto conoscere la tradizione dell'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena DOP. Nel pomeriggio, il programma ha previsto una serie di tappe dedicate al mondo dei motori, tra cui il Museo Lamborghini e l'Antica Cantina Gavioli che ospita una collezione privata di memorabilia legati alla Formula1, prima del check-in presso un hotel a Modena. In serata, i partecipanti hanno preso parte all'evento ufficiale di apertura del Motor Valley Fest, svoltosi nella campagna modenese.

Il 6 giugno, la giornata è stata interamente dedicata alle grandi icone dell'automobilismo modenese. Dopo la visita alla fabbrica e al museo Ferrari di Maranello, seguita da un pranzo presso lo storico ristorante Cavallino, parte del gruppo ha proseguito verso Pagani Automobili, per un approfondimento sul design e l'artigianalità che contraddistinguono il marchio. La giornata si è conclusa con una passeggiata guidata nel centro storico di Modena, tra i siti UNESCO e i luoghi legati alla storia di Enzo Ferrari, e con una cena presso un ristorante in centro storico.

Il costo dell'intero press trip + stato sostenuto da APT Servizi, mentre come Modenatur in qualità di DMO abbiamo curato l'organizzazione logistica, le prenotazioni, i contatti con le aziende e i produttori, e il coordinamento con guide e autisti, garantendo un'esperienza fluida e di alto livello. L'iniziativa ha contribuito a rafforzare la visibilità internazionale del territorio modenese e dell'Emilia-Romagna, mettendo in risalto il legame unico tra motori, cultura e gastronomia che caratterizza la Motor Valley.

11/06/2025 – 12/06/2025

TV Americana “Places to Love” - Riprese

<https://www.pbs.org/show/samantha-browns-places-love/>

Troupe TV americana del programma Samantha Brown's Places to Love, della PBS

Descrizione: A seguito del sopralluogo svolto il 31 aprile e 1° maggio e sopra descritto, il team di produzione del programma TV *Samantha Brown's Places to Love* ha definito il programma delle riprese e ci ha ricontattati per ricevere supporto nell'organizzazione delle riprese. Come DMO – e in collaborazione con APT Servizi - ci siamo dunque occupati di organizzare le riprese, contattando le varie realtà coinvolte e definendo insieme a loro i dettagli delle riprese. Ci siamo inoltre fatti carico - sia a livello organizzativo che economico – degli aspetti logistici, quali il pernottamento della troupe e la gestione dei vari spostamenti della troupe, con particolare attenzione per il trasporto dell'attrezzatura tecnica e permessi di circolazione.

La troupe era composta da 8 persone tra tecnici, registi e presentatrice, e ha pernottato 2 notti in centro a Modena, dall'11 al 13 giugno. Infatti, dopo due giorni di riprese nel territorio bolognese curate da Bologna Welcome, la troupe si è spostata nel territorio modenese e qui ha iniziato la seconda parte del suo racconto. Le riprese nel territorio modenese sono iniziate al caseificio di Parmigiano Reggiano a Castelnuovo Rangone. Qui la troupe ha documentato l'intero processo di produzione del celebre formaggio, accompagnata da una guida specializzata e dal responsabile stampa della struttura. Durante la visita, sono state realizzate riprese dell'impianto e alcune scene dimostrative, tra cui l'apertura di una forma e la verifica della qualità con il tradizionale martelletto. In seguito, le attività si sono spostate alla Casa Museo Luciano Pavarotti, dove è stato possibile realizzare un'intervista e un tour guidato con Nicoletta Mantovani, per raccontare la vita e l'eredità artistica del Maestro. La pausa pranzo si è svolta al ristorante Europa 92, noto per aver ospitato spesso Pavarotti e per proporre alcuni dei suoi piatti preferiti, che la troupe ha voluto includere nel racconto. Il pomeriggio è stato invece dedicato all'enogastronomia con la visita alla Cantina Paltrinieri di Sorbara, dove la troupe ha incontrato il proprietario Alberto e la figlia Cecilia per un approfondimento sulla storia del Lambrusco, la sua produzione e le prospettive future. La mattina successiva ha visto la troupe impegnata presso il Museo Stanguellini, con un'intervista a Francesca Stanguellini e un tour dedicato alla storia di questo marchio automobilistico modenese. Al termine della visita, Francesca ha accompagnato la presentatrice Samantha in un'esperienza suggestiva: un breve tragitto in auto d'epoca attraverso la campagna modenese in direzione della Tenuta del Cigno, della famiglia Malpighi. Qui infatti, dopo una breve pausa pranzo, si è svolta la visita all'Acetaia, con l'incontro con il fondatore Ermes Malpighi e il suo braccio destro Massimiliano. Durante le riprese, sono stati illustrati i metodi di produzione dell'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena e la storia della famiglia, concludendo con una degustazione di diverse varietà del prodotto, dall'IGP all'affinato fino all'assaggio di un aceto balsamico tradizionale di Modena extra vecchio DOP, e a seguire riprese all'aperto tra i vigneti. La giornata si è conclusa con alcune immagini di copertura realizzate nel centro storico di Modena, con riprese della

conduttrice Samantha mentre passeggiava e per le vie del centro, degustando un buon gelato.

Risultati: La puntata dedicata a Modena e Bologna andrà in onda sulla PBS nel 2026.

09/07/2025 – 11/07/2025

Mariella Grossi e Giovanni Tagini

<https://viaggi.corriere.it/>

Giornalista e fotografo italiani del magazine DOVE del Corriere della Sera

Descrizione: Su indicazione di APT Servizi, abbiamo ospitato a Modena la giornalista Mariella Grossi, accompagnata dal fotografo Giovanni Tagini, per realizzare un servizio pubblicato sul numero di settembre di *DOVE*, dedicato ai nuovi poli culturali della città, tra cui l'AGO e l'ex Ospedale Sant'Agostino. Abbiamo organizzato il soggiorno in una struttura di qualità nel centro storico, dove i giornalisti hanno potuto vivere l'atmosfera locale. Abbiamo anche coordinato i pasti in ristoranti selezionati per la loro offerta gastronomica e la suggestiva ambientazione, permettendo a Mariella e Giovanni di raccontare Modena attraverso luoghi e sapori autentici. In collaborazione con APT Servizi, li abbiamo supportati nell'organizzazione dell'intero itinerario, fornendo informazioni pratiche e logistiche, così da assicurare una visita completa e ben strutturata, in grado di valorizzare sia i poli culturali sia l'esperienza turistica della città.

Risultato: A questo press trip seguirà la pubblicazione di un articolo sul magazine *DOVE*

11/07/2025 – 14/07/2025

Jeremy Taylor

Country & Town House

Giornalista inglese

Descrizione: Abbiamo collaborato con APT Servizi all'organizzazione di un press trip per il giornalista inglese Jeremy Taylor, che scrive per il magazine *Country & Town House*. Il costo del progetto è stato sostenuto da Modenatur in qualità di DMO, in co-marketing con APT Servizi per quanto ha riguardato il pernottamento degli ospiti. Il tour del giornalista Taylor ha avuto inizio a Casa Maria Luigia, dove ha soggiornato per una notte insieme alla moglie come ospite della Francescana Family. La giornata seguente è stata dedicata in parte al relax nella stessa struttura, con colazione e pranzo, per poi proseguire nel pomeriggio con una visita ad una Acetaia della zona, dove il giornalista ha potuto conoscere da vicino le tecniche di produzione dell'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena. In serata, il pernottamento è stato previsto presso un Hotel 4**** nei dintorni di Modena.

La domenica pomeriggio i due ospiti hanno preso parte ad una visita guidata del centro storico di Modena, per conoscere il patrimonio artistico e culturale della città. Il tour si è concluso con una cena in un ristorante tradizionale e pernottamento presso la stessa struttura della notte precedente.

12/07/2025 – 14/07/2025

Olga Valentin

<https://minijetsetter.com/>

Content Creator canadese

Descrizione: Abbiamo organizzato due giorni di press trip in collaborazione con APT Servizi per Olga Valentin, content creator canadese con focus principalmente su viaggi in famiglia. La creator ha viaggiato in Emilia Romagna insieme alla sua famiglia, composta da marito e figli di 4 e 6 anni, e ha trascorso un weekend a Modena nell'ambito di un viaggio dedicato alla scoperta delle eccellenze culturali, gastronomiche e motoristiche del territorio.

L'esperienza ha avuto inizio il 12 luglio, con l'arrivo in città e il check-in presso un Hotel 4**** storico del centro. Nel pomeriggio, la famiglia ha preso parte a una visita guidata privata del centro storico di Modena, che ha condotto i partecipanti alla scoperta dei principali luoghi d'interesse, tra cui Piazza Grande, la Cattedrale e la Ghirlandina, patrimonio UNESCO. La serata è poi proseguita con del tempo libero per esplorare la città in autonomia e una cena in centro.

Il giorno seguente è stato dedicato alla scoperta delle tradizioni artigianali e motoristiche modenese. La giornata è iniziata con una visita al Caseificio 4 Madonne, dove Olga e la sua famiglia hanno potuto assistere alle fasi di produzione del Parmigiano Reggiano e partecipare a una degustazione guidata. A seguire, gli ospiti hanno visitato il Museo Enzo Ferrari di Modena, dove è stato offerto un pranzo presso il bistrot interno, e successivamente il Museo Ferrari di Maranello, per un approfondimento sull'eredità e l'innovazione del marchio del Cavallino Rampante. La giornata si è conclusa con del tempo libero e una cena presso il ristorante La Smorfia.

Il 14 luglio, l'itinerario ha previsto una visita al Museo e alla Fabbrica Pagani a San Cesario sul Panaro, dove la content creator ha potuto conoscere da vicino l'artigianalità e la filosofia che caratterizzano le supercar di Horacio Pagani. La tappa successiva è stata un'Acetaia a Castelfranco Emilia, alla scoperta della tradizione dell'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena, accompagnata da un pranzo offerto dai produttori.

Qui si è conclusa la parte modenese del tour, dopo la quale gli ospiti si sono spostati a Bologna, prima di ripartire il giorno dopo verso una nuova regione italiana.

