



Provincia di Modena

IL PRESIDENTE

Atto numero 189 del 18/12/2025

OGGETTO: PROGRAMMA TURISTICO DI PROMOZIONE LOCALE (PTPLP) DEL TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA-MODENA - ANNO 2026 - APPROVAZIONE.

La Legge Regionale n. 4 del 25/03/2016 “Ordinamento turistico regionale – Sistema organizzativo e politiche di sostegno alla valorizzazione e promo-commercializzazione turistica. Abrogazione della legge regionale 4 marzo 1998, n. 7” all’art. 12 bis, così come aggiunto dall’art. 10 della L.R. n. 8 del 29/07/2021, ha previsto la possibilità in capo alla Città metropolitana di Bologna in funzione di Destinazione Turistica ed alla Provincia di Modena di costituire il Territorio turistico Bologna-Modena, al fine di definire congiuntamente il Programma Annuale delle Attività Turistiche, che ricomprende il Programma di promo-commercializzazione turistica ed il Programma Turistico di Promozione Locale, relativo ai Servizi Turistici di base dei Comuni ed ai Progetti di Promozione Turistica di interesse locale.

La Regione ha inoltre stabilito con atto della Giunta regionale i criteri per la composizione del Tavolo di Concertazione e della Cabina di Regia del Territorio Turistico Bologna-Modena (DGR. n. 1371 del 06/09/2021), nonché le modalità di elaborazione, presentazione alla Regione e finanziamento dei Progetti di marketing e promozione turistica e dei Programmi turistici di promozione locale anche al fine del conseguimento dei relativi finanziamenti (DGR. n. 1372 del 06/09/2021).

Con la richiamata DGR n. 1372 del 06/09/2021 la Regione Emilia-Romagna ha confermato che al Territorio Turistico Bologna Modena spetta la definizione del Programma Annuale delle Attività Turistiche, che deve contenere il Programma di promo-commercializzazione turistica ed il Programma Turistico di Promozione Locale, che ricomprende:

- i Servizi Turistici di base dei Comuni;
- i Progetti di Promozione Turistica di interesse locale.

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 e ha 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, così concludendosi l’iter che ha condotto all’istituzione del Territorio Turistico Bologna-Modena avviato con i corrispondenti atti adottati dalla Città metropolitana (Delibera del Consiglio metropolitano n. 37 del 29/09/2021 e atto del Sindaco metropolitano n. 259 del 29/09/2021).

Con successiva DGR n. 2188 del 12/12/2022 ha approvato nuovi criteri attuativi aggiornati per la gestione dei servizi di accoglienza e informazione turistica e per il loro finanziamento, individuando le funzioni delle Destinazioni Turistiche e del Territorio Turistico Bologna-Modena ed abrogando la precedente DGR n. 956/2005 “Definizione standard minimi e degli standard di

qualità dei servizi di accoglienza ed informazione turistica Attuazione art. 14, L.R. 7/98 e art. 21, L.R. 7/03" (ad esclusione di quanto previsto dall'allegato Allegato D "Individuazione del marchio degli Uffici di informazione turistica e degli Uffici di informazione ed accoglienza turistica - IAT - riconosciuti sul territorio della Regione Emilia-Romagna e sue modalità di utilizzo", che sarà automaticamente abrogato con l'adozione di specifico atto di riforma di approvazione dell'immagine coordinata di tutti gli uffici IAT).

Con la suddetta DGR n. 2188/2022 la Regione ha ribadito che alle Destinazioni Turistiche e al Territorio Turistico Bologna-Modena, in coerenza con quanto stabilito dagli artt. 12 e 12 bis della L.R. n. 4/2016, è conferito l'esercizio delle funzioni e delle attività amministrative relative:

- a) all'organizzazione della promo-commercializzazione turistica, in particolare attraverso la realizzazione dei Programmi di attività, di cui all'art. 6 della LR 4/2016 e ss.mm.ii.;
- b) al coordinamento delle attività di informazione e accoglienza turistica, in coerenza con quanto stabilito dall'art. 13 della LR4/2016 e ss.mm.ii.

Le Destinazioni Turistiche e il Territorio Turistico Bologna-Modena sono inoltre chiamate a svolgere le attività amministrative connesse all'erogazione dei fondi assegnati dalla Regione ai sensi dell'art. 7, comma 3, lettera a) e in coerenza con quanto stabilito dagli artt. 12 e 12 bis della L.R. n. 4/2016.

Nell'esercizio delle funzioni conferite la Città Metropolitana di Bologna e la Provincia di Modena, quali enti che compongono il Territorio Turistico Bologna – Modena, hanno proceduto a declinare, integrare e modellare i requisiti previsti dalla Regione Emilia-Romagna per il sistema dei servizi di Informazione e Accoglienza Turistica sulla base delle esigenze dei territori di loro competenza.

Con atto del Presidente n. 131 del 19/07/2023 questo ente ha approvato l'atto recante Criteri e modalità organizzative per la gestione dei servizi di informazione e accoglienza turistica e per il loro finanziamento ai sensi della DGR n. 2188/2022.

Parallelamente la Città Metropolitana di Bologna con atto del Sindaco Metropolitano n. 177 del 18/07/2023 ha approvato il medesimo testo.

Nelle more dell'approvazione da parte degli Enti che compongono il Territorio Turistico Bologna-Modena del suddetto atto, la Regione, a seguito al confronto interno al gruppo di lavoro, ha manifestato la necessità di meglio chiarire e declinare alcuni punti dell'allegato alla DGR n. 2188/2022.

Conseguentemente con DGR n. 1223 del 17/07/2023 la Regione ha ritenuto, per migliorare la leggibilità dell'atto, di approvare un testo coordinato comprendente tutte le modifiche.

Trattandosi di chiarimenti e declinazioni per gran parte già recepiti nel testo approvato con atto del Presidente n. 131 del 19/07/2023 e atto del Sindaco Metropolitano n. 177 del 18/07/2023, salvo alcuni inserimenti di ulteriore chiarimento e dettaglio, si è condivisa l'opportunità di formare un testo coordinato che recepisce tali inserimenti, quale strumento di supporto e chiarezza per i Comuni e le Unioni dei Comuni interessati alla procedura di riconoscimento per gli uffici di Informazione e Accoglienza Turistica, approvato per ciò che attiene questo Ente con la determina n. 1291 del 24/07/2023 del Servizio Affari Generali e Polizia provinciale.

La Regione, nelle more dell'applicazione delle richiamate disposizioni di cui alla DGR n. 2188/2022 e ss.mm.e ii. ha chiarito, dandone recente conferma con comunicazione prot. n. 29169 del 26/08/2024, che nell'Ambito 1 debba espressamente distinguersi tra Servizi di base di informazione ed accoglienza e Servizi di base relativi ad animazione e intrattenimento e che le previsioni sul computo del budget debbano intendersi riferite ai soli Servizi Turistici di base relativi a informazione e accoglienza.

Con Atto del Presidente n. 113 del 02/10/2024 e Atto del Sindaco metropolitano n. 206/2024 si è quindi proceduto alla modifica dell'atto recante Criteri e modalità organizzative per la gestione dei servizi di informazione e accoglienza turistica e per il loro finanziamento approvato con precedente atto del Presidente n. 131 del 19/07/2023, al fine di recepire l'interpretazione data dalla Regione alle previsioni di cui alla DGR n. 2188/2022 e ss.mm.e ii. e stabilire, con riferimento al

requisito della sovracomunalità previsto per l'ammissibilità a finanziamento, la proroga al 2025 del regime di deroga per gli uffici del territorio modenese, già previsto per il 2024, oltre a correggere alcuni errori materiali contenuti nel precedente testo.

Da ultimo, con Atto del Presidente n. 119 del 06/10/2025 e contestuale analogo atto della Città Metropolitana di Bologna, il suddetto requisito della sovracomunalità è stato modificato, prevedendo che ogni singolo ufficio possa presentare domanda in autonomia, altresì specificandosi che il requisito della sovracomunalità si intenda soddisfatto qualora dal progetto emerga chiaramente la collaborazione dell'Ufficio che presenta la domanda con l'Ufficio IAT Reservation e sede di Redazione Locale (c.d. HUB) del territorio di riferimento (c.d. Ambito).

Tale modifica consente di uniformare l'applicazione del requisito e in particolar modo semplificare le attività degli Uffici dei singoli territori per la presentazione delle candidature sul P.T.P.L., nonché semplificare l'istruttoria ed il procedimento di approvazione del P.T.P.L., nel contempo consentendo il raggiungimento dell'obbiettivo di costituire e mantenere una rete capillare di punti informativi strettamente connessi al proprio territorio attraverso l'HUB, garantendo un raccordo a livello provinciale tramite le redazioni centrali di Bologna e Modena.

Adottati gli atti sopra richiamati sulla base di quanto previsto dall'art. 6 e dall'art. 12 bis della L.R. 4/2016 e ss.mm. ed approvato con Atto del Presidente n. 120 dell'08/10/2025 e delibera di Consiglio metropolitano n. 35 dell'08/10/2025 il Programma di promo-commercializzazione del Territorio Turistico Bologna-Modena per l'anno 2026, la Città metropolitana di Bologna e la Provincia di Modena sono chiamate ad elaborare per il 2026, mediante procedura ad evidenza pubblica, un unico Programma turistico di promozione locale (P.T.P.L. 2026), con criteri di selezione omogenei che tengano conto delle rispettive peculiarità territoriali.

Tale programma è suddiviso in due linee di finanziamento, che afferiscono rispettivamente ai soggetti beneficiari del territorio metropolitano e a quelli del territorio della Provincia di Modena, ciascuna destinata a finanziare i due ambiti in cui si compone il Programma.

Gli ambiti di attività del P.T.P.L. sono rappresentati da:

- Ambito 1 relativo ai Servizi turistici di base dei Comuni e delle Unioni di Comuni, a sua volta articolato in:

- 1.a Informazione e accoglienza al turista
- 1.b Animazione e intrattenimento turistico

- Ambito 2 relativo alle iniziative di promozione turistica di interesse locale.