Risultati: A seguito del press trip, la creator ha prodotto diversi contenuti sui canali social, che hanno avuto molto successo - e un articolo sul suo blog. Di seguito i relativi link:

- <https://www.instagram.com/p/DOOXgM3DeUN/>
- <https://minijetsetter.com/blogs/news/emilia-romagna-with-kids>

30/07/2025 – 02/08/2025

Antonio Oleari

<https://viaggi.corriere.it/>

Giornalista italiano del magazine DOVE del Corriere della Sera

Descrizione: Come Modenatur siamo stati contattati da Antonio Oleari, giornalista del magazine DOVE del *Corriere della Sera*, interessato a scrivere un articolo sul Cammino dell'Unione - uno dei percorsi più rappresentativi del turismo lento e sostenibile nel territorio modenese - con uscita prevista nella primavera del 2026.

Modenatur in qualità di DMO ha organizzato un press trip di tre giorni in collaborazione con Giuseppe Leonelli, ideatore del cammino, e l'Unione Terre di Castelli, con l'obiettivo di valorizzare l'esperienza del cammino, le eccellenze locali e l'accoglienza diffusa dei piccoli borghi attraversati.

Durante le tre giornate, il giornalista ha esplorato il tracciato del cammino accompagnato da un rappresentante di Modenatur, guide ambientali e operatori del territorio. Il percorso è partito da Vignola, dove Oleari ha ricevuto la credenziale del pellegrino, per poi toccare Spilamberto, con una tappa all'Ordine del Nocino Modenese, e Castelvetro, con la visita di una cantina e di un'acetaia e al Castello di Levizzano, sede del Museo Rosso Graspa. La giornata si è conclusa nel borgo di Denzano, con un tramonto panoramico e cena presso un B&B, dove è stato ospitato per tutta la durata del viaggio.

Nella seconda giornata il percorso si è concentrato sui luoghi naturalistici e spirituali dell'Appennino Modenese: la Pieve di Trebbio, il Sasso di Sant'Andrea, Montecorone, Castellino delle Formiche e il suggestivo Borgo dei Sassi, con momenti di trekking, incontri con abitanti e produttori locali e un pranzo conviviale con i rappresentanti di Modenatur e Terre di Castelli.

L'ultima giornata ha previsto la visita al Caseificio di Rosola, al Museo del Castagno e del Borlengo di Zocca e un incontro dedicato al progetto di turismo accessibile "Cammino dell'Unione con Cammin Sentendo", promosso per rendere il percorso fruibile anche ai non vedenti. L'itinerario si è concluso con la visita ai borghi di Castello di Serravalle e Savignano sul Panaro, e con la consegna dell'attestato finale presso la Rocca di Vignola.

Il press trip ha permesso al giornalista di scoprire l'anima autentica del Cammino dell'Unione e di raccogliere materiali e testimonianze per promuovere il territorio modenese come destinazione di riferimento per il turismo lento e sostenibile.

Risultati: articolo in uscita sul magazine DOVE nella primavera 2026.

2.7.1 Siti web, canali social e newsletter

Obiettivo: far conoscere gli elementi caratterizzanti l'identità territoriale e facilitare l'esperienza di acquisto e fruizione dei consumatori

Questa attività, di natura trasversale viene 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.

2.7.2 E-commerce

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

Il sistema di e-commerce adottato dalla DMO di Modena, pienamente compatibile e interoperabile con quello della DMO di Bologna, consente di rendere accessibili e prenotabili online in qualsiasi momento esperienze e prodotti che prevedono prenotazione, sia da parte dei turisti sia da parte degli operatori turistici e della rete degli uffici IAT-R regionali. Il sistema è integrato nel portale visitmodena.it ed è progettato per essere facilmente integrabile anche nei siti di eventi, partner e intermediari dell'offerta turistica. Nel corso del 2025 la DMO sta lavorando per ampliare il numero e la varietà delle esperienze proposte sull'e-commerce, favorendo il coinvolgimento attivo degli operatori e fornitori del territorio e l'espansione della rete di distribuzione.

La DMO affianca inoltre gli organizzatori delle esperienze in tutte le fasi del processo di creazione e messa online delle esperienze.

2.7.3 Campagne promozionali

Obiettivo: favorire la visibilità dei canali attraverso cui la narrazione territoriale giunge al consumatore finale.

Abbiamo attivato diverse campagne che sono ancora in corso ed in particolare

Campagna digital per le rassegne di esperienze

Modena slow

Alla scoperta di Ville e castelli tra Bologna e Modena

I dettagli e i dati saranno presentati nella relazione finale

Nell'ambito delle attività di promozione turistica della destinazione e in coerenza con gli obiettivi della DMO modenese, Modenatur ha inoltre sviluppato una serie di azioni mirate a valorizzare l'iniziativa promossa dalla Camera di Commercio di Modena "Modena ti regala una notte" mirata ad aumentare i flussi e pernottamenti nei weekend da metà giugno a dicembre.

L'intervento si inserisce nella strategia generale di rafforzamento del posizionamento dell'offerta turistica del territorio modenese e regionale, attraverso strumenti di comunicazione coordinati e integrati, volti ad aumentare la visibilità e l'attrattività della destinazione sui canali digitali e offline.

È stata realizzata una landing page dedicata all'iniziativa:

<https://www.visitmodena.it/it/modena-ti-regala-una-notte>

Abbiamo attivato la realizzazione di un insieme coordinato di strumenti e contenuti di comunicazione, destinati a supportare la promozione dell'iniziativa e a garantire uniformità grafica e riconoscibilità della campagna.

Ulteriori dettagli e risultati saranno esposti nella relazione finale.

2.8.1 Sviluppo prodotti

Obiettivo: mettere a sistema l'offerta turistica e favorire lo sviluppo di nuovi prodotti.

Nell'ambito di questa azione sono state progettate e avviate tre rassegne di esperienze coordinate.

Alla scoperta di Ville e Castelli tra Bologna e Modena. Nuovo prodotto congiunto.

La rassegna Modena slow che è stato esteso anche a pianura e collina oltre che all'Appennino modenese

Entrambe già avviate alla data di questa relazione

È inoltre stato avviato il processo di progettazione del weekend del gusto tra Bologna e Modena

2.8.2 Eventi di settore

Obiettivo: creare un contatto diretto con gli operatori e con il pubblico finale.

L'attività si è svolta in costante coordinamento con APT Servizi, sia per le fiere e i workshop condivisi con ENIT, sia per quelli svolti in autonomia. È stato inoltre consolidato il rapporto di collaborazione con la DMO Bolognese, in un'ottica di sinergia e valorizzazione complessiva del Territorio Turistico Bologna-Modena.

Per ciascuna fiera e workshop a cui la DMO ha preso parte, sono state realizzate una serie di azioni, articolate in tre fasi operative:

1. Fase preparatoria

- Analisi del mercato di riferimento e dei flussi turistici verso il TTBOMO e l'Emilia-Romagna
- Valutazione dei risultati delle edizioni precedenti della fiera in questione, se disponibili
- Contatto e invito agli operatori dell'area target per incontri in fiera
- Gestione dell'agenda appuntamenti (dove prevista)
- Redazione e diffusione di comunicati stampa, anche a livello locale
- Predisposizione di offerte e proposte turistiche tematiche calibrate sui mercati e target individuati
- Realizzazione dei materiali informativi, in formato cartaceo o digitale, adeguati al profilo della manifestazione

2. Fase di attuazione

- Presenza del personale della DMO presso lo stand dedicato
- Distribuzione del materiale promozionale e informativo
- Attività di contatto diretto con stampa e operatori turistici
- Raccolta di contatti utili per successive azioni di comunicazione e promozione
- Interviste e relazioni media sui canali ufficiali delle fiere
- Copertura e aggiornamento sui canali social durante l'evento

3. Fase di follow-up

- Invio di materiale informativo tramite email ai contatti raccolti in fiera
- Condivisione di proposte personalizzate in base alle richieste e manifestazioni di interesse ricevute
- Redazione di una relazione finale per ciascuna manifestazione, con l'analisi dei risultati ottenuti nel breve periodo

A partire dall'affidamento dell'incarico, abbiamo partecipato ai seguenti eventi:

	Fiera / Workshop	Data inizio	Data fine	Paese
1	Salon du Randonneur	21/03/2025	23/03/2025	Francia
2	Agritravel Expo	04/04/2025	06/04/2025	Italia
3	Workshop Cicloturismo	04/04/2025	04/04/2025	Italia
4	Arabian Travel Market	28/04/2025	01/05/2025	Emirati Arabi Uniti
5	Journeys North America	28/04/2025	01/05/2025	USA
6	L.E. Miami	19/06/2025	23/06/2025	USA

Salon Du Randonneur

Paese: Francia - Lione

Date: 21-23 marzo 2025

Descrizione: Abbiamo partecipato al *Salon du Randonneur* di Lione in qualità di DMO, presentando Modena come destinazione turistica e valorizzando le esperienze legate al turismo lento e sostenibile. L'evento si è svolto in una location di dimensioni significativamente più contenute rispetto all'edizione precedente e la maggior parte degli espositori proveniva dalla Francia o da località con legami storici e culturali francesi.

Abbiamo distribuito materiale promozionale dedicato alla città di Modena, alle sue attrazioni principali e ai progetti legati al turismo lento, come Modena Slow e la Ciclovia del Mito. L'affluenza complessiva nei tre giorni della fiera non è stata ingente, ma abbiamo avuto l'opportunità di incontrare direttamente giornalisti e tour operator interessati a promuovere la destinazione. Il primo giorno, infatti, a conclusione della fiera, abbiamo organizzato un aperitivo con prodotti tipici del territorio, creando un momento di networking con giornalisti e operatori professionali. Durante la serata sono stati estratti a sorte due vincitori, che hanno ricevuto come premio un soggiorno tra Bologna e Modena, offrendo così un'esperienza concreta della nostra destinazione.

L'evento ha inoltre generato importanti opportunità di follow-up, per approfondire collaborazioni con tour operator francesi e pianificare future attività promozionali mirate, rafforzando la presenza di Modena nel mercato francese del turismo lento e culturale.

Sito ufficiale: <https://www.randonnee.org/>

Agritravel Expo – Fiera dei territori di Bergamo

Paese: Italia - Bergamo

Date: 4-6 aprile 2025

Descrizione: La DMO ha partecipato alla decima edizione di AgriTravel & Slow Travel Expo – Fiera dei Territori, svoltasi a Bergamo, in co-marketing con Fondazione Bologna Welcome. La manifestazione, punto di riferimento nazionale per la promozione del turismo lento e sostenibile, ha riunito operatori, enti e appassionati del viaggio esperienziale, con l'obiettivo di valorizzare i territori italiani attraverso cultura, natura ed enogastronomia.

L'edizione di quest'anno si è configurata principalmente come fiera aperta al pubblico, con momenti dedicati anche al business-to-business: nella giornata di venerdì, infatti, buyer

italiani e internazionali hanno avuto la possibilità di incontrare i seller presenti per pianificare collaborazioni e iniziative promozionali.

Lo stand del Territorio Turistico Bologna-Modena, condiviso tra Modenatur e Bologna Welcome, ha proposto un ampio racconto delle esperienze offerte dal territorio: itinerari cicloturistici e di trekking, borghi e castelli, città d'arte e percorsi enogastronomici. Grande spazio è stato dedicato alle eccellenze agroalimentari, con degustazioni guidate e momenti di show-cooking che hanno riscosso un ottimo successo di pubblico. Tra le iniziative più apprezzate: la presentazione dell'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena (con la partecipazione dell'Acetaia del Duca), le degustazioni di Parmigiano Reggiano fornite dal Caseificio Latteria Ducale, il Lambrusco inviato dal Consorzio Piacere Modena, e le dimostrazioni dedicate ai Maccheroni al Pettine di Mirandola, realizzate in collaborazione con l'Associazione Politeama e il Comune di Mirandola. A completare l'offerta, anche l'assaggio del tradizionale Nocino di Modena, presentato dall'associazione Il Mallo. All'interno dello stand sono stati inoltre promossi i 35 itinerari "Visit Modena – Pedalare e Camminare", con tracce GPS scaricabili gratuitamente, la Ciclovia del Sole e i principali cammini del territorio, che continuano a riscuotere un interesse crescente tra il pubblico di viaggiatori attenti alla sostenibilità.

La partecipazione ad AgriTravel Expo ha rappresentato un'importante occasione per rafforzare la visibilità del territorio modenese all'interno del circuito del turismo slow, consolidando la collaborazione con Bologna Welcome e con i produttori locali, e favorendo la costruzione di nuove sinergie con operatori italiani e internazionali.

Sito ufficiale: <https://www.expoterrae.it/>

Workshop Cicloturismo

Paese: Italia - Bologna

Date: 4 aprile 2025

Descrizione: In occasione della Fiera del Cicloturismo, evento di riferimento in Italia dedicato al turismo in bicicletta organizzato da Bikenomist e svoltasi nel piazzale Lucio Dalla di Bologna dal 5 al 7 aprile, abbiamo partecipato come DMO al Workshop B2B dedicato al cicloturismo, organizzato da Tourist Trend la mattina del 4 aprile 2025. L'iniziativa ha rappresentato un'importante opportunità di incontro tra operatori italiani ed europei specializzati nel turismo attivo e sostenibile.

Nelle settimane precedenti all'evento, tramite la piattaforma online messa a disposizione dagli organizzatori, abbiamo potuto selezionare in modo mirato i buyer di nostro interesse, definendo un'agenda personalizzata di appuntamenti. Durante la mattinata si sono svolti 10 incontri one-to-one con operatori provenienti principalmente da Germania, Olanda, Belgio e Francia, mercati tradizionalmente sensibili al turismo outdoor e ai viaggi in bicicletta.

L'interesse manifestato dai buyer si è concentrato in particolare su itinerari di cicloturismo organizzati e su pacchetti esperienziali personalizzabili, con un'attenzione crescente verso le esperienze integrate che uniscono natura, cultura ed enogastronomia, nonché verso le proposte legate ai motori, elemento distintivo del territorio modenese.

La partecipazione al workshop ha permesso di consolidare contatti qualificati e di ampliare la rete di potenziali collaborazioni commerciali, rafforzando la posizione della destinazione Modena nel panorama internazionale del turismo attivo e sostenibile.

Arabian Travel Market

Paese: Emirati Arabi Uniti - Dubai

Date: 28 aprile - 1 maggio 2025

Descrizione: L'edizione 2025 dell'Arabian Travel Market (ATM) si è svolta presso il Dubai World Trade Centre dal 28 aprile al 1° maggio 2025, registrando la partecipazione di oltre 55.000 professionisti del turismo provenienti da 166 paesi e la presenza di più di 2.800 espositori.

Modenatur ha partecipato in rappresentanza del territorio turistico Bologna-Modena, operando presso il desk istituzionale a supporto di APT Servizi Emilia-Romagna. Nel corso della manifestazione è stata promossa la destinazione attraverso la distribuzione di brochure dedicate e attività di comunicazione e networking con operatori internazionali. Oltre alla partecipazione in fiera, Modenatur ha preso parte alla serata networking "Connections Luxury".

A seguito della partecipazione all'ATM, si è già concretizzato un risultato diretto: un gruppo dell'agenzia Wandelux ha prenotato un viaggio di 5 giorni e 4 notti (11-15 settembre 2025) presso l'RMH Hotel Raffaello di Modena, operatore aderente al PPCT 25, presente anch'esso in fiera, con un programma tematico dedicato ai motori, comprendente visite ai principali luoghi della Motor Valley tra Modena, Bologna, Maranello, San Cesario e il Castello di Formigine. L'iniziativa è stata un vero successo, e l'agenzia ha già manifestato l'intenzione di programmare un nuovo tour per il prossimo anno. La valutazione complessiva dell'evento è positiva, sia per la qualità e quantità dei contatti generati sia per i risultati concreti in termini di promozione e vendita del prodotto turistico Bologna-Modena sul mercato mediorientale.

Sito Ufficiale: <https://www.wtm.com/atm/en-gb.html>

Journeys North America

Paese: USA - Houston

Date: 28 aprile - 1 maggio 2025

Descrizione: Abbiamo partecipato in qualità di DMO al workshop dedicato al mercato americano, organizzato da Journeys nell'ambito della formula FAM-MEET, che combina incontri B2B con momenti esperienziali. Durante il workshop, buyers e sellers hanno avuto la possibilità non solo di confrontarsi sulle rispettive offerte e sui mercati di riferimento, ma anche di vivere attività dinamiche e di team building, utili a creare relazioni personali oltre che professionali, consolidate e durature nel tempo.

In queste giornate abbiamo incontrato numerosi nuovi buyers americani, tutti molto interessati a scoprire la regione Emilia-Romagna e le sue eccellenze, con particolare attenzione al Territorio Turistico Bologna-Modena. Gli incontri si sono svolti in location suggestive e uniche, capaci di trasmettere al contempo il fascino del territorio e l'innovazione

delle proposte, spaziando dal Teatro Metropolitano di Houston a un ranch in stile country, creando un contesto ideale per stimolare conversazioni significative e future collaborazioni.
Sito Ufficiale: <https://www.journeys.global/>

L.E/Miami

Paese: USA

Date: 19-23 giugno 2025

Descrizione: Nel mese di giugno Modenatur ha partecipato per il quarto anno consecutivo a LE/Miami, la più importante fiera internazionale dedicata al luxury travel in territorio statunitense. L'evento, articolato su tre giornate, combina momenti di networking – come serate, aperitivi e cene – con appuntamenti one-to-one tra operatori selezionati del settore. La fiera rappresenta uno degli appuntamenti più rilevanti a livello mondiale per il turismo di alta gamma, con la partecipazione di circa 1.600 professionisti del settore, tra buyers e sellers. La maggior parte dei buyers proveniva dal Nord America, mentre circa la metà dei sellers era di provenienza europea.

Modenatur si è confermata una delle sole tre DMC italiane presenti alla manifestazione, a testimonianza del riconoscimento internazionale del suo posizionamento nel turismo esperienziale e di lusso.

Durante gli incontri, i temi di maggiore interesse per i buyers hanno riguardato le esperienze legate ai motori, in particolare la possibilità di test drive su circuito con le supercar della Motor Valley, l'organizzazione di visite private a musei e stabilimenti produttivi e la creazione di eventi esclusivi in location iconiche del territorio emiliano.

Sito ufficiale: lemiami.com

2.8.3 Supporto agli organizzatori di eventi

Obiettivo: incentivare l'organizzazione di eventi sul territorio in modo coordinato e mirato a mettere a sistema sinergie e opportunità di sviluppo turistico e destagionalizzazione

La DMO pone particolare attenzione a questa azione e si mette a disposizione degli organizzatori di eventi che vogliono portare eventi sul territorio modenese. A titolo di esempio, non esaustivo di tutta l'attività che relazioneremo al termine del 2025, in questi mesi abbiamo supportato il CAI per la candidatura di Modena come sede per l'assemblea annuale 2026. A seguito della candidatura Modena ha vinto l'assegnazione e l'assemblea si terrà a Maggio 2026. Nell'ambito dell'attività di supporto al Comune di Modena per l'evento Jazz Open, che si terrà a luglio 2026 per la prima edizione, stiamo collaborando nella promozione dell'evento con l'ottica di renderlo occasione per la promozione anche del territorio provinciale e coinvolgendo il sistema dei fornitori locali per facilitare gli organizzatori.

2.8.4 Fam trip

Obiettivo: far esperire agli operatori l'offerta turistica del territorio in modo che ne inseriscano i prodotti all'interno dei propri cataloghi.

Per i tour operator e gli organizzatori di eventi, la possibilità di vivere direttamente il territorio rappresenta uno degli strumenti più efficaci per promuovere l'offerta turistica e incentivare l'inserimento della destinazione tra le proprie proposte commerciali.

Questa attività è stata coordinata e gestita da un team specializzato della DMO, che opera in stretta connessione con le azioni di promozione svolte nell'ambito di fiere e workshop nazionali e internazionali, garantendo così una strategia integrata di marketing territoriale.