Delle due linee di finanziamento sono rispettivamente soggetti attuatori la Città Metropolitana di Bologna in funzione di Destinazione turistica e la Provincia di Modena.

Il Programma Turistico di Promozione Locale per l'anno 2026 comprende interventi da realizzarsi nell'arco dell'esercizio di riferimento e specificatamente tra il 1° gennaio e il 31 dicembre 2026.

Si è ritenuto opportuno separare la parte relativa a criteri di valutazione, requisiti e obiettivi, e in generale gli aspetti che condizionano la concessione dei finanziamenti, demandando a successivo atto dirigenziale la declinazione degli aspetti più operativi e gestionali, nonché la regolazione del procedimento ad evidenza pubblica e l'avvio della medesima.

Con atto del Presidente della Provincia di Modena n. 122 del 09/10/2025 e atto del Sindaco metropolitano n. 173 del 09/10/2025 sono stati quindi stabiliti *Requisiti e criteri per l'elaborazione, del Programma turistico di promozione locale unitario per il Territorio Turistico Bologna-Modena per l'anno 2026 tramite avviso pubblico* (d'ora in avanti anche "Atto recante requisiti e criteri per l'elaborazione del P.T.P.L. 2026" o anche solo "Atto").

In particolare, l'Atto recante Requisiti e criteri per l'elaborazione del Programma turistico di promozione locale unitario per il Territorio Turistico Bologna-Modena per il 2026 tramite avviso pubblico fissa il quadro normativo e stabilisce i riferimenti strategico-programmatici del P.T.P.L. 2026, cui devono attenersi i progetti candidati al finanziamento, con particolare riguardo alle "Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027" approvate

con D.G.R. n. 1413/2024 ed agli gli obiettivi di carattere generale, ivi comprese le indicazioni su prodotti turistici e mercati-obiettivo.

Il medesimo Atto inoltre stabilisce gli ambiti di intervento del P.T.P.L., i tempi di realizzazione dei progetti, i soggetti ammessi alla presentazione della domanda, i requisiti per la presentazione delle domande, i criteri di valutazione dei progetti, i principi di ammissibilità delle spese, le modalità di formazione delle proposte di graduatoria, le percentuali massime di contributo, l'iter di approvazione del programma, nonché di assegnazione, concessione e liquidazione dei contributi, e i casi di revoca del contributo.

Con determinazione dirigenziale della Provincia di Modena n. 2223 del 10/10/2025 e determinazione dirigenziale della Città metropolitana di Bologna n. 2327 del 10/10/2025 si è quindi proceduto all'approvazione dell'avviso pubblico che ha stabilito modalità e termini di presentazione delle domande, con la specificazione dei motivi di non ammissibilità formale delle medesime.

L'avviso è stato redatto in conformità alle previsioni della Regione sopra richiamate e recepite nell'Atto del Presidente n. 119 del 06/10/2025 e nell'Atto del Presidente n. 122 del 09/10/2025, nonché nei corrispondenti atti della Città Metropolitana, cui pure l'avviso si conforma.

Ai sensi della disciplina sopra richiamata, come in precedenza, i progetti ammessi a finanziamento devono avere valenza sovracomunale.

Con riferimento all'Ambito 1 la disciplina regionale fissa la percentuale minima dei contributi per gli IAT c.d. innovativi (IAT Diffusi, IAT Digitali, Welcome room) calcolata sul totale delle risorse finanziarie destinate all'Ambito 1.a per i progetti di gestione degli uffici di informazione ed accoglienza turistica.

Al fine di garantire il rispetto della suddetta previsione, per il 2026 i Criteri e l'avviso hanno previsto l'approvazione di n. 4 graduatorie:

- graduatoria progetti IAT tradizionali - IAT e IAT R (Ambito 1.a);
- graduatoria progetti IAT innovativi - IAT digitale, IAT diffuso, Welcome Room (Ambito 1.a);
- graduatoria progetti di animazione e intrattenimento turistico (Ambito 1.b);
- graduatoria progetti di promozione turistica di interesse locale (Ambito 2).

Al fine di garantire la più ampia possibilità di finanziamento degli Uffici di informazione ed accoglienza al turista ed al contempo garantire il rispetto delle disposizioni regionali sui limiti di budget, anche per il 2026 è stato previsto che con riferimento alla Provincia di Modena, a prescindere dal budget regionale che verrà concesso per la realizzazione del P.T.P.L., il contributo per singolo ufficio IAT tradizionale non potrà in ogni caso superare il 50% dei contributi assegnati complessivamente alla graduatoria di riferimento.

I Criteri e l'avviso hanno stabilito che i soggetti ammessi alla presentazione della domanda a valere sull'ambito 1.a sono gli enti che hanno ottenuto riconoscimento degli uffici di informazione e accoglienza turistica siti nel Territorio Turistico Bologna-Modena.

I progetti di animazione e intrattenimento turistico di cui all'ambito 1.b possono essere presentati da Comuni (in forma singola o associata) e Unioni di Comuni che dispongano di un ufficio IAT R o IAT tra quelli regolarmente riconosciuti.

I soggetti ammessi a presentare domanda a valere sull'ambito 2 sono Comuni e Unioni di Comuni, Società e organismi operativi di Comuni/Unioni di Comuni nel senso meglio specificato nell'avviso, Enti pubblici, Pro Loco, Gruppi di Azione Locale (GAL), Strade dei vini e dei sapori, Associazioni del volontariato.

Per ciascun ambito del P.T.P.L. l'avviso ha indicato le modalità di presentazione delle domande entro e non oltre le ore 12:00 del 10 novembre 2025, mediante utilizzo dei modelli pure allegati alla determina n. 2223 del 10/10/2025 quale parte integrante (sub 2 - Modelli D1.a Ambito 1.a, sub 3 - Modelli D1.b Ambito 1.b, sub 4 - Modelli D2 Ambito 2).

L'avviso inoltre indica le spese ammesse e non ammesse, i limiti per singole tipologie di spesa, i criteri di valutazione, le percentuali massime dei contributi che potranno essere riconosciute sulla base dei punteggi ottenuti dal progetto in sede di valutazione.

Sono risultate pervenute complessivamente n. 58 domande, oltre a n. 1 progetto di Ambito 2 di Città metropolitana, per un totale di n. 59 progetti così suddivisi:

- n. 35 per la Città metropolitana di Bologna, di cui:

- n. 16 di Ambito 1.a INFORMAZIONE TURISTICA
- n. 6 di Ambito 1.b ANIMAZIONE TURISTICA

- n. 13 di Ambito 2 PROMOZIONE TURISTICA, oltre a n. 1 progetto ritirato (Comune di San Giovanni in Persiceto).

- n. 24 per la Provincia di Modena, di cui:

- n. 11 di Ambito 1.a INFORMAZIONE TURISTICA
- n. 5 in Ambito 1.b ANIMAZIONE TURISTICA
- n. 8 di Ambito 2 PROMOZIONE TURISTICA

La Città metropolitana di Bologna tramite i Servizi competenti dell'Area Sviluppo economico e sociale e la Provincia di Modena tramite il Servizio Affari Generali – U.O. Promozione e qualificazione turistica del territorio hanno provveduto, ciascuna per il proprio ambito di competenza, all'istruttoria amministrativa sulle domande pervenute, con riferimento alla verifica dei requisiti di ammissibilità delle domande pervenute, allo scopo di accertare la rispondenza della documentazione rispetto ai prescritti requisiti di ammissibilità soggettivi e oggettivi previsti dall'avviso pubblico, nonché con riferimento alla completezza formale delle domande presentate, all'esito della quale il progetto presentato da NAHIA APS è risultato non ammesso in quanto presentato oltre i termini di scadenza ai sensi dell'art. 7 dell'avviso (come da esiti dell'istruttoria amministrativa, P.G. n. 41498 dell'01/12/2025).

Conclusa tale fase, l'istruttoria tecnica dei progetti presentati è stata svolta dal Nucleo Tecnico di valutazione congiunto tra Città metropolitana di Bologna e Provincia di Modena, costituito secondo le previsioni dell'avviso, per l'elaborazione delle proposte di graduatoria dei progetti per ciascun ambito territoriale, preso atto delle risultanze della fase di istruttoria amministrativa.

Il nucleo di valutazione congiunto ha quindi svolto la valutazione di merito dei progetti di Ambito 1.a, che ha dato i seguenti risultati:

- n. 11 progetti in fascia alta
- n. 12 progetti in fascia media.
- n. 4 progetto in fascia bassa.

Per quanto riguarda l'Ambito 1.b, la valutazione tecnica dei progetti ha dato i seguenti risultati:

- n. 6 progetti in fascia alta.
- n. 3 progetto in fascia media.
- n. 2 progetto in fascia bassa.

La valutazione tecnica dei progetti di Ambito 2 ha dato i seguenti risultati:

- n. 8 progetti in fascia alta;
- n. 8 progetti in fascia media;
- n. 3 progetti in fascia bassa.

Per le istanze di contributo con costo complessivo di progetto superiore alla valorizzazione di massima prevista la spesa ammessa ai fini della quantificazione del contributo è stata rideterminata nell'importo massimo previsto dall'Avviso, riducendo della stessa misura percentuale ciascuna voce di spesa ricompresa nel piano finanziario.

Il verbale della seduta del Nucleo di valutazione congiunto è conservato agli atti della Provincia di Modena al P.G. n. 42743 del 10/12/2025.

Le graduatorie sono state approvate dagli organismi del Territorio Turistico Bologna - Modena, come da verbali delle sedute della Cabina di Regia e del Tavolo di Concertazione del Territorio Turistico Bologna -Modena del 09/12/2025, acquisiti rispettivamente al P.G. n. 42800 e al P.G. n. 42804 del 10/12/2025.

La proposta di Programma turistico di promozione locale (PTPL) 2026 del Territorio Turistico Bologna-Modena è stata quindi licenziata dal Tavolo di concertazione e dalla Cabina di Regia del Territorio Turistico Bologna-Modena.

Il Programma in approvazione allegato al presente atto quale parte integrante è formato dai seguenti elaborati:

- PTPL 2026 – Progetti presentati relativi all’Ambito 1 (servizi turistici di base, di informazione e accoglienza turistica e di animazione ed intrattenimento) ricadenti nel territorio della Città metropolitana di Bologna, allegato 1;
- PTPL 2026 – Progetti presentati relativi all’Ambito 2 (promozione turistica locale) ricadenti nel territorio della Città metropolitana di Bologna, allegato 2;
- PTPL 2026 – Progetti presentati relativi all’Ambito 1 (servizi turistici di base, di informazione e accoglienza turistica e di animazione ed intrattenimento) ricadenti nel territorio della Provincia di Modena, allegato 3;
- PTPL 2026 – Progetti presentati relativi all’Ambito 2 (promozione turistica locale) ricadenti nel territorio della Provincia di Modena, allegato 4;
- PTPL 2026 – Graduatoria dei progetti relativi all’Ambito 1 e all’Ambito 2, ricadenti nel territorio della Città metropolitana di Bologna, allegato 5;
- PTPL 2026 – Graduatoria dei progetti relativi all’Ambito 1 e all’Ambito 2, ricadenti nel territorio della Provincia di Modena, allegato 6.

La dimensione complessiva del programma, comprensiva del progetto di iniziativa diretta della Città metropolitana di Bologna, è riportata nel seguente schema:

PTPL 2026 PROSPETTO DI RIEPILOGO BOLOGNA	
Riepilogo Ambiti del Programma Turistico di Promozione Locale 2026	Spesa ammessa
AMBITO 1 SERVIZI TURISTICI DI BASE DEI COMUNI E DELLE UNIONI DI COMUNI	€ 1.114.484,48
1.a) INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA AL TURISTA	€ 984.484,48
- <i>IAT TRADIZIONALI</i>	€ 836.124,70
- <i>IAT INNOVATIVI</i>	€ 148.359,78
1.b) ANIMAZIONE E INTRATTENIMENTO TURISTICO	€ 130.000,00
AMBITO 2 INIZIATIVE DI PROMOZIONE TURISTICA DI INTERESSE LOCALE	€ 363.066,00

TOTALE	€ 1.477.550,48
---------------	-----------------------

PTPL 2026 PROSPETTO DI RIEPILOGO MODENA	
Riepilogo Ambiti del Programma Turistico di Promozione Locale 2026	Spesa ammessa
AMBITO 1 SERVIZI TURISTICI DI BASE DEI COMUNI E DELLE UNIONI DI COMUNI	€ 914.656,80
1.a) INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA AL TURISTA	€ 783.452,80
- <i>IAT TRADIZIONALI</i>	€ 639.852,80
- <i>IAT INNOVATIVI</i>	€ 143.600,00
1.b) ANIMAZIONE E INTRATTENIMENTO TURISTICO	€ 131.204,00
AMBITO 2 INIZIATIVE DI PROMOZIONE TURISTICA DI INTERESSE LOCALE	€ 205.008,00
TOTALE	€ 1.119.664,80

Gli organismi del Territorio Turistico Bologna-Modena hanno quindi formulato al Consiglio metropolitano di Bologna ed alla Provincia di Modena la proposta di graduatoria per fasce di valutazione delle domande ammissibili e la graduatoria.

Con il presente atto si procede all'approvazione di competenza della Provincia di Modena Programma Turistico di Promozione Locale (PTPL) 2026, così come composto dagli elaborati sopra richiamati (allegati 1, 2, 3, 4, 5 e 6), secondo l'iter indicato dalla DGR n. 786/2017, come modificata dalla DGR 1372/2021, in funzione dell'invio alla Regione con richiesta di approvazione e di finanziamento.

Si dà atto che contestualmente la Città Metropolitana di Bologna approva per quanto di competenza con proprio apposito atto il medesimo Programma.

Contestualmente, inoltre, ai sensi della DGR n. 1899 del 17/11/2025, nel frattempo intervenuta, si provvede, con ulteriore atto, all'approvazione del Programma unitario di promo-commercializzazione turistica (PPCT) del Territorio Turistico Bologna-Modena per l'anno 2027, ad integrazione del Programma unitario di promo-commercializzazione (PPCT) del Territorio Turistico Bologna-Modena per l'anno 2026, approvato con atto del Presidente della Provincia di Modena n. 120 dell'08/10/2025 e delibera del Consiglio metropolitano n. 35 dell'08/10/2025.

L'assegnazione dei contributi a valere sul PTPL 2026 avverrà, con atto monocratico del Sindaco metropolitano di Bologna e con atto del Presidente della Provincia di Modena, in percentuale variabile secondo la collocazione del progetto nelle griglie di assegnazione dei contributi e fino al concorso dell'ammontare complessivo delle risorse assegnate con atto regionale; la misura percentuale sarà stabilita sentiti gli organismi del Territorio Turistico di Bologna-Modena, in considerazione delle risorse regionali assegnate al PTPL per l'anno di riferimento.

In particolare, la definizione dell'esatta percentuale di contributo concesso per ogni fascia di valutazione sarà fissata con atto successivo nei limiti fissati dall'avviso; tali limiti potranno essere derogati solo nel caso in cui si renda necessaria l'eventuale riparametrazione ai fini del rispetto della misura del finanziamento degli uffici innovativi, comportando in tal caso l'applicazione di percentuali differenti, fatti comunque salvi i limiti previsti dalle disposizioni regionali anche sopravvenute, sia in termini di contributo per tipologia di ufficio sia di percentuale di finanziamento sulla spesa ammessa.

Al termine di tale iter, i contributi verranno concessi ai singoli soggetti beneficiari dalla Città metropolitana di Bologna e dalla Provincia di Modena con atti dei rispettivi Servizi competenti.

Il responsabile del procedimento è il Dirigente del Servizio Affari Generali e Polizia Provinciale, dott. Luca Gozzoli.

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.

Il Dirigente responsabile del Servizio interessato e il Direttore Area Amministrativa hanno espresso parere favorevole rispettivamente in ordine alla regolarità tecnica e contabile in relazione al presente atto.

Per quanto precede,

IL PRESIDENTE DISPONE

- 1) di dare atto che la proposta di Programma turistico di promozione locale (PTPL) 2026 del Territorio Turistico Bologna-Modena è stata licenziata dalla Cabina di Regia e dal Tavolo di concertazione del Territorio Turistico Bologna-Modena nelle sedute del 09/12/2025, come da verbali acquisiti rispettivamente al P.G. n. 42800 e al P.G. n. 42804 del 10/12/2025;
- 2) di dare atto che, per le istanze di contributo con costo complessivo di progetto superiore alla valorizzazione di massima prevista per Ambito 1 (punto 5.1 dell'avviso) e per Ambito 2 (punto 5.2 dell'Avviso), la spesa ammessa ai fini della quantificazione del contributo è stata rideterminata nell'importo massimo previsto dall'Avviso, riducendo della stessa misura percentuale ciascuna voce di spesa ricompresa nel piano finanziario;
- 3) di approvare il Programma Turistico di Promozione Locale (PTPL) per l'anno 2026 composto dai seguenti elaborati, allegati quale parte integrante e sostanziale del presente

atto, che contengono la graduatoria licenziata dagli organismi del Territorio turistico Bologna-Modena, nonché la descrizione dei progetti ammessi, come previsto dalla normativa regionale:

- PTPL 2026 – Progetti presentati relativi all’Ambito 1 (servizi turistici di base, di informazione e accoglienza turistica e di animazione ed intrattenimento) ricadenti nel territorio della Città metropolitana di Bologna, allegato 1;
 - PTPL 2026 – Progetti presentati relativi all’Ambito 2 (promozione turistica locale) ricadenti nel territorio della Città metropolitana di Bologna, allegato 2;
 - PTPL 2026 – Progetti presentati relativi all’Ambito 1 (servizi turistici di base, di informazione e accoglienza turistica e di animazione ed intrattenimento) ricadenti nel territorio della Provincia di Modena, allegato 3;
 - PTPL 2026 – Progetti presentati relativi all’Ambito 2 (promozione turistica locale) ricadenti nel territorio della Provincia di Modena, allegato 4;
 - PTPL 2026 – Graduatoria dei progetti relativi all’Ambito 1 e all’Ambito 2, ricadenti nel territorio della Città metropolitana di Bologna, allegato 5;
 - PTPL 2026 – Graduatoria dei progetti relativi all’Ambito 1 e all’Ambito 2, ricadenti nel territorio della Provincia di Modena, allegato 6;
- 4) di dare atto che contestualmente la Città Metropolitana di Bologna approva per quanto di competenza con proprio apposito atto il medesimo Programma;
 - 5) di rinviare a successivo atto l'accertamento dell'entrata, l'impegno di spesa e la conseguente attribuzione dei contributi ai beneficiari, cui si provvederà in caso di assegnazione dei fondi regionali;
 - 6) di dare atto che le eventuali economie derivanti dall'attuazione del programma saranno utilizzate per finanziare i progetti in graduatoria non finanziati o finanziati parzialmente a causa dell'esaurimento delle risorse disponibili e in subordine ridistribuite tra quelli già finanziati;
 - 7) di trasmettere il presente atto di approvazione del Programma Turistico di Promozione Locale anno 2026 alla Città Metropolitana di Bologna ai fini della trasmissione alla Regione Emilia-Romagna, unitamente all'atto di approvazione di competenza della Città metropolitana di Bologna;
 - 8) di trasmettere il presente atto agli enti attuatori dei progetti inseriti nella graduatoria in approvazione o che comunque abbiano presentato domanda, che ricadono nel territorio della Provincia di Modena;
 - 9) di informare che contro il presente provvedimento può essere presentato ricorso giurisdizionale avanti al Tribunale Amministrativo Regionale entro 60 giorni nonché ricorso straordinario al Capo dello Stato entro 120 giorni; entrambi i termini decorrenti dalla comunicazione del presente atto all'interessato.