Nel periodo compreso tra l'assegnazione dell'incarico e il 31 luglio 2025, sono stati realizzati 4 fam trip dedicati a tour operator e buyer provenienti da diversi mercati di riferimento. Ogni iniziativa ha previsto tour esperienziali e attività di familiarizzazione con il territorio, ideati per far conoscere in modo diretto e coinvolgente le eccellenze culturali, enogastronomiche e paesaggistiche dell'area.

L'obiettivo principale di questi viaggi è stato quello di favorire la creazione di nuove collaborazioni commerciali e di stimolare l'inserimento di itinerari e pacchetti turistici dedicati alla destinazione, rafforzando al contempo la rete di relazioni con operatori qualificati e interessati alla programmazione di soggiorni nel territorio modenese e nell'intero ambito del Territorio Turistico Bologna-Modena.

Di seguito, una descrizione dei fam trip organizzati al 31.07.25

	Operatore	Data inizio	Data fine	Mercato
1	Absolute Italy per Smartflyer	21/03/2025	23/03/2025	Ester - USA
2	Azure Collection	28/03/2025	28/03/2025	Ester - UK
3	Fam Trip MICE	31/03/2025	02/04/2025	Ester
4	Educational Cities	01/04/2025	04/04/2025	Ester

21/03/2025 – 22/03/2025

Absolute Italy per Smartflyer

Valbona Varosi (Absolute Italy) e Anne Marie Esslinger (Smartflyer)

Descrizione: Il 22 e 23 marzo 2025 abbiamo organizzato un Fam Trip dedicato a due tour operator americani di Absolute Italy, agenzia con sede a Firenze specializzata nel mercato luxury statunitense, in collaborazione con Smartflyer. Abbiamo conosciuto le clienti in occasione della fiera BIT 2025 e in seguito all'interesse reciproco abbiamo organizzato e curato la presentazione del catalogo Luxury a loro dedicato tramite videoconferenza a gennaio 2025.

A quella presentazione online è seguita l'organizzazione di un fam trip per conoscere da vicino Modena e il suo territorio, con un approccio che mostrasse le diverse modalità di visita della città e dell'Appennino, integrando i temi Food e Motori. Durante il percorso abbiamo sottolineato la vicinanza geografica e la facilità di combinare diverse esperienze, evitando di concentrare l'itinerario su un unico tema. Abbiamo posto particolare attenzione alle

eccellenze enogastronomiche locali, evidenziando la natura artigianale dei prodotti e la loro unicità all'interno del territorio regionale. Allo stesso tempo, abbiamo valorizzato la zona appenninica, mostrando le opportunità offerte dai paesaggi naturali e dalle esperienze outdoor in combinazione con visite gastronomiche.

Considerando il target americano, è stata anche evidenziata la posizione strategica di Modena, vicina a destinazioni molto richieste come Lago di Como, Lago di Garda, Milano e Firenze, con collegamenti rapidi e strutture adatte a tour di lusso.

Il primo giorno, 21 marzo, abbiamo organizzato una mezza giornata intensiva per mostrare la vicinanza tra il centro storico e le attrazioni principali: visita guidata al Museo Ferrari, passeggiata nel centro storico con sosta al Mercato Albinelli, pranzo itinerante e successiva visita all'Acetaia Comunale, per far comprendere le potenzialità di questi luoghi come tappe turistiche DOP di eccellenza.

Il giorno successivo il tour è proseguito con visite più approfondite alle aziende alimentari: Caseificio con degustazione deluxe, apertura di una nuova forma di Parmigiano Reggiano e spiegazioni logistiche sulle combinazioni possibili con altre tappe come acetaie e Museo Ferrari; a seguire Prosciuttifici, con tour delle sale di stagionatura, attività di sughatura e pranzo nella sala privata. Queste esperienze hanno permesso agli ospiti di percepire la cura e l'attenzione al dettaglio dei tour organizzati da Modenatur, unendo l'accoglienza familiare alla professionalità delle aziende visitate.

I costi delle attività sono stati interamente sostenuti dalla DMO, ad eccezione del trasferimento alla struttura dove le ospiti hanno soggiornato.

28/03/2025

Azure Collection

Anna Baccanello

Descrizione: Abbiamo organizzato una giornata di visite nel territorio Modenese per Anna Baccanello, Direttore Vendite di AZURE, top travel agency con sede a Chester (UK) specializzata in clientela luxury. Il contatto è nato a seguito del workshop Journeys Italy svoltosi a Pesaro nel dicembre 2024, durante il quale abbiamo conosciuto Anna Baccanello. Approfittando del suo passaggio in regione, ci ha chiesto di mostrarle alcune location di interesse per i suoi clienti di fascia alta.

La giornata è iniziata con una visita privata ad un caseificio di Parmigiano Reggiano, dove l'ospite ha seguito tutte le fasi di lavorazione del formaggio, dalla lavorazione del latte alla stagionatura, concludendo con una degustazione di diverse stagionature accompagnate da composte, pane e vino. Successivamente ha visitato un'acetaia, dove ha potuto osservare il metodo tradizionale e le batterie di botti utilizzate per la produzione dell'Aceto Balsamico di Modena DOP.

Nel pomeriggio Anna ha visitato in autonomia il Museo Ferrari a Maranello, con tempo libero per esplorare le sale e ammirare le auto esposte, prima di ripartire verso Roncolo.

Il Fam Trip ha permesso di mostrare le eccellenze gastronomiche e culturali del territorio, evidenziando le potenzialità della regione Emilia-Romagna come destinazione luxury per il mercato inglese.

31/03/2025 – 02/04/2025

Fam trip MICE

11 tour operator internazionali

Descrizione: Abbiamo supportato APT Servizi nell'organizzazione di un Fam Trip di più giorni dedicato a un gruppo selezionato di undici operatori MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions), con l'obiettivo di promuovere Modena e i suoi dintorni come destinazione ideale per eventi aziendali e esperienze incentive di alto profilo.

Il tour ha combinato momenti di forte impatto emozionale e professionale. I partecipanti si sono cimentati in un test-drive su auto Ferrari, esperienza unica che ha mostrato il potenziale dell'Emilia-Romagna per attività incentive esclusive. Il percorso ha inoltre valorizzato le eccellenze enogastronomiche locali, con visite a una cantina di Lambrusco e a un caseificio tradizionale per approfondire la produzione del Parmigiano Reggiano, accompagnate da degustazioni guidate. Non sono mancati momenti culturali, con una passeggiata nel centro storico di Modena, tra Duomo, Piazza Grande e Torre Ghirlandina, patrimonio UNESCO.

I partecipanti hanno soggiornato in un hotel 4 stelle a Modena. Il tour si è concluso con un workshop professionale nella moderna sala meeting del Museo Enzo Ferrari, durante il quale gli operatori hanno potuto confrontarsi tra loro e con stakeholder locali, creando nuove opportunità di collaborazione. L'iniziativa ha offerto un'esperienza immersiva tra eccellenze motoristiche, gastronomiche e culturali, confermando la provincia di Modena come destinazione di riferimento per il settore MICE. I costi del fam trip sono stati sostenuti da APT. La DMO ha messo a disposizione personale di supporto per tutta la durata dell'evento, supporto organizzativo e alcuni servizi complementari come le visite guidate.

31/03/2025 – 02/04/2025

Educational Cities

16 tour operator internazionali

Descrizione: Abbiamo organizzato un educational tour in occasione dell'evento CITIES Emilia-Romagna", che ha coinvolto in un'esperienza immersiva tra le eccellenze culturali, motoristiche e gastronomiche della regione un gruppo di 16 tour operator di provenienza internazionale selezionati tra i buyer partecipanti al workshop Cities Emilia Romagna.

Giovedì 8 maggio, al termine del Workshop tenutosi a Bologna, il gruppo ha raggiunto Modena, dove ha iniziato il tour con una prima tappa al Museo Enzo Ferrari: qui i partecipanti hanno scoperto la storia e l'eredità del celebre marchio automobilistico. La giornata è proseguita con una visita guidata del centro storico di Modena, tra monumenti, piazze e tesori artistici, per poi dirigersi a Carpi nel tardo pomeriggio. Dopo il check-in presso l'Hotel, hanno svolto una passeggiata guidata nel centro cittadino e una cena presso un ristorante tradizionale. Il giorno seguente, i buyer hanno visitato un caseificio a Carpi, osservando il processo di produzione del Parmigiano Reggiano DOP e partecipando a una degustazione guidata. La giornata è proseguita con la visita a una storica acetaia, con approfondimento sul metodo di produzione dell'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena DOP e degustazione di prodotti tipici. Al termine dell'itinerario modenese, il gruppo si è spostato a Bologna per la conclusione dell'educational, curata da Bologna Welcome.

L'iniziativa ha offerto ai buyer una panoramica completa delle eccellenze della regione, con un focus su cultura, food e motori, valorizzando le possibilità di combinare esperienze diverse in un unico percorso integrato. I costi della parte modenese dell'educational tour sono stati sostenuti da Modenatur in qualità di DMO, in co-marketing con Bologna Welcome che si è occupata invece del tour bolognese.

2.8.5 Azioni promo-commerciali turismo sportivo-outdoor

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

La promozione del turismo attivo e sportivo rappresenta una leva strategica per valorizzare l'Appennino modenese, sia nella stagione estiva che in quella invernale. In questa prospettiva, la DMO ha avviato un percorso di cooperazione con operatori della Grande Distribuzione specializzata, come Decathlon, con l'obiettivo di raggiungere un pubblico ampio e profilato, composto da sportivi, famiglie e viaggiatori interessati a esperienze outdoor e sostenibili.

L'attività promozionale nella Grande Distribuzione consente di:

- Rafforzare la visibilità della destinazione presso un target ad alta propensione al viaggio e alla pratica sportiva;
- Promuovere il brand "Appennino Modenese" in contesti di forte affluenza, trasformando punti vendita e canali digitali dei partner in veri e propri spazi di comunicazione turistica;
- Veicolare contenuti esperienziali, collegando il prodotto turistico al benessere, alla natura e alle attività all'aria aperta.

Sono inoltre in fase di progettazione azioni mirate di comunicazione e promozione del turismo invernale, che saranno realizzate tra novembre e dicembre, con particolare

Il presidente
Amedeo Faenza
Data 10.11.2025

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

**PROGRAMMA DI PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE 2025 DEL TERRITORIO TURISTICO
BOLOGNA-MODENA - SERVIZI DI PROMOZIONE E MARKETING TURISTICO FINALIZZATI
ALL'ATTUAZIONE DELLE ATTIVITÀ DI COMPETENZA DELLA PROVINCIA DI MODENA
CUP G99I24001090002- CIG B5309481E3**

RELAZIONE

Azioni svolte dal 1 agosto al 31 ottobre 2025

Indice	Pagina
Premessa	2
2.6.1 Identità visiva e supporti di comunicazione	2
2.6.2 Press, Creator e influenzatori	2
2.7.1 Siti web, canali social e newsletter	5
2.7.2 E-commerce	6
2.7.3 Campagne promozionali	6
2.8.1 Sviluppo prodotti	7
2.8.2 Eventi di settore	10
2.8.3 Supporto agli organizzatori di eventi del territorio	13
2.8.4 Fam trip	13
2.8.5 Azioni promo-commerciali turismo sportivo-outdoor	16

Premessa

Illustriamo di seguito le attività che abbiamo realizzato dal 1° agosto al 31 ottobre 2025

Durante il periodo di attività abbiamo realizzato diverse azioni di carattere trasversale, funzionali allo sviluppo del piano di promo-commercializzazione. In particolare, sono stati organizzati incontri con la Provincia di Modena e con la Consulta del Turismo, oltre alla partecipazione ai tavoli di lavoro dell'Ufficio Unico del Territorio Turistico Bologna-Modena. Sono stati inoltre mantenuti costanti momenti di confronto con la DMO di Bologna, con i referenti dei Comuni e degli IAT, nonché con operatori e soggetti privati del settore. Le attività sono state accompagnate da un continuo monitoraggio delle azioni intraprese.

2.6.1 Identità visiva e supporti di comunicazione

Obiettivo: veicolare l'offerta del Territorio Turistico Bologna-Modena, su supporti dedicati B2B e B2C. Creazione di elementi di immagine coordinata per il Territorio Turistico Bologna-Modena.

Sono stati realizzati e sono in corso di realizzazione diversi materiali a supporto della partecipazione a fiere e workshop sia digitali che cartacei e per la promozione dei prodotti e rassegne di esperienze.

L'elenco dettagliato sarà fornito nella relazione finale.

2.6.2 Press, creator e influenzatori

Obiettivo: aumentare la visibilità e l'attrattività del Territorio Turistico Bologna-Modena attraverso collaborazioni mirate con media tradizionali, creator digitali e influenzatori, per promuovere le esperienze uniche e autentiche del territorio sia a livello nazionale che internazionale.

Dal 1° agosto al 31 ottobre abbiamo organizzato i seguenti press tour

	Soggetto	Data inizio	Data fine	Mercato
15	Press trip Marta Glinka	16/08/2025	18/08/2025	Polonia
16	Liza Zimmerman - Forbes	19/09/2025	21/09/2025	USA
17	Press trip Kaitlyn Rosati	01/10/2025	03/10/2025	USA
18	Young e Ransom	11/10/2025	11/10/2025	USA
19	Julia Brookes - Sunday Times	16/10/2025	19/10/2025	UK
20	Giornalisti italiani Piacere Modena	17/10/2025	19/10/2025	Italia
21	Giovanni Grezzi	27/10/2025	29/10/2025	Italia

Press trip Marta Glinka

16/08/2025 18/08/2025

Marta Glinka è una giornalista specializzata nel food and wine, cura due suoi blog e siti web: <https://restaurantica.pl>; <https://warsawfoodie.pl>

Su segnalazione di APT, abbiamo organizzato per lei due giorni a Modena e dintorni tra arte, sapori e motori con visite alla Pagani, musei ferrari, un'acetaia.

Press trip Liza Zimmerman - Forbes

19/09/2025 21/09/2025

Abbiamo organizzato due giorni di press trip per un'importante giornalista americana, Liza Zimmerman, che scrive per Forbes ed è venuta in viaggio stampa a Modena a settembre per scrivere un articolo dedicato nello specifico al Lambrusco. Abbiamo supportato i costi in qualità di DMO, nello specifico il pernottamento in Hotel 4****, alcuni pasti e le visite guidate ad alcune cantine. Il programma era focalizzato infatti sulla scoperta delle eccellenze enogastronomiche del territorio, con particolare attenzione per il Lambrusco. Il tour è iniziato con l'incontro con una guida turistica locale, che ha accompagnato l'ospite in una passeggiata nel centro storico di Modena, comprensiva di una sosta al **Mercato Albinelli** per un pranzo a base di specialità locali. Successivamente, la giornalista ha raggiunto la zona di **Sorbara**, dove ha visitato una cantina partecipando a una degustazione di Lambrusco. La giornata si è conclusa con una visita e una cena presso un'agriturismo con acetaia, sempre a Sorbara, dedicata alla scoperta della produzione del tradizionale aceto balsamico di Modena, per poi fare rientro in città in serata.

Il giorno seguente, Zimmerman ha proseguito il suo itinerario nella zona collinare modenese con una visita in una cantina a Guiglia, dove ha incontrato i produttori e partecipato a un pranzo con abbinamenti di vini e piatti tipici. Nel pomeriggio si è spostata a **Castelvetro di Modena** per una seconda esperienza di degustazione presso una cantina, con assaggio di diverse etichette di Lambrusco. La giornata si è conclusa con il rientro a Modena e del tempo libero per esplorare la città autonomamente.

Press trip Kaitlyn Rosati

01/10/2025 03/10/2025

Abbiamo organizzato un press trip dedicato alla giornalista americana Kaitlyn Rosati, autrice del blog [No Man Nomad](#) (15.000 lettori mensili) e freelance per diverse testate. La giornalista era già conosciuta da Modenatur in quanto ha già preso parte a due press trip nel corso degli ultimi due anni. Ad inizio ottobre 2025 è tornata nuovamente a Modena, a testimonianza del suo continuo interesse per la destinazione e le sue eccellenze. Abbiamo organizzato tre giornate di press trip ospitando Kaitlyn in qualità di DMO. Durante il soggiorno, l'ospite ha pernottato in un hotel 4 stelle del centro storico, situato a pochi minuti a piedi dalla stazione ferroviaria. Al suo arrivo, il 1° ottobre, ha incontrato un rappresentante di Modenatur per un pranzo di benvenuto. Nel pomeriggio ha preso parte a un workshop di pasta fresca presso *La Vacchetta Grassa*, durante il quale ha realizzato i tradizionali tortellini modenesi, approfondendo le tecniche artigianali di lavorazione della sfoglia e del ripieno. Il giorno successivo, Kaitlyn ha raggiunto l'Acetaia Villa San Donnino, dove ha svolto una visita guidata con riprese video per la creazione di un reel -

commissionatole dalla rivista Travel + Leisure - in cui ha documentato il processo di produzione dell'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena D.O.P. e degustato diverse annate di prodotto. L'ultima giornata è stata dedicata all'esperienza in pista presso l'Autodromo di Modena, dove ha effettuato un test drive su Ferrari, vivendo in prima persona l'emozione della guida sportiva e raccogliendo materiale video e fotografico per raccontare il legame tra Modena e il mondo dei motori. Al termine dell'attività, la giornalista si è trasferita a Casa Maria Luigia per concludere il soggiorno con una visita e un pranzo esperienziale, occasione ideale per esplorare il connubio tra ospitalità di charme, alta gastronomia e territorio. L'iniziativa ha rappresentato un'importante opportunità per consolidare la relazione con una professionista che già conosce e apprezza Modena, generando al contempo due uscite media di rilievo internazionale — una su Travel + Leisure e una su Cool Material — capaci di valorizzare il territorio attraverso il racconto delle sue eccellenze enogastronomiche e motoristiche.

Il progetto è stato sostenuto dalla DMO modenese, in co-marketing Motorsite (che ha coperto i costi del test drive in autodromo).

Young e Ransom

11/10/2025 11/10/2025

Abbiamo organizzato visita di Modena per due giornalisti americani.

Melanie Young e David Ransom: <https://theconnectedtable.com/>

Invitati dal Consorzio tutela Lambrusco

Julia Brookes - Sunday Times

16/10/2025 19/10/2025

Abbiamo organizzato un press trip dedicato alla giornalista britannica Julia Brookes, senior travel writer del *Sunday Times*, in collaborazione con Kirker Holidays, tour operator specializzato in viaggi culturali e di charme. L'iniziativa, sviluppata nell'ambito delle attività di promozione del territorio modenese sui mercati internazionali, è stata pensata per offrire alla giornalista un'esperienza autentica, con un taglio editoriale in linea con il profilo del suo pubblico: viaggiatori di fascia alta interessati a cultura, gastronomia e lifestyle italiano. La giornalista è arrivata a Bologna il 16 ottobre, trasferendosi poi a Modena con transfer e sistemazione organizzati da Kirker presso un hotel in centro. La prima serata è stata dedicata alla scoperta della cucina locale. Il giorno successivo, 17 ottobre, Julia ha iniziato la giornata con una visita guidata del centro storico, con un taglio culturale e "insider" come da sua richiesta. Il tour ha toccato i principali luoghi simbolo della città — Piazza Grande, la Cattedrale, la Torre Ghirlandina, il Palazzo Ducale e la Sinagoga — offrendo un contesto storico-artistico generale della città, così da evidenziare ciò che rende Modena attrattiva per un turista e le particolarità da vedere in un weekend. Su suo interesse, è stato inoltre previsto l'accesso gratuito alla Torre Ghirlandina per ammirare la vista panoramica e una visita alla Galleria Estense per esplorare il patrimonio artistico della città. Dopo un pranzo presso lo storico Bar Schiavoni, la giornalista ha visitato il Museo Enzo Ferrari (MEF), dove ha incontrato il direttore per una presentazione e un breve scambio introduttivo. Venerdì 18 ottobre, la mattinata è stata dedicata a un tour guidato a tema gastronomico, con tappe tra Piazza Grande, il Mercato Albinelli e le botteghe storiche del centro, per raccontare la tradizione

culinaria modenese attraverso i suoi protagonisti e prodotti simbolo. A seguire, Julia ha raggiunto Maranello, dove ha pranzato al Ristorante Cavallino (ospite di Francescana Group) e ha visitato il Museo Ferrari in autonomia, approfondendo il legame tra territorio e cultura motoristica. Nel pomeriggio si è spostata a Spilamberto per una visita guidata al Museo del Balsamico Tradizionale di Modena, per poi rientrare a Modena. A seguito del viaggio, Julia Brookes realizzerà un articolo per il *Sunday Times Travel*.