Il Presidente
BRAGLIA FABIO

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

Allegato 1)

TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA-MODENA

P.T.P.L. 2026

AMBITO 1

**SERVIZI TURISTICI DI BASE
DEI COMUNI E DELLE UNIONI DI COMUNI**

BOLOGNA

INDICE PROGETTI

AMBITO 1.a - Informazione e accoglienza al turista - IAT TRADIZIONALI.....	3
1) COMUNE DI BOLOGNA - IAT R.....	3
2) NUOVO CIRCONDARIO IMOLESE - IAT R.....	6
3) COMUNE DI SAN GIOVANNI IN PERSICETO - IAT R.....	9
4) COMUNE DI SASSO MARCONI - IAT R.....	12
5) COMUNE DI ALTO RENO TERME - IAT.....	16
6) COMUNE DI DOZZA - IAT.....	21
7) COMUNE DI LIZZANO IN BELVEDERE - VIDICIATICO - IAT.....	26
8) COMUNE DI MONGHIDORO - IAT.....	29
AMBITO 1.a - Informazione e accoglienza al turista - IAT INNOVATIVI.....	33
1) COMUNE DI CREVALCORE - IAT DIFFUSO.....	34
2) COMUNE DI VALSAMOGGIA - IAT DIFFUSO.....	36
3) UNIONE RENO GALLIERA - IAT DIFFUSO.....	39
4) UNIONE DEI COMUNI DELL'APPENNINO BOLOGNESE - IAT DIGITALE.....	41
5) COMUNE DI BOLOGNA - WELCOME ROOM.....	43
6) COMUNE DI IMOLA - WELCOME ROOM.....	45
7) COMUNE DI LIZZANO IN BELVEDERE - WELCOME ROOM.....	46
8) COMUNE DI MARZABOTTO - WELCOME ROOM.....	48
AMBITO 1.b - Animazione e intrattenimento turistico.....	53
1) COMUNE DI BOLOGNA - IAT R.....	53
2) NUOVO CIRCONDARIO IMOLESE - IAT R.....	56
3) COMUNE DI SAN GIOVANNI IN PERSICETO - IAT R.....	59
4) COMUNE DI SASSO MARCONI - IAT R.....	63
5) COMUNE DI ALTO RENO TERME - IAT.....	66
6) COMUNE DI DOZZA - IAT.....	69

AMBITO 1.a - Informazione e accoglienza al turista - IAT TRADIZIONALI (IAT R e IAT)

1) COMUNE DI BOLOGNA - IAT R

P.G. n. 72266/2025
integrazione P.G. n. 73584/2025
integrazione P.G. n. 74889/2025

SEDE

Piazza Maggiore 1, Bologna

Relazione generale dell'attività e obiettivi di miglioramento del servizio con riferimento alle azioni che si intendono svolgere nel corso del 2026

La progettualità 2026 vede il consolidamento delle azioni di gestione e qualificazione dei servizi di informazione e accoglienza turistica implementate nel 2025 presso lo IAT-R del Comune di Bologna situato in Piazza Maggiore.

Gli interventi di valorizzazione dei servizi di informazione e accoglienza turistica nel 2026 si articolano in:

a) Accoglienza e informazione al pubblico

L'offerta di servizi di informazione, accoglienza e vendita delle esperienze del territorio, oltre che l'ampliamento della conoscenza di eventi e iniziative che vi insistono, viene veicolata attraverso:

- La distribuzione di materiali informativi e di promo-commercializzazione costantemente aggiornati, realizzati in base alle caratteristiche indicate nelle pagine dedicate al PTPL del sito di Città metropolitana di Bologna e contenenti il logo del Territorio Turistico Bologna-Modena e il logo promozionale regionale Visit Emilia Romagna;
- La rete di schermi presente nello IAT-R, che include punti interattivi dove l'utente può prenotare attività in autonomia o sfogliare i contenuti di proprio interesse direttamente su touch screen.
- In ottica di razionalizzazione degli uffici, nel 2026 si consolidano le altre sedi dello IAT-R, attivate nel corso dell'anno precedente, con l'obiettivo di portare l'informazione e l'offerta turistica nei luoghi maggiormente frequentati dai turisti.

Col fine di migliorare la percezione della qualità dell'accoglienza della destinazione, si interviene su:

- Efficientamento dei servizi grazie all'impiego di sistemi come quello di smistamento ed eliminacode, che consente di rilevare in maniera puntuale gli accessi all'ufficio, organizzare in maniera efficiente le postazioni di lavoro, tenendo conto dei flussi effettivamente registrati per orari e tipologie di servizi, e, al tempo stesso, migliorare l'eventuale attesa del visitatore che può essere impiegata per la raccolta di materiali, la consultazione di informazioni presso le postazioni video o la visione degli articoli di merchandising in vendita;
- Qualificazione degli uffici attraverso un programma di formazione continua dedicato agli operatori dello IAT-R e dettagliato al punto 5 della Specificazione dei seguenti elementi progettuali.

b) Assistenza

Gli operatori dello IAT-R sono a disposizione del pubblico tutti i giorni dalle 9 alle 19 e la domenica e festivi dalle 10 alle 17 (con chiusura limitata al giorno Natale) per erogare i servizi turistici di base a banco, e attraverso canali di comunicazione di uso quotidiano tradizionali (telefono, email) e più innovativi, come WhatsApp Business, che consente di rispondere in tempo reale ai clienti che necessitano di assistenza sia prima che durante il loro soggiorno in città.

Gli operatori possono contare su banche dati aggiornate, omogenee e coordinate rispetto al territorio di riferimento, in quanto utilizzano gli strumenti tecnologici della Destinazione turistica:

- Il portale turistico ufficiale del territorio metropolitano, bolognawelcome.com per la gestione dei contenuti;

- Il sistema di e-commerce selezionato dal Territorio Turistico Bologna-Modena attraverso le DMO territoriali e dagli IAT-R per la promo-commercializzazione dei servizi sia presso i punti fisici, che attraverso i propri siti, coincidenti con quelli delle Redazioni Locali del sistema turistico regionale;
- La web app MyBologna, che rappresenta il ponte tra il turista e i punti informativi del territorio metropolitano, erogando in modo sinergico informazioni e servizi, non solo relativi alla porzione di territorio servito, ma anche all'intera area metropolitana.

Con l'utilizzo di strumenti informatici, gli operatori degli IAT-R sono a completa disposizione dei turisti, aiutandoli, quando necessario, a prenotare le attività senza necessariamente utilizzare la modalità “in presenza” presso i punti informativi.

L'attivazione di corner dedicati ai principali attrattori del Capoluogo e alla linea di prodotto Cultura all'interno dello IAT-R consente di veicolare un'offerta specialistica in linea con il posizionamento della destinazione come meta d'arte e cultura.

In ottica di miglioramento costante dei servizi offerti, il personale raccoglie le schede reclami per disservizi, osservazioni e/o indicazioni di gradimento relative ai servizi erogati.

c) Promozione del territorio

La promozione del territorio passa anche attraverso la vendita di gadget relativi alle sue eccellenze. Si propone di perseguire un costante aggiornamento dei materiali in vendita con nuovi accordi con realtà del territorio, oltre a dare continuità alle collezioni dei marchi più rinomati del mondo dei motori, dell'enogastronomia e della cultura, alla linea di merchandising istituzionale a marchio “è Bologna” e la linea di merchandising dei Portici Patrimonio Unesco, realizzata in collaborazione con il Comune di Bologna.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Progetto che contempla la funzione di redazione locale (c.d. HUB) svolta dall'ufficio nell'ambito di ERT/SITUR

Sì

2) Elementi di qualità dell'attività di collaborazione, scambio di informazioni, coprogettazione con l'ufficio HUB di riferimento e tra l'HUB e gli altri uffici afferenti al medesimo ambito

Lo strumento selezionato dal Territorio Turistico Bologna-Modena attraverso le DMO territoriali per le attività di e-commerce è stato adottato anche dagli IAT-R per la promo-commercializzazione dei servizi presso i punti fisici. L'utilizzo congiunto e coordinato dell'e-commerce tra le DMO territoriali permette di connettere gli operatori del territorio per integrare e mettere organicamente in rete l'offerta dell'area turistica vasta Bologna-Modena e facilitare la programmazione del turista.

Grazie alla creazione degli hub territoriali, si prevede anche lo sviluppo di questo network a livello metropolitano, grazie alla possibilità di mettere in rete prodotti turistici con i tre hub (Sasso Marconi, Imola e San Giovanni in Persiceto).

Oltre ai prodotti turistici, questa rete di scambio è possibile anche a livello informativo grazie all'adozione di un CMS comune tra i siti delle Redazioni Locali del sistema turistico regionale, di cui gli IAT-R sono sede e il portale turistico ufficiale del territorio metropolitano, bolognawelcome.com.

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile

Accessibilità: attraverso la sezione Turismo accessibile del sito Bolognawelcome.it gli operatori forniscono informazioni puntuali e aggiornate intorno alle condizioni di accessibilità della destinazione e dei luoghi e delle esperienze. Tali informazioni garantiscono un aggiornamento costante per gli utenti.

Sostenibilità: in un'ottica di miglioramento e salvaguardia ambientale, la tendenza è quella di minimizzare la stampa di materiale informativo e promozionale, digitalizzando i materiali informativi e rendendoli disponibili sul portale turistico ufficiale del territorio metropolitano, bolognawelcome.com, in varie lingue, in modo tale da poter offrire lo stesso servizio informativo al turista, riducendo l'utilizzo di materiale cartaceo. Per una corretta veicolazione di informazioni e valorizzazione dell'offerta turistica nei confronti della domanda nazionale e internazionale non si può eliminare del tutto il cartaceo, ma preservare quegli strumenti imprescindibili a soddisfare le esigenze di particolari segmenti target che amano poter consultare e conservare le informazioni su strumenti cartacei. I processi di stampa vengono realizzati a basso impatto ambientale, in coerenza con gli obiettivi di sostenibilità del servizio.