Il progetto è stato sostenuto economicamente dalla DMO modenese, in co-marketing con Modenatur per quanto riguarda i costi relativi ai pasti.

Giornalisti italiani Piacere Modena

17/10/2025 19/10/2025

Abbiamo offerto una visita guidata di Modena e una visita alla Pagani ad un gruppo di giornalisti invitati da Piacere Modena

Francesco Tusino

Monica Viani

Mauro Pigozzo

Gilberto Bertini

Maurizio Tropeano

Rita Bertazzoli

Niccolò Tempestini

Giovanni Grezzi

27/10/2025 29/10/2025

Abbiamo organizzato visite a tema motorvalley per un giornalista dell'agenzia France Presse a seguito di segnalazione da APT. Pagani, Musei Ferrari, Museo Panini, Museo Lamborghini.

2.7.1 Siti web, canali social e newsletter

Obiettivo: far conoscere gli elementi caratterizzanti l'identità territoriale e facilitare l'esperienza di acquisto e fruizione dei consumatori

Questa attività, di natura trasversale viene 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.

2.7.2 E-commerce

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

Il sistema di e-commerce adottato dalla DMO di Modena, pienamente compatibile e interoperabile con quello della DMO di Bologna, consente di rendere accessibili e prenotabili online in qualsiasi momento esperienze e prodotti che prevedono prenotazione, sia da parte dei turisti sia da parte degli operatori turistici e della rete degli uffici IAT-R regionali. Il sistema è integrato nel portale visitmodena.it ed è progettato per essere facilmente integrabile anche nei siti di eventi, partner e intermediari dell'offerta turistica. Nel corso del 2025 la DMO sta lavorando per ampliare il numero e la varietà delle esperienze proposte sull'e-commerce, favorendo il coinvolgimento attivo degli operatori e fornitori del territorio e l'espansione della rete di distribuzione.

La DMO affianca inoltre gli organizzatori delle esperienze in tutte le fasi del processo di creazione e messa online delle esperienze.

2.7.3 Campagne promozionali

Obiettivo: favorire la visibilità dei canali attraverso cui la narrazione territoriale giunge al consumatore finale.

Abbiamo attivato diverse campagne che sono ancora in corso ed in particolare

Campagna digital per le rassegne di esperienze

Modena slow

Alla scoperta di Ville e castelli tra Bologna e Modena

Modena ti regala una notte

Bologna Modena weekend del gusto

2.8.1 Sviluppo prodotti

Obiettivo: mettere a sistema l'offerta turistica e favorire lo sviluppo di nuovi prodotti.

Nell'ambito di questa azione sono state progettate e avviate tre rassegne di esperienze coordinate.

Alla scoperta di Ville e Castelli tra Bologna e Modena. Nuovo prodotto congiunto.

La rassegna Modena slow versione primavera-autunno e versione invernale che è stata estesa anche a pianura e collina oltre che all'Appennino modenese
Queste rassegne sono ancora in corso e le illustreremo nella relazione finale.

È inoltre stata realizzata la rassegna weekend del gusto tra Bologna e Modena sulla quale forniamo alcuni dettagli che saranno completati nella relazione finale

Bologna-Modena: weekend del gusto

Contesto e motivazioni

L'iniziativa "Bologna-Modena: weekend del gusto" nasce dall'esigenza del Territorio Turistico Bologna-Modena di proporre un'offerta turistica unitaria, capace di rappresentare e valorizzare le caratteristiche comuni e le peculiarità dei due territori.

Il progetto è stato sviluppato in sinergia con le due DMO territoriali, Fondazione Bologna Welcome e Modenatur, con l'obiettivo di rafforzare la collaborazione e costruire un prodotto condiviso ad alto valore identitario.

La scelta di impeniare il progetto sull'enogastronomia non è casuale: questo ambito rappresenta un driver turistico fortemente attrattivo per entrambe le province e contribuisce da sempre al posizionamento internazionale dell'area come "Food Valley". L'iniziativa punta quindi a promuovere i luoghi di produzione e le eccellenze locali, creando esperienze autentiche, coinvolgenti e accessibili a un pubblico ampio.

Sviluppo del progetto (2023–2025)

Settembre 2023 – Lancio del progetto, inizialmente rivolto ai soli territori di confine fra Bologna e Modena.

2024 – Ampliamento dell'esperienza a tutta l'area Bologna-Modena, con un aumento dell'offerta e del numero di operatori coinvolti.

2025 – Ulteriore potenziamento: tra edizione primaverile e autunnale si raggiungono 12 weekend dedicati alle esperienze enogastronomiche, rivolti a:

- residenti,
- turisti di prossimità,
- visitatori provenienti da medio e lungo raggio.

Struttura dell'offerta 2025

Le esperienze sono state organizzate con l'obiettivo di favorire la distribuzione dei flussi turistici oltre i capoluoghi e sostenere l'economia delle realtà locali.

Articolazione del weekend

10 maggio – 15 giugno 2025

Sabato – Territorio Bolognese

Attività mattutina con trasferimento autonomo.
Nel pomeriggio, tour in bus con due tappe (partenza da Bologna).

Domenica – Territorio Modenese

Mattina: tour in bus con due tappe (partenza da Modena).

Pomeriggio: attività con trasferimento autonomo nel territorio bolognese.

13 settembre – 19 ottobre 2025

Sabato – Territorio modenese

Attività mattutina con trasferimento autonomo.

Nel pomeriggio, tour in bus con due tappe (partenza da Modena).

Domenica – Territorio bolognese

Mattina: tour in bus con due tappe (partenza da Bologna).

Pomeriggio: attività con trasferimento autonomo nel territorio bolognese.

Luoghi coinvolti

Salumifici

Cantine

Acetaie

Caseifici

Le visite sono state rese fruibili in doppia lingua italiano/inglese, per accogliere anche un pubblico internazionale.

Calendario delle Esperienze 2025

Programma delle Esperienze – Maggio e Giugno

Sabato 10 maggio (BO) – Miele e benessere: degustazione in apiario olistico

Domenica 11 maggio (MO) – Modena nel Piatto: corso di cucina tra passato e futuro

Sabato 17 maggio (BO) – Il carciofo violetto di San Luca: dalla raccolta alla degustazione

Domenica 18 maggio (MO) – Visita guidata all'opificio e degustazione di nocino presso il Mallo

Sabato 24 maggio (BO) – Dal chicco alla tazza: degustazione di caffè in torrefazione

Domenica 25 maggio (MO) – Cantine aperte alla Cantina Gavioli: visita e degustazione di lambrusco

Sabato 31 maggio (BO) – I sapori di una volta: passeggiata con degustazioni tra botteghe storiche

Domenica 1 giugno (MO) – Dalla spiga al boccale: visita al birrificio Birramante

Sabato 7 giugno (BO) – I prodotti del latte: degustazione di formaggi e yogurt

Domenica 8 giugno (MO) – Raccolta della ciliegia IGP di Vignola

Sabato 14 giugno (BO) – Apicoltore per un giorno: raccolta e degustazione di miele

Domenica 15 giugno (MO) – Profumi di lavanda: raccolta e laboratorio creativo

Esperienze di settembre–ottobre

Sabato 13 settembre (MO) – Il Croccante artigianale del Frignano – Frignano
Domenica 14 settembre (BO) – Degustazione medievale in residenza d'epoca – Mordano
Sabato 20 settembre (MO) – A tavola con i Grani antichi – Montese
Domenica 21 settembre (BO) – Miele artigianale e prodotti genuini – Anzola dell'Emilia
Sabato 27 settembre (MO) – Colazione contadina e visita a La Bersana – Fogliano
Domenica 28 settembre (BO) – Wine experience – Monte San Pietro
Sabato 4 ottobre (MO) – Tour gastronomico al Mercato Albinelli – Modena
Domenica 5 ottobre (BO) – Vini e tradizione – Imola
Sabato 11 ottobre (MO) – Colazione da I Rodi – Fanano
Domenica 12 ottobre (BO) – Vini naturali e sapori autentici – San Pietro in Casale
Sabato 18 ottobre (MO) – Degustazione alla Cantina del Frignano – Frignano
Domenica 19 ottobre (BO) – Castagne da scoprire: passeggiata, raccolta e degustazione –
Alto Reno Terme

Modena Food Tour (domenica)

11/05 – Caseificio 4 Madonne + Acetaia Casa Tirelli
18/05 – Caseificio San Silvestro + Acetaia Rossi Barattini
25/05 – Caseificio Moscattini + Acetaia Ferrari
01/06 – Caseificio 4 Madonne + Acetaia Paltrinieri
08/06 – Caseificio Moscattini + Acetaia Giusti
15/06 – Caseificio Rosola + Acetaia Del Duca

Modena Food Tour (sabato)

13/09 – Caseificio Moscattini + Acetaia Ferrari
20/09 – Caseificio Moscattini + Acetaia Malagoli
27/09 – Caseificio La Cappelletta + Acetaia Aula Mater
04/10 – Caseificio 4 Madonne + Acetaia del Duca
11/10 – Caseificio Rosola + Acetaia Cà del Non
18/10 – Caseificio San Silvestro + Acetaia Marchi

Bologna Food Tour (domenica)

14/09 – Mani in pasta: laboratorio di pasta fresca e degustazione vini
21/09 – Sulla via del Grano: grani antichi e Pignoletto
28/09 – Esperienza sensoriale tra uliveti e vigneti
05/10 – Dall'olio al vino
12/10 – Sapori d'autunno: colazione contadina e degustazione bio
19/10 – Viaggio tra le colazioni del gusto

I dettagli completi e i dati saranno presentati nella relazione finale

2.8.2 Eventi di settore

Obiettivo: creare un contatto diretto con gli operatori e con il pubblico finale.