Innovazione: la progettualità 2026 dello IAT-R del Comune di Bologna si caratterizza per un approccio orientato all'innovazione e al miglioramento continuo dei servizi di informazione e accoglienza turistica. Le azioni previste mirano a integrare tecnologie digitali avanzate, strumenti interattivi e canali di comunicazione evoluti al fine di ottimizzare la gestione operativa e migliorare l'esperienza dell'utenza. In tale ambito, ogni anno vengono sperimentate nuove tecnologie, nuovi prodotti e modalità di offerta, prevedendo uno studio continuativo di soluzioni innovative applicabili ai servizi erogati. L'utilizzo di sistemi di prenotazione autonoma, piattaforme digitali coordinate e strumenti di assistenza in tempo reale, come WhatsApp Business, consente di garantire un servizio efficiente, personalizzato e coerente con gli standard qualitativi della destinazione. Parallelamente, la formazione permanente del personale e la valorizzazione del merchandising territoriale contribuiscono a rafforzare la qualità percepita e l'immagine di Bologna quale destinazione turistica innovativa e accogliente.

4) Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO

L'utilizzo congiunto e coordinato dell'e-commerce selezionato dal Territorio Turistico Bologna-Modena tra le DMO territoriali permette di integrare e mettere organicamente in rete l'offerta dell'area turistica vasta Bologna-Modena, facilitando, al contempo, la programmazione del turista.

Si prevede anche l'intensificazione dello scambio di materiale informativo con altri IAT del territorio metropolitano, oltre che con lo IAT di Modena.

5) Descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti

- Corsi di aggiornamento linguistici;
- Corsi di aggiornamento per utilizzo dei Social Network e degli strumenti di comunicazione e assistenza, quali WhatsApp Business e MyBologna web app;
- Corsi di aggiornamento relativi al filone di nuovi prodotti outdoor, active & slow e di nuovi percorsi culturali inclusi nell'offerta turistica proposta;
- Corsi di aggiornamento relativi a siti museali e storici della città e del territorio metropolitano;
- Corsi di aggiornamento relativi ad eventi culturali organizzati in città e territorio metropolitano.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 300.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 300.000,00

PUNTEGGIO: 89

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

2) NUOVO CIRCONDARIO IMOLESE - IAT R

P.G. n. 71664/2025

SEDE

Piazza Ayrton Senna da Silva, 2 – Autodromo Internazionale Enzo e Dino Ferrari, Imola

Relazione generale dell'attività e obiettivi di miglioramento del servizio con riferimento alle azioni che si intendono svolgere nel corso del 2026

Negli ultimi anni il ruolo dell'informazione e dell'accoglienza turistica ha subito profondi mutamenti adattandosi all'evoluzione del settore in linea con i nuovi bisogni dei turisti e le possibilità offerte dalle nuove tecnologie. Gli uffici di informazione turistica sono stati a lungo intesi come luoghi in cui il turista, ormai arrivato presso la destinazione, poteva reperire materiali cartacei generici e standardizzati o informazioni presenziali. Oggi, invece, il turista cerca risposte alle proprie motivazioni di vacanza e tali motivazioni possono essere anche indotte attraverso una adeguata attività di comunicazione e promozione; infatti, il web e i social media consentono di raccogliere in modo autonomo informazioni e suggestioni. Grazie alle nuove tecnologie, il turista inizia il suo viaggio prima ancora di arrivare a destinazione, vive il territorio in maniera differente attraverso gli strumenti “mobile”, utili sia per la ricerca di informazioni sia per la prenotazione, per l'acquisto di servizi ma anche per la condivisione dell'esperienza. Per questo, si intende implementare maggiormente la comunicazione sia tramite pagine Facebook e Instagram dedicate, andando a condividere con tutti i Comuni una programmazione e un piano editoriale per meglio promuovere le varie iniziative e gli eventi; sia attraverso il portale turismoimolese.cittametropolitana.bo.it. Il sito, inoltre, implementato di un sistema di dynamic package “TREKKSOFT”, è in grado di veicolare offerte turistiche orientate alla tourism experience del territorio. Attraverso questi strumenti e alla qualità dell'accoglienza in loco, fondamentale per la reputazione della destinazione, lo IAT-R di Imola dovrà avere la capacità di offrire un servizio prima/durante/dopo il viaggio avendo ben presenti i seguenti obiettivi: trasformare l'attività di informazione e accoglienza al turista in un vero e proprio sistema di promozione della destinazione; convogliare verso i canali dell'informazione e accoglienza al turista i valori espressi dalle principali istituzioni culturali, formative, scientifiche ed economiche del territorio; fornire maggiore valore aggiunto e più servizi ai turisti favorendo il più possibile la corrispondenza tra domanda e offerta; offrire un servizio a 360° fruibile in tutte le fasi del viaggio/soggiorno in modo da accompagnare attivamente ed in maniera efficace il turista durante l'intero ciclo di relazione con la destinazione; qualificare il sistema dell'accoglienza turistica; favorire la crescita del valore identitario del territorio di competenza; valorizzare il patrimonio locale/circondariale, oltreché dell'area metropolitana e migliorarne la fruizione turistica, favorendo lo sviluppo di prodotti e servizi turistici del territorio del Nuovo Circondario Imolese; implementare l'offerta del territorio con una adeguata promozione; favorire la collaborazione tra i diversi stakeholder. L'orario di apertura è uno dei fattori che condiziona maggiormente le varie attività interne ed esterne di un ufficio turistico e influisce sulla costituzione dell'immagine del servizio: una fascia ampia di apertura incentiva la mobilità sul territorio per una migliore e più completa fruizione di tutte le risorse, favorisce la soddisfazione del turista ed il miglioramento complessivo del sistema turistico.

Per questo l'ufficio rimarrà aperto tutto l'anno ad esclusione delle seguenti giornate: 1 gennaio, 25 e 26 dicembre, Pasqua. Eventuali aperture e/o chiusure supplementari (fatti salvo gli standard minimi) saranno valutate nel corso dell'anno sulla base dei flussi turistici. Il periodo di massima affluenza è individuato nel periodo dal mese di aprile al mese di settembre. Saranno garantiti i seguenti orari di apertura: dal lunedì al venerdì dalle 9.30 alle 18.00 (orario continuato); sabato, domenica e festivi dalle 10.00 alle 17.00 (orario continuato); 24 e 31 dicembre 2026 dalle 9.30 alle 12.30 (nel corso dell'anno gli orari di apertura potranno subire modifiche, previa comunicazione e nel rispetto degli standard minimi di legge). In orario di chiusura è garantito il reperimento delle informazioni attraverso le seguenti modalità: consultazione dei seguenti siti web turismoimolese.cittametropolitana.bo.it, banner digitali esterni all'Ufficio di volta in volta aggiornati con informazioni sui principali eventi/iniziative. Infine, al bisogno, si procederà alle

modifiche/integrazioni/aggiornamenti dei materiali cartacei già in essere (ad esempio le brochure dei singoli Comuni) e/o alla stampa di nuovi flyers turistici.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Progetto che contempla la funzione di redazione locale (c.d. HUB) svolta dall'ufficio nell'ambito di ERT/SITUR

Sì

2) Elementi di qualità dell'attività di collaborazione, scambio di informazioni, coprogettazione con l'ufficio HUB di riferimento e tra l'HUB e gli altri uffici afferenti al medesimo ambito

Al fine di accrescere la rete territoriale di informazione e accoglienza turistica, anche nel 2026, si procederà per sviluppare un'incisiva collaborazione con i Comuni e gli Uffici Turistici del territorio circondariale condividendo informazioni e materiali circa attrattive e attività di ambito sovracomunale. L'ufficio IAT-R di Imola, infatti, si pone come punto di raccordo anche per gli altri Comuni del territorio con cui il Nuovo Circondario Imolese ha una convenzione in essere per la gestione di azioni di sviluppo turistico in forma associata. In un territorio ampio e dalle molteplici sfaccettature, quale è quello dell'area imolese, composto da dieci Comuni, la presenza dell'Ufficio IAT-R come hub turistico permette di promuovere concretamente, e soprattutto in forma unitaria, una vasta area, e far sì che sia garantita un'offerta ampia ed articolata in virtù del grande patrimonio storico, artistico, ambientale ed enogastronomico della stessa. Ruolo dello IAT-R sarà, pertanto, quello di essere punto di riferimento del coordinamento tra i Comuni del Circondario e gli operatori che vi operano, grazie ad uno scambio reciproco di informazioni, creando una collaborazione che porti ad integrare e ampliare le competenze, al fine del buon funzionamento del sistema turistico e della divulgazione delle informazioni in modo capillare e sistematico. In particolare, gli operatori privati saranno sollecitati a fare sistema con la realizzazione di alcune azioni mirate come, ad esempio, il mantenimento nei loro spazi di corner informativi contenenti materiali del territorio così che possano abbinare alla vendita dei loro prodotti anche il concetto di ospitalità. In un'ottica di continua evoluzione del turismo dobbiamo considerare il nostro IAT-R/HUB TURISTICO come in continuo cammino al fine di acquisire sempre più quella capacità ad essere riconosciuto come referente della destinazione turistica nella consapevolezza che, per crescere e valorizzare il servizio, si deve far crescere il territorio e gli operatori di settore, per diventare così la vetrina del territorio. L'efficacia della strategia è rafforzata anche tramite la gestione di una postazione all'interno dell'info point turistico eXtraBO che consente di fare sinergia con gli altri soggetti dell'area metropolitana e del Territorio Turistico Bologna Modena che coordinano e realizzano iniziative e progetti che hanno ricadute su tutto il territorio e permettono di innalzarne il livello di qualità turistica. È quindi fondamentale per il Circondario continuare a curare, così come fatto in questi anni, le relazioni con tali soggetti, ciascuno dei quali ha proprie competenze specifiche, complementari e sinergiche tra loro, all'interno della strategia regionale in materia di politiche turistiche. Infine, per creare una rete virtuale di informazioni in grado di accogliere i turisti e fornire loro tutte le informazioni di cui hanno bisogno, l'Ufficio IAT-R di Imola sarà impegnato quotidianamente a mantenere aggiornati i vari siti del territorio e i siti dell'Emilia-Romagna dedicati al turismo, in particolare emiliaromagnaturismo.it e quello ufficiale di Informazione Turistica dell'Area Imolese. Inoltre, tramite social saranno diffuse, in base ad un piano editoriale condiviso, le informazioni circa eventi e attrattive dell'area circondariale.

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile

Accessibilità: l'Ufficio garantisce l'accessibilità a tutti, anche alle persone con disabilità motoria, essendo collocato al piano terra nel paddock 0, corredata di opportuni scivoli e ampio parcheggio con vari posti riservati a portatori di disabilità, oltre a essere privo di barriere architettoniche. Si segnale, sempre nel

contesto dell'accessibilità, che in prossimità dell'Ufficio sono installati dei pannelli per le persone con disabilità visiva che permettono tramite lettura del braille di avere informazioni sull'Autodromo e sulle principali attrazioni di Imola.

Sostenibilità: Il Circondario intende applicare nel territorio di propria competenza un approccio al turismo che passi in primis dalla gestione dei servizi in modo che l'intera filiera possa contribuire a creare benessere sociale e valore economico diffuso, principi su cui si basa la sostenibilità. La qualità dei servizi turistici offerti, infatti, gioca un ruolo fondamentale nel turismo sostenibile. Si intende, quindi, proporre agli utenti una selezione mirata di servizi e prodotti con la garanzia che verranno sempre erogati ai massimi livelli, ad esempio, creando delle experinces che offrano cibi biologici e a chilometro zero e la possibilità di effettuare escursioni sul territorio per imparare a conoscerlo nei suoi aspetti più peculiari. A tal proposito il territorio del Nuovo Circondario Imolese vanta una ricca selezione di percorsi sia di trekking, sia da realizzare in bici per la cui promozione, fruizione e commercializzazione sarà incentivata tramite l'utilizzo di QrCode scaricabili presso la struttura e/o nella sezione del sito dove sarà possibile visionare e scaricare le tracce GPS dei vari itinerari. La modalità del QrCode sarà utilizzata anche in occasione della realizzazione di nuovi materiali cartacei, dando così, da un lato, all'utente la possibilità di ottenere informazioni sempre aggiornate e dall'altro di evitare eccessivo consumo di carta nell'ottica della sostenibilità.

Innovazione: Nel tentativo di rendere il turismo anche più sostenibile e innovativo, parallelamente ai materiali cartacei tradizionali, lo IAT-R si impegnerà quotidianamente a tenere aggiornati il sito area imolese, i social networks e i siti messi a disposizione dal turismo dell'Emilia-Romagna per informare e rendere l'esperienza del turista migliore possibile. A tal proposito si procederà al rafforzamento dell'identità del territorio (brand) con sviluppo di narrazioni coinvolgenti (storytelling) per valorizzare il patrimonio locale.

4) Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO

Come detto, rimane fondamentale la sinergia con gli altri soggetti territoriali che condividono le politiche turistiche, in particolare le DMO, per rafforzare i servizi e le risorse delle varie identità territoriali nell'ottica di una pianificazione strategica unitaria. Nel corso del 2026, pertanto, sarà sempre mantenuto vivo costante il dialogo con le DMO di riferimento soprattutto per quanto riguarda l'allineamento delle azioni di comunicazione con particolare riguardo al web marketing del territorio.

5) Descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti

Per garantire i servizi di front e back il Nuovo Circondario, a seguito di incarico, utilizzerà personale di IF – Imola Faenza Tourism Company, adeguatamente formato e che risponde ai requisiti di comprovata esperienza e conoscenza degli aspetti culturali, naturalistici e paesaggistici, degli eventi e delle iniziative, delle attività sportive, ricreative e congressuali, nonché dei luoghi di interesse turistico del territorio e delle aree limitrofe. Inoltre, gli operatori che si turneranno saranno in possesso del diploma di laurea o equiparato in base alla nuova normativa. Il personale avrà conoscenza di almeno due lingue, tra cui l'inglese e capacità di operare con gli strumenti informatici e telematici. Nel corso del 2026, in ottemperanza a quanto previsto dalla nuova normativa regionale, saranno previsti dei momenti di aggiornamento circa le conoscenze relative a risorse e servizi turistici. Tali corsi formativi, oltre che per il personale dello IAT-R, saranno previsti congiuntamente anche per il personale dello IAT di Dozza. Inoltre, sarà riproposta un'ulteriore attività formativa che ha avuto un riscontro molto positivo, denominata "lezioni di territorio", consistente nel percorrere e visitare il territorio. Si ritiene, infatti, che solo vivendo direttamente le esperienze di visita e conoscenza dei luoghi diventa possibile raccontarli con passione e far scattare negli ospiti il desiderio della visita. Tutti gli addetti saranno, pertanto, coinvolti in piccoli gruppi in educational sul territorio, accompagnati, a seconda delle destinazioni, da guide turistiche, ambientali, dai curatori di mostre, dalla direzione dei musei, dai responsabili commerciali, per avere una conoscenza diretta ed esperienziale del territorio che comunicano, promuovono e vendono dagli uffici informazione. In questa maniera ciò che si

vive direttamente diventa più semplice e naturale da raccontare, anche con maggiore piacere, in quanto è stato provato personalmente. Si prevedono due giornate di visita all'anno. Tutti gli addetti faranno, inoltre, incontri formativi sul turismo digitale.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 100.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 100.000,00

PUNTEGGIO: 81

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

3) COMUNE DI SAN GIOVANNI IN PERSICETO - IAT R

P.G. n. 72173/2025

SEDE

Via Cento 9/A, San Giovanni in Persiceto

Relazione generale dell'attività e obiettivi di miglioramento del servizio con riferimento alle azioni che si intendono svolgere nel corso del 2026

Nel 2025 è proseguita un'intensa attività di rafforzamento delle basi già poste per il raggiungimento degli obiettivi prefissati, ovvero costruire uno IAT-R che sia un vero punto di riferimento per l'intera pianura bolognese. La struttura organizzativa dell'ufficio, interamente a gestione diretta, ha continuato a consolidare buone prassi tra i diversi attori della rete con potenziale ricaduta turistica, creando fusi virtuosi delle informazioni necessarie all'ottimale svolgimento del Servizio. Nel corso del 2026 saranno implementate e intensificate le azioni già intraprese nel corso del 2025:

- Programmazione e conduzione di visite guidate tematiche nei luoghi di interesse storico, culturale, civile, alla scoperta del territorio tra cultura, curiosità, enogastronomia e paesaggio;
- Progettazione e conduzione di itinerari tematici nell'ambito del PTPL;
- Elaborazione e pubblicazione di un percorso di visita alle terre della Partecipanza (Pieve di Cento, Sant'Agata Bolognese, San Giovanni in Persiceto e Nonantola);
- Organizzazione di tour esperienziali e di esperienze autentiche, sempre più richieste dai turisti, che non cercano solo attrazioni, ma vogliono immergersi nella cultura locale, assaggiando la gastronomia tipica, scoprendo l'artigianato e partecipando a eventi locali;
- Organizzazione di conferenze in collaborazione con storici, scrittori, docenti ed esperti;
- Ideazione, realizzazione ed allestimento di mostre e iniziative con creazione di brochure dedicate;
- Collaborazioni con gli stakeholder e gli organizzatori dei maggiori eventi del territorio;
- Supporto organizzativo ed operativo per le Giornate del FAI;
- Collegamento con i Musei civici di Bologna nello specifico il Museo del Risorgimento attraverso la collaborazione per visite coordinate con la Certosa di Bologna ed il Cimitero storico monumentale di Persiceto.
- MICE e Ampliamento dell'offerta per gli incentive e il team building , nel corso del 2025 si sono organizzati 3 eventi per la Ditta Roberto Collina di Crevalcore; 2 eventi per l'attività Sospiro (profumeria di nicchia) ed un evento per Automobili Lamborghini SpA.

Tali attività saranno svolte nei comuni afferenti il sub-ambito pianura bolognese partendo dai comuni di interesse della Ciclovia del Sole (nostro principale target di riferimento).

Continueranno ad essere consolidati i rapporti con le DMO di riferimento, nello specifico con eXtraBo, al fine di implementare la rete delle attività aderenti alla Carta dei servizi della Ciclovia e alla neonata Carta dei Servizi del Navile in supporto all'Unione Reno Galliera, sostenere anche con risorse proprie i Press e FAM tour condividendo obiettivi ed azioni in linea con il piano triennale e il PPCT del Territorio Turistico. Supporto per i trekking urbani e il cluster Ville e Castelli.

Oltre all'attività di informazione turistica, i principali servizi erogati dall'ufficio sono riassumibili in:

- Servizio di front office, anche in lingua straniera; lo IAT-R Pianura Bolognese, situato sul tracciato della Ciclovia del Sole, rappresenta un punto di riferimento fondamentale per i cicloturisti in transito ed è in grado di accogliere e assistere anche visitatori di lingua straniera;
- Assistenza agli utenti nella ricerca e prenotazione di strutture ricettive e ristorative in base alle richieste specifiche, anche in occasione di eventi e festival loiali;
- Monitoraggio costante della disponibilità ricettiva in relazione alle esigenze degli utenti;
- Acquisto di biglietti ferroviari Trenitalia e Italo;
- Gestione di iscrizioni per visite guidate, eventi e conferenze;
- Organizzazione di educational tour per guide turistiche certificate, con distribuzione di materiale informativo su attività, comuni, musei e attrazioni del territorio;
- Noleggio di biciclette sia proprie che in appoggio al servizio offerto dal gestore del Bed&Bike;
- Accoglienza e assistenza a gruppi e delegazioni (Press Tour, Fam Trip, delegazioni europee, eii.);
- Collaborazione con agenzie turistiche, tour operator e Pro Loco per la realizzazione di visite guidate e itinerari personalizzati;
- Attività di promozione per aumentare la visibilità dello IAT-R, tra cui incontri con gli stakeholder del territorio e partecipazione a fiere campionarie ed eventi con stand proprio;

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Progetto che contempla la funzione di redazione locale (c.d. HUB) svolta dall'ufficio nell'ambito di ERT/SITUR

Sì

2) Elementi di qualità dell'attività di collaborazione, scambio di informazioni, coprogettazione con l'ufficio HUB di riferimento e tra l'HUB e gli altri uffici afferenti al medesimo ambito

Le attività di collaborazione, scambio e co-progettazione in oggetto sono riassumibili in:

- Realizzazione di cartoline dedicate a ciascun Comune della Pianura Bolognese;
- Creazione di una brochure tematica dedicata ai prodotti De.Co. del territorio;
- Mappatura delle strutture ricettive con inserimento dei CIN;
- Raccolta di informazioni dai Comuni su piatti e prodotti tipici legati alle festività, finalizzata alla creazione di materiali informativi e promozionali;
- Illustrazione delle attività dello IAT-R durante l'evento di presentazione della Carta dei Servizi "Ciclovia Reno e Navile" a San Giorgio di Piano (BO);
- Partecipazione a eventi di settore, tra cui Ciclo Festa a Mirandola (in aprile) e Agri Travel Expo a Bergamo (in Aprile);
- Realizzazione di un servizio fotografico/video dei Comuni della Pianura Bolognese in collaborazione con Wildlab.