L'attività si è svolta in costante coordinamento con APT Servizi, sia per le fiere e i workshop condivisi con ENIT, sia per quelli svolti in autonomia. È stato inoltre consolidato il rapporto di collaborazione con la DMO Bolognese, in un'ottica di sinergia e valorizzazione complessiva del Territorio Turistico Bologna-Modena.

Dal 1 agosto al 31 ottobre abbiamo partecipato ai seguenti eventi

	Fiera / Workshop	Data inizio	Data fine	Paese
7	Italian Bike Festival	05/09/2025	07/09/2025	Italia
8	Salone del camper	20/09/2025	21/09/2025	Italia
9	Connections UK	21/09/2025	24/09/2025	Uk e mondo
10	IFTM - PARIS	22/09/2025	26/09/2025	Francia
11	TTG + Meet&Match	07/10/2025	09/10/2025	Misto estero
12	TTG fiera	07/10/2025	09/10/2025	Misto estero
13	Workshop GOOD ITALY	30/09/2025	30/09/2025	Misto estero
14	Workshop APT Cattolica	09/10/2025	09/10/2025	Misto estero
15	Auto e moto d'epoca	22/10/2025	26/10/2025	Italia

Italian bike festival

Paese: Italia Misano adriatico

Date: 4-6 settembre 2025

Descrizione: L'Italian Bike Festival (IBF) è la più grande manifestazione italiana dedicata al mondo della bicicletta e alla mobilità sostenibile. Ospitata all'interno del Misano World Circuit "Marco Simoncelli", rappresenta un punto di riferimento per il settore del cicloturismo e dello sport su due ruote. L'evento accoglie ogni anno i principali brand del comparto bike, enti di promozione turistica, tour operator e appassionati provenienti da tutta Italia e dall'estero. Il pubblico, eterogeneo e molto partecipativo, ha mostrato interesse per le proposte di itinerari cicloturistici, i percorsi naturalistici e le esperienze outdoor legate al turismo attivo. Particolare attenzione è stata rivolta agli itinerari appenninici e ai percorsi misti per bici muscolari ed e-bike, con numerose richieste di informazioni su mappe e materiali di approfondimento. Presenti allo stand istituzionale per dare informazioni sui pacchetti predisposti e sul territorio. I prodotti preferiti sono stati "pedalare e camminare" e il passaporto dell'Appennino

Sito ufficiale: <https://italianbikefestival.net/>

Salone del Camper

Paese: Italia Parma

Date: 13-21 settembre 2025

Descrizione: Abbiamo partecipato presso lo stand APT al Salone del Camper che rappresenta la principale manifestazione in Italia dedicata al caravanning e al turismo en plein air, nonché una delle più importanti a livello europeo. Ogni anno accoglie i maggiori produttori europei di veicoli ricreativi, insieme ai più rinomati marchi della componentistica, dell'accessoristica e delle attrezzature per il campeggio e la vita all'aria aperta. L'evento costituisce un appuntamento imprescindibile per tutti gli appassionati del turismo outdoor e del camper lifestyle, offrendo un'ampia panoramica sulle novità del settore e sulle tendenze emergenti del viaggio sostenibile. Si tratta di una fiera generalista, con un pubblico particolarmente interessato alle opportunità di scoperta del territorio, in cerca di cartine, itinerari, informazioni su escursioni e attività giornaliere.
Sito ufficiale: <https://www.salonedelcamper.it/>

Connection luxury workshop ed evento

Paese: UK Manchester

Date: 21-24 settembre 2025

Descrizione: Dal 21 al 24 settembre, Modenatur, in veste di DMO del Territorio Turistico Bologna-Modena, ha partecipato a Connection Luxury UK & Ireland, uno dei principali eventi internazionali dedicati al turismo di alta gamma, organizzato da Jacobs Media, un evento B2B che riunisce da una parte buyer internazionali tour operator, agenzie di viaggio e società specializzate e dall'altra seller, ovvero destinazioni e operatori turistici incoming.

La formula prevede una fitta agenda di appuntamenti individuali che, in maniera distintiva rispetto ad altri workshop, sono preceduti da attività esperienziali condivise. Questi momenti informali e coinvolgenti consentono ai partecipanti di conoscersi meglio, favorendo la creazione di rapporti professionali. In questo contesto, Modenatur ha proposto la Modena Balsamic Vinegar Experience, una presentazione del territorio con un blind tasting dedicato a due eccellenze locali: Aceto Balsamico Tradizionale di Modena DOP e Aceto Balsamico di Modena IGP.

Più di 180 operatori internazionali hanno partecipato all'attività, scoprendo la destinazione attraverso uno dei prodotti simbolo della cultura enogastronomica modenese.

Grande visibilità anche durante la serata di gala nella suggestiva Cattedrale di Manchester, con oltre 250 ospiti. L'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena è stato inserito nel menu e Modenatur ha premiato sul palco i vincitori del blind tasting con bottigliette di Aceto Balsamico di Modena IGP e di Aceto Balsamico Tradizionale di Modena DOP.

L'iniziativa è stata realizzata nell'ambito del piano di attuazione del Programma di promozione e commercializzazione turistica del Territorio Turistico Bologna Modena, con il supporto di Piacere Modena e dei Consorzi di Tutela dell'Aceto Balsamico di Modena IGP e dell'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena DOP che hanno fornito i prodotti per le degustazioni.

Sito ufficiale: <https://www.connectionsluxury.com/>

IFTM TOP RESA

Paese: Francia, Parigi

Data: 22-26 settembre 2025

Descrizione: Siamo stati a Parigi a IFTM Top Resa 2025, il principale salone B2B del turismo in Francia. Abbiamo rappresentato il Territorio Turistico Bologna-Modena, portando in fiera i nostri punti di forza: città d'arte e siti Unesco, Motor Valley, borghi autentici, enogastronomia, turismo slow e natura, benessere e Appennino. La Francia è un mercato sempre più vicino all'Emilia-

Romagna, in crescita rispetto allo scorso anno. IFTM Top Resa ha riunito a Parigi più di 1.400 espositori e 50.000 professionisti del turismo: una vetrina internazionale e un'occasione preziosa per creare nuove relazioni con tour operator e agenzie di viaggio francesi.

Good Italy Workshop

Paese: Italia Parma

Data: 30 settembre 2025

Descrizione: Modenatur ha partecipato alla 9^a edizione del Good Italy Workshop, che si è svolta il 30 settembre 2025 a Palazzo da Mosto, Reggio Emilia. L'evento ha rappresentato uno dei principali appuntamenti B2B dedicati al turismo enogastronomico "slow", riunendo 55 buyer internazionali provenienti da 22 Paesi e 86 operatori turistici italiani, di cui 41 dell'Emilia-Romagna. Il workshop ha offerto un'importante occasione di promo-commercializzazione internazionale, permettendo agli operatori regionali – tra cui Modenatur – di presentare prodotti e itinerari dedicati al food & wine, al turismo culturale, attivo e benessere, oltre a esperienze slow legate ai produttori, alle degustazioni e ai saperi tradizionali. In serata, la partecipazione si è estesa alla Cena di Gala presso il Teatro Romolo Valli, con menù realizzati da tre chef rappresentativi dei territori emiliani.

L'evento è stato preceduto da due giorni di educational tour (28–29 settembre) organizzati dalle tre Destinazioni Turistiche Regionali – Visit Emilia, Territorio Turistico Bologna-Modena e Visit Romagna – ai quali hanno preso parte i buyer internazionali.

Sito ufficiale: <https://gooditalyworkshop.it/>

TTG Travel Experience e Workshop Meet & Match

Paese: Italia

Data: 7-9 ottobre 2025

Descrizione: Il TTG Travel Experience è il più importante evento B2B in Italia per il turismo leisure, che ha luogo presso la fiera di Rimini. L'evento riunisce agenzie di viaggio, tour operator e aziende specializzate nel settore dei viaggi, creando opportunità per espandere le reti commerciali e presentare nuove offerte turistiche. La 62^a edizione di TTG Travel Experience, organizzata da IEG, in contemporanea con InOut | The Hospitality Community, si è chiusa con risultati in ulteriore crescita. L'affluenza complessiva registra un aumento del 3% rispetto al 2024, confermando il trend positivo degli ultimi tre anni sia in termini di presenze che di qualità dei visitatori e soddisfazione degli espositori. In qualità di DMO, abbiamo partecipato alla fiera all'interno dello stand della Regione Emilia-Romagna organizzato da APT servizi, collaborando con la gestione del desk istituzionale per tutta la durata della fiera e distribuendo materiale informativo e promo-commerciale. Abbiamo inoltre partecipato al workshop b2b Meet & Match presso la fiera.

Sito ufficiale: ttgexpo.it

Auto e Moto d'Epoca

Paese: Italia

Date: 22-26 ottobre 2025

Descrizione: Auto e Moto d'Epoca è il più grande mercato europeo dedicato ai veicoli storici e d'epoca. L'evento riunisce collezionisti, appassionati, restauratori, club e professionisti del settore motoristico provenienti da tutto il mondo. Alla tradizionale esposizione di automobili e motociclette d'epoca si affianca un'ampia area dedicata ai ricambi e agli accessori originali, rendendo la fiera un punto di riferimento per chi opera nel settore del restauro e della conservazione del patrimonio storico dei motori. I visitatori possono ammirare veicoli di grande

prestigio, assistere a presentazioni speciali e partecipare a importanti aste dedicate alle auto storiche.

L'ultima edizione ha registrato più di 130.000 visitatori, con 5.000 auto in esposizione e 1.600 espositori, confermando l'importanza internazionale della manifestazione.

Abbiamo preso parte all'evento in una delle giornate a supporto di APT Servizi Emilia-Romagna e dell'Associazione Motor Valley Development, collaborando alla gestione del desk istituzionale insieme a un rappresentante di Motor Valley Development e a operatori privati del territorio attivi nel turismo motoristico. La partecipazione ci ha permesso di promuovere le esperienze turistiche legate alla Motor Valley e al territorio modenese e di stabilire nuovi contatti con associazioni di appassionati, musei e luoghi dei motori, oltre che con giornalisti e professionisti della comunicazione presenti in fiera.