Per il 2026:

- sarà organizzato un Galà della Pianura presso l'edificio "Ex Arte Meccanica" aperto ad Amministratori ed addetti al turismo dell'intera Pianura al fine di condividere i prodotti tipici enogastronomici; le eccellenze che hanno ottenuto la qualifica De.CO e le attività disponibili ad aprirsi per degustazioni anche in occasione di Fiere e Sagre;
- sarà editato un depliant (fai simile pulp magazine) da consegnare anche ad eXtraBO che raccoglie le eccellenze della Pianura, al momento si partirà con un'unica edizione per il 2026 ma potrebbe essere successivamente sviluppata per tematiche es: Carnevali; Borghi; Festival etc.

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile

Accessibilità: Lo IAT-R Pianura Bolognese è situato presso l'edificio "Ex Arte Meccanica" a piano terra, è accessibile anche a persone con disabilità motoria e dispone di servizi igienici idonei per persone con disabilità. Il personale ha eseguito una formazione online dedicata all'accoglienza e assistenza di utenti con esigenze specifiche. È stata altresì effettuata una ricognizione delle strutture ricettive, ristorative e culturali del territorio per verificare la presenza o l'assenza di barriere architettoniche e promuovere una rete turistica inclusiva.

Sostenibilità: Vengono attuate misure di promozione del turismo sostenibile mediante diffusione di informazioni e consigli utili ai turisti per favorire comportamenti responsabili, come l'uso consapevole delle risorse, la corretta gestione dei rifiuti e il rispetto dell'ambiente; Si punta alla valorizzazione dello slow tourism attraverso la rete di ciclovie e cammini del territorio; Vengono intensificate le iniziative di sensibilizzazione ambientale mediante la realizzazione di campagne informative e attività di comunicazione per promuovere pratiche eco-friendly tra visitatori e operatori turistici.

Innovazione: Per quel che riguarda le innovazioni tecnologiche c'è una continua formazione in collegamento con la DM per l'implementazione del software e del gestionale dedicato all'e-commerce dello IAT R (trekksoft). Sarà inoltre implementato l'archivio fotografico condiviso con la DM (Photoshelter) e realizzati brevi video promozionali da utilizzare sui social.

4) Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO

Le attività in oggetto sono riassumibili in:

- Scambio di materiali informativi e promozionali ion eXtraBO;
- Partecipazione a riunioni di aggiornamento dedicate all'utilizzo della piattaforma Trekksoft;
- Collaborazione tra IAT-R, Bologna Welcome ed eXtraBO fondata sulla creazione di una rete integrata di informazioni e servizi finalizzata alla promozione coordinata del territorio e all'offerta di esperienze di qualità ai visitatori;
- Sviluppo di iniziative comuni attraverso la condivisione di dati, eventi, materiali e opportunità, volte a valorizzare il patrimonio culturale, naturalistico e turistico della pianura bolognese;
- Costante lavoro di rete volto a rafforzare l'attività del territorio, migliorare i servizi di accoglienza e la fruizione delle sue eccellenze attraverso incontri periodici (nel 2025 ci sono stati 6 incontri tra IATR; Redazione Locale; Comune di Crevalcore e Unione Reno Galliera).

5) Descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti

- Partecipazione a visite guidate di approfondimento sul territorio;
- Partecipazione a percorsi formativi organizzati da Sustenia sul tema della bonifica e della valorizzazione del paesaggio;
- Partecipazione all'incontro online di formazione organizzato dall'Archivio Cartografico Regionale nell'ambito del ciclo "I Mercoledì dell'Archivio" dal titolo "Cimiteri storici e monumentali dell'Emilia-Romagna: la normativa di riferimento, il catalogo e i progetti di valorizzazione" (5 novembre 2025);
- Partecipazione all'incontro online promosso nell'ambito del progetto europeo AMIGOS, dal titolo "Itinerari a piedi per tutti: come migliorare l'accoglienza e l'ospitalità per escursionisti con disabilità visiva – conoscere per comprendere" (6 novembre 2025).

TOTALE SPESE PREVISTE: € 86.600,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 86.600,00

PUNTEGGIO: 80

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

4) COMUNE DI SASSO MARCONI - IAT R

P.G. n. 70866/2025

SEDE

Via Porrettana n.314, Sasso Marconi

Relazione generale dell'attività e obiettivi di miglioramento del servizio con riferimento alle azioni che si intendono svolgere nel corso del 2026

Lo IAT R manterrà l'ampliamento dei giorni e degli orari di apertura al pubblico in alcuni periodi con una rimodulazione in funzione della stagionalità dei flussi turistici: periodo di massima affluenza aprile-maggio e settembre-ottobre-novembre tutti i giorni 10-13 e 14:30-17:30; periodi compresi negli 8 mesi di apertura annuale marzo-giugno e dicembre dal martedì al sabato 10-13 e 14:30-17:30; altri periodi gennaio e febbraio – luglio e agosto (date indicative) 1/1-10/1 chiuso – periodo 11/1-28/2 da martedì a venerdì 10-13 – periodo 1/7-3/8 e 19/8-31/8 da martedì a sabato 10-13 e 14:30-17:30 – periodo 4/8-18/8 da martedì a venerdì 10-13.

Le attività si concentreranno nell'erogazione dei servizi e nelle attività di seguito specificate:

Rilascio di informazioni turistiche relative agli attrattori presenti sul territorio di riferimento e all'interno del territorio regionale anche in orario di chiusura al pubblico tramite sito coerente afferente al SITur o ad esso collegato, adeguato e interconnesso con le disposizioni previste dal Progetto "Data Science e Digital Twins. Focus Slow Tourism per una crescita sostenibile del turismo in Emilia-Romagna; Assistenza ai turisti anche diretta, anche in lingua straniera e mettendo a disposizione una connettività Wi-Fi aperta e gratuita; Diffusione di materiale informativo e promozionale relativo al territorio di competenza e a quello regionale; Attività di accoglienza coordinata dal Comune titolare del servizio e in collaborazione con il Territorio Turistico di riferimento, la Regione Emilia-Romagna e APT servizi, per giornalisti, blogger, troupe televisive e cinematografiche o per altri stakeholder; Attività di informazione e accoglienza turistica, al di fuori della propria sede usuale, in occasione di eventi di particolare rilevanza turistica; Gestione di archivi fotografici e multimediali relativi al proprio territorio di riferimento; Vendita di pubblicazioni, merchandising e prodotti tipici, nel rispetto della normativa vigente; Prenotazione e vendita di servizi turistici, a titolo esemplificativo ma non esaustivo: pernottamenti, escursioni, esperienze, visite guidate, biglietti musei, trasporti locali, transfer, biglietti di spettacoli ed eventi, nel rispetto del principio di equità, correttezza e trasparenza nei confronti di tutte le imprese del settore turistico e alberghiero del territorio di riferimento.

Obiettivo principale, sebbene continuativo rispetto allo scorso anno, sarà quello di rafforzare le azioni di promo-commercializzazione delle esperienze turistiche dell'Appennino Bolognese verificandone l'appeal e aumentando la qualità del prodotto offerto. Inoltre, al suo secondo anno da IAT R, l'Ufficio Turistico di Sasso Marconi continuerà ad effettuare attività di coordinamento con i territori per accrescere la Brand Awareness di tutto l'Appennino in coordinamento con TT.

Dal 2024, l'Ufficio Turistico di Sasso Marconi è sede della redazione locale e dell'hub unico Appennino garantendo una promozione territoriale di un territorio molto ampio ma che sta, sempre più, creando una sua propria identità. Di seguito le diverse aree di intervento su cui andremo a lavorare, di seguito gli obiettivi principali e le conseguenti azioni:

Informazione e accoglienza turistica per tutto l'Appennino:

Le azioni proposte per il 2025 rimangono in essere, in quanto fondamentali per il buon coordinamento dell'attività degli uffici e di conseguenza per l'informazione e l'accoglienza degli utenti.

Per il 2026 è previsto di consolidare maggiormente il rapporto con le amministrazioni degli enti locali: così facendo i comuni saranno più partecipi e attivi nel processo di promozione turistica del territorio. Ulteriori strumenti che permetteranno di rendere più capillare la diffusione di informazioni riguardanti il territorio

sono rappresentati dai nuovi totem informativi. L'installazione e attivazione è iniziata già nel 2025 nei comuni dell'Unione Appennino bolognese, e nel corso del 2026 i contenuti saranno costantemente aggiornati, sia dalla RL che dai comuni stessi.

Nel 2026 saranno disponibili anche le nuove mappe turistiche dell'Appennino bolognese, realizzate secondo le linee guida di immagine coordinata della DMO.

Verranno intraprese anche azioni di revisione e aggiornamento dei portali territoriali (come <https://www.infosasso.it/>, <https://www.bolognamontana.it/>, <https://www.discoveraltorenoterme.it/>, <https://www.visitcollibolognesi.it/>) per far sì che le informazioni presenti siano correttamente riportate e condivise.