Sito ufficiale: autoemotodepoca.com

2.8.3 Supporto agli organizzatori di eventi

Obiettivo: incentivare l'organizzazione di eventi sul territorio in modo coordinato e mirato a mettere a sistema sinergie e opportunità di sviluppo turistico e destagionalizzazione

La DMO pone particolare attenzione a questa azione e si mette a disposizione degli organizzatori di eventi che vogliono portare eventi sul territorio modenese. A titolo di esempio, non esaustivo di tutta l'attività che relazioneremo al termine del 2025, oltre agli eventi descritti nella precedente relazione citiamo anche il convegno SEMI 2025.

2.8.4 Fam trip

Obiettivo: far esperire agli operatori l'offerta turistica del territorio in modo che ne inseriscano i prodotti all'interno dei propri cataloghi.

Per i tour operator e gli organizzatori di eventi, la possibilità di vivere direttamente il territorio rappresenta uno degli strumenti più efficaci per promuovere l'offerta turistica e incentivare l'inserimento della destinazione tra le proprie proposte commerciali.

Questa attività è stata coordinata e gestita da un team specializzato della DMO, che opera in stretta connessione con le azioni di promozione svolte nell'ambito di fiere e workshop nazionali e internazionali, garantendo così una strategia integrata di marketing territoriale.

Nel periodo compreso tra l'assegnazione dell'incarico e il 31 luglio 2025, sono stati realizzati 4 fam trip dedicati a tour operator e buyer provenienti da diversi mercati di riferimento. Ogni iniziativa ha previsto tour esperienziali e attività di familiarizzazione con il territorio, ideati per far conoscere in modo diretto e coinvolgente le eccellenze culturali, enogastronomiche e paesaggistiche dell'area. L'obiettivo principale di questi viaggi è stato quello di favorire la creazione di nuove collaborazioni commerciali e di stimolare l'inserimento di itinerari e pacchetti turistici dedicati alla destinazione, rafforzando al contempo la rete di relazioni con operatori qualificati e interessati alla programmazione di soggiorni nel territorio modenese e nell'intero ambito del Territorio Turistico Bologna-Modena.

Di seguito, una descrizione dei fam trip organizzati al 31.07.25

	Operatore	Data inizio	Data fine	Mercato
5	Educational Good Italy Workshop Gruppo 1	28/09/2025	29/09/2025	Estero
6	Educational Good Italy Workshop Gruppo 2	28/09/2025	29/09/2025	Estero

Good Italy workshop 2025 – Bologna – Modena

Tipologia di attività: Educational tour

GRP 1 – Villas, food workshops and flavours of the flatlands between Bologna and Modena

GRP 2 – The secret flavours of the lowlands among villages and heritage residences

Gli ospiti coinvolti nei due tour sono stati 18 tour operator internazionali, provenienti da Europa, Nord America e Asia, partecipanti al workshop Good Italy. I buyer hanno selezionato liberamente l'itinerario di loro preferenza tra quelli proposti sul territorio regionale. L'educational tour è stato organizzato con l'obiettivo di presentare a un gruppo selezionato di buyer internazionali le eccellenze turistiche, gastronomiche e culturali dei territori di Modena e Bologna. L'iniziativa è stata curata dal team Modenatur in collaborazione con Bologna Welcome. Abbiamo costruito un programma con un approccio integrato e territoriale, coinvolgendo sia l'area modenese sia quella bolognese. I due itinerari proposti hanno permesso ai partecipanti di esplorare produzioni tipiche, dimore storiche, tradizioni culinarie e luoghi iconici delle due province, con particolare attenzione ai paesaggi della pianura, alle prime colline e al ricco patrimonio UNESCO modenese.

L'iniziativa ha contribuito a rafforzare la percezione dell'Emilia come destinazione di eccellenza per il turismo enogastronomico e culturale internazionale, con un'offerta esperienziale varia, strutturata e pronta per essere commercializzata.

GRUPPO 1 – Villas, food workshops and flavours of the flatlands between Bologna and Modena

1. AUSTRIA – Artenota Travel – Giorgia Losio
2. CANADA – Philip Beck Personal Travel – Philip Beck
3. CINA – Beijing M.I.C.E International Travel – Qin Ying
4. FRANCIA – Blue Travel & Events – Cornel Simiu
5. SPAGNA – Let's Eat The World – Yetunde Oshodi
6. SVEZIA – Forumresor – Erling Alvesson
7. SVIZZERA – Paolas Delikatessen – Paola De Paolis
8. REGNO UNITO – Worldwide Travel Destination Management – Tatiana Harajdova
9. USA – Letango Tours – Rocio Bernaldo

Il primo gruppo dell'educational tour ha riunito nove buyer internazionali provenienti da Austria, Canada, Cina, Francia, Spagna, Svezia, Svizzera, Regno Unito e Stati Uniti, rappresentanti di agenzie di viaggio, tour operator specializzati in enogastronomia e incoming, realtà MICE e operatori di

turismo esperienziale. Questo itinerario è stato scelto dai partecipanti interessati alla scoperta delle tradizioni culinarie e dei paesaggi caratteristici delle Valli Mirandolesi e della pianura modenese. Il programma è iniziato domenica 28 settembre al Barchessone Vecchio di San Martino Spino, con un laboratorio di cucina dedicato ai Maccheroni al Pettine, seguito da un tour in bicicletta tra i barchessoni storici e una degustazione conclusiva presso una realtà agricola del territorio. La serata è proseguita con cena e pernottamento in una struttura ricettiva della zona, dove è stato servito un menù tipicamente emiliano valorizzando prodotti locali e vini della pianura.

La seconda giornata è stata dedicata alle eccellenze del territorio: il gruppo ha visitato un caseificio specializzato nella produzione di Parmigiano Reggiano DOP, partecipando a una degustazione guidata, e successivamente ha preso parte a un percorso sensoriale sull'Aceto Balsamico di Modena all'interno di una realtà di produzione. Nel cuore di Modena, i partecipanti hanno poi esplorato i luoghi simbolo del patrimonio UNESCO, con una passeggiata tra Piazza Grande, il Duomo e la Ghirlandina. Il pranzo in un ristorante tradizionale ha chiuso l'esperienza prima del trasferimento verso Reggio Emilia. Questo itinerario ha offerto un'immersione completa nelle produzioni tipiche, nei paesaggi rurali e nelle tradizioni gastronomiche della pianura modenese.

GRUPPO 2 – The secret flavours of the lowlands among villages and heritage residences

1. AUSTRIA – The Genuine Experience – Alice Masi
2. CANADA – CBT Luxury Edition – Natasha Phillips
3. ESTONIA – Estravel Group – Evelin Maddison
4. PAESI BASSI – Natuurlijk Reizen – Peter Guijt
5. REGNO UNITO – Iberian Wine Tours – Jenny Siddall
6. REGNO UNITO – Operation Europe – Nicole D'Annunzio
7. USA – Just Spas & Adventures – Jill Leeds
8. USA – Perillo Custom Vacations – Irene Brown
9. USA – Wine Voyages – Fernanda Buenfil

Il secondo gruppo, composto da buyer provenienti da Austria, Canada, Estonia, Paesi Bassi, Regno Unito e Stati Uniti, rappresentava agenzie specializzate in viaggi di lusso, tour operator enogastronomici, operatori del turismo slow e aziende dedicate a wine tours e vacanze tematiche. L'itinerario scelto si è concentrato sulle produzioni d'eccellenza tra Modena città e le aziende agricole delle prime colline. La giornata del 29 settembre è iniziata con la visita a un caseificio della zona di Castelvetro, dove i partecipanti hanno degustato diverse stagionature di Parmigiano Reggiano, accompagnate da prodotti freschi e abbinamenti con miele e Aceto Balsamico. Successivamente, il gruppo ha raggiunto un'acetaia del territorio collinare per approfondire l'intero processo produttivo del balsamico, degustando mosto crudo, mosto cotto e diverse tipologie di Aceto Balsamico Tradizionale. A Modena, una passeggiata guidata ha permesso di scoprire luoghi iconici quali il Palazzo Ducale, il Teatro Pavarotti, l'antico ghetto e il complesso UNESCO di Piazza Grande. Il pranzo è stato organizzato all'interno del Mercato Albinelli, con proposte che valorizzavano prodotti tipici e interpretazioni originali dell'Aceto Balsamico di Modena. Il gruppo ha infine raggiunto Reggio Emilia nel primo pomeriggio. Questo percorso ha messo in evidenza la ricchezza del patrimonio culturale modenese e la qualità delle sue produzioni agricole, proponendo un'esperienza autentica a contatto con produttori e luoghi simbolo del territorio.

2.8.5 Azioni promo-commerciali turismo sportivo-outdoor

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

Oltre alle attività presentate nella precedente relazione che stanno proseguendo, sono in fase di progettazione azioni mirate di comunicazione e promozione del turismo invernale, che saranno realizzate tra novembre e dicembre.

Il presidente
Amedeo Faenza
Data 24.11.2025

Durc On Line

Numero Protocollo	INPS_47293854	Data richiesta	05/09/2025	Scadenza validità	03/01/2026
-------------------	---------------	----------------	------------	-------------------	------------

Denominazione/ragione sociale	MODENATUR SOC. CONS. ARL
Codice fiscale	02374350367
Sede legale	VIA SCUDARI 10 MODENA MO 41121

Con il presente Documento si dichiara che il soggetto sopra identificato RISULTA REGOLARE nei confronti di

I.N.P.S.

I.N.A.I.L.

Il Documento ha validità di 120 giorni dalla data della richiesta e si riferisce alla risultanza, alla stessa data, dell'interrogazione degli archivi dell'INPS, dell'INAIL e della CNCE per le imprese che svolgono attività dell'edilizia.



Provincia di Modena

VISTO DI REGOLARITA' CONTABILE

Bilancio e Contabilità finanziaria

Determinazione n. 2654 del 26/11/2025

Proposta n. 5540/2025 - Area Amministrativa - Promozione e Qualificazione turistica del territorio

OGGETTO: PROGRAMMA DI PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE 2025 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 G99I24001090002- CIG B5309481E3) - 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, 27/11/2025

Il Dirigente
GUZZARDI RAFFAELE

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