Promozione:

Il portale <https://appenninobolognese.cittametropolitana.bo.it/it> rimane strumento fondamentale e centrale per la promozione territoriale, aggiornato costantemente dalla RL, che continua anche a condividere le informazioni con le redazioni di Bologna Welcome, eXtraBO, RL Imolese e Pianura, Sagre&Feste, ERT, Bologna Estate per fornire il massimo della copertura di pubblico.

Per il 2026 prevediamo di rafforzare in particolar modo il legame con eXtraBO, collaborando per creare e condividere contenuti creati ad hoc sui loro canali, che nel 2025 hanno visto un notevole incremento di visite e visualizzazioni. Per questo motivo e per un'analisi di mercato sempre più mirata e condivisa, nel 2026 la RL avrà a disposizione una dashboard specifica per tenere monitorati i dati relativi alle visite sul sito eXtraBO e sui social collegati, in modo da poter meglio comprendere l'andamento delle ricerche degli utenti e monitorare interessi e attitudini.

Commercializzazione:

Il lavoro propedeutico svolto con gli operatori IAT per la corretta creazione di pacchetti turistici è servito a rafforzare le competenze del personale. Il passo successivo sarà quello di sensibilizzare gli operatori territoriali coinvolgendoli nella progettazione di esperienze create specificatamente per la vendita su <https://appenninobolognese.cittametropolitana.bo.it/it> convincendoli a rendere fruibili i loro servizi anche per poche persone che lo richiedono. Se prima infatti il mercato non era ancora pronto, sempre più spesso arrivano richieste per proposte individuali sul nostro Appennino. Sul portale continueranno ad essere commercializzati i tour di eXtraBO, oltre che nuove proposte nate grazie alla collaborazione con cooperative e associazioni locali (ad esempio "Escursione sospesa").

Restano confermati gli obiettivi operativi degli ultimi anni:

- Coordinamento tra gli operatori di tutti gli uffici turistici per uniformare il metodo di lavoro;
- Maggiore controllo e condivisione delle informazioni;
- Coinvolgimento degli operatori economici come parte integrante del sistema;
- Maggiore consapevolezza dei territori e degli operatori per creare nuovi prodotti, pacchetti ed esperienze, di conseguenza per crescere in termini commerciali;
- Crescita dell'immagine coordinata "Appennino" attraverso strumenti di comunicazione tradizionali e innovativi.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Progetto che contempla la funzione di redazione locale (c.d. HUB) svolta dall'ufficio nell'ambito di ERT/SITUR

Sì

2) Elementi di qualità dell'attività di collaborazione, scambio di informazioni, coprogettazione con l'ufficio HUB di riferimento e tra l'HUB e gli altri uffici afferenti al medesimo ambito

Già dal 2025 l'attività di coordinamento è stata intensa e costante ma siamo sicuramente arrivati ad un sistema consolidato di condivisione strategica e operatività. La gestione da parte dello stesso soggetto di IAT R, redazione locale ed eXtraBO ha permesso una maggiore visione complessiva e quindi una maggiore partecipazione nel mettere in atto le strategie del Territorio Turistico da parte di tutto il territorio che ha

iniziato maggiormente a relazionarsi con l'hub unico. Tutto questo si è tradotto in una operatività rodata e che si sta sempre più consolidando, grazie alla maggiore presenza degli addetti IAT R ad incontri istituzionali e con gli operatori, alla condivisione di notizie, a piani editoriali allargati, ad una maggiore distribuzione dei materiali istituzionali e dei depliant, alla partecipazione attiva ad eventi e fiere con una visione d'insieme unitaria del territorio Appennino, e con l'utilizzo di strumenti coordinati per tutti gli uffici (Asana per il calendario editoriale, photoshelter per la raccolta immagini, google drive per la condivisione di dati non sensibili). Oltre a tutto questo, il soggetto gestore ha condiviso un percorso formativo unico, aperto agli operatori turistici ma anche a Città metropolitana, partner di eXtraBO e Bologna Welcome, ottimizzando risorse in ottica di economia di scala.

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile

Accessibilità: rimane centrale, in continuità con l'attività degli anni precedenti, la mappatura dei percorsi accessibili in giornata per disabilità di diverso genere e, se individuate, la promozione degli stessi e l'organizzazione dei servizi per rendere effettiva la loro fruibilità (guide GAE su richiesta, eventuali strumenti come biciclette specifiche ecc.). La promozione dei percorsi accessibili e delle informazioni turistiche in genere troverà un ulteriore strumento nell'idoneo adattamento per una consultazione mirata alle persone con disabilità dei totem turistici già posizionati in luoghi nel territorio dell'Unione dell'Appennino Bolognese. Inoltre le nuove mappe turistiche dell'Appennino Bolognese, in versione cartacea, verranno rese disponibili presso lo IAT-R e gli altri uffici turistici in versione accessibile a persone con disabilità visive. Queste mappe tattili saranno accompagnate da una "guida alla consultazione" che sarà disponibile sul portale <https://appenninobolognese.cittametropolitana.bo.it/it>. Gli approfondimenti, scritti nelle versioni cartacee, saranno disponibili sempre sul sito, che disporrà di una landing page strutturata specificatamente in ottica di accessibilità. Resta attiva la collaborazione con le associazioni locali che si occupano di accessibilità per la divulgazione delle loro iniziative.

Sostenibilità: già dal 2025 la stampa di materiali cartacei avviene su carta certificata FSC (Forest Stewardship Council); per il 2026 l'impegno nell'utilizzo di materiali ecologici si rafforzerà, sia per quanto riguarda i materiali istituzionali che quelli dedicati nello specifico ai singoli comuni/aree. Tutti i Comuni dell'Appennino aderiscono al Paesc e a vari progetti ecologici per l'organizzazione delle feste. Prevediamo quindi per il 2026 di affiancare le Amministrazioni realizzando un vademetum rivolto ai turisti dedicato alle buone pratiche da tenere in considerazione durante l'esperienza nel territorio e utile anche per l'organizzazione di eventi in modo da ridurre l'utilizzo di materiali inquinanti come plastiche monouso. Rimane in essere l'attività di certificazione della Via degli Dei che permette al personale dello IAT R un confronto costante con altre destinazioni che possono portare idee e suggerimenti per migliorare sempre più l'offerta che stiamo costruendo.

Innovazione: nel 2026 verrà strutturato un vero e proprio e-commerce per la vendita online di tutto il materiale del nostro territorio (carte escursionistiche, gadget, guide, libri...) per ampliare la possibilità di acquisto per tutti gli utenti. I dipendenti sono dotati di strumenti adeguati con l'implementazione di software e gestionali dedicati all'e-commerce dello IAT R (trekksoft). Verranno costantemente implementati anche gli archivi fotografici condivisi con Bologna Welcome (Photoshelter).

4) Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO

Nel 2026, come hub unico, proseguiremo nella partecipazione a momenti di confronto e scambio con le altre realtà e istituzioni turistiche per relazionare e relazionarci con tutti gli altri enti (pubblici e privati) rappresentativi del territorio.

In particolare:

- 1) Tavolo del Turismo dell'Appennino
- 2) Tavolo Unico del Territorio Turistico Bologna Modena
- 3) A livello operativo partecipiamo a :
- 4) riunioni a cadenza predefinita con gli altri uffici turistici e con la DMO;
- 5) riunioni di coordinamento tra i tre territori di eXtraBO e Fondazione Bologna Welcome per definire l'operatività;
- 6) riunioni settimanali per sviluppare le attività di eXtraBO, sia per il prodotto che per gli eventi;
- 7) riunione mensile con Bologna Welcome e con le altre Redazioni Locali per una comunicazione coordinata ed allineata sulle tematiche definite dalle linee guida del Territorio Turistico;
- 8) riunioni operative e di verifica con tutte le redazioni regionali a cura di APT servizi;

5) Descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti

Il soggetto gestore dello IAT-R darà continuità all'organizzazione di un piano formativo che coinvolga gli uffici turistici del territorio, sia nell'ambito territoriale dell'Appennino Bolognese che eXtraBO, perchè la professionalizzazione nel settore turistico passa attraverso una formazione continua e costante degli operatori, elemento fondamentale per garantire qualità e competenza nei servizi offerti al pubblico. Questo approccio integrato consente di mantenere un alto livello di preparazione tra gli operatori e di garantire una gestione sempre più qualificata e coordinata dell'accoglienza sull'intero territorio dell'Appennino Bolognese. Il programma annuale di formazione prosegue e rinnova le attività degli anni precedenti, introducendo ogni volta nuovi luoghi, tematiche ed esperienze, con l'obiettivo di offrire agli operatori una visione sempre più completa e aggiornata del territorio. Alcuni corsi online vengono inoltre registrati e archiviati, così da poter essere riutilizzati come materiale formativo per nuove edizioni o per il personale di recente inserimento. Il piano formativo 2026 prevede:

- 1) Lezioni di territorio – uscite in presenza dedicate a visite e incontri con operatori locali, mediamente cinque appuntamenti all'anno, finalizzati a rafforzare la conoscenza diretta delle realtà turistiche.

Sono in fase di organizzazione (le date potrebbero subire cambiamenti):

- 26 gennaio 2026 - Scuola di Pace Monte Sole e visita a museo e mausoleo Marconi
- 9 febbraio 2026 - Centro Fauna Monte Adone e salita da lì alla cima di Monte Adone
- 16 febbraio 2026 - Ca' la Ghironda, Badia del Lavino, castello di Mongiorgio, Osservatorio Felsina
- 23 febbraio 2026 - Vergato, Grotte di Labante, museo delle storie della Linea Gotica, plastico multimediale, Serra Sarzana, Pieve di Roffeno, rientro a Vergato e visita al museo Ontani

- 2) Escursioni in ambiente con guide GAE, due uscite annuali dedicate alla scoperta del valore della sostenibilità e dell'inclusività, con possibilità di partecipazione e accompagnamento di persone con disabilità visive.

Uscite al momento ipotizzate:

- Gennaio: ciaspolata (magari serale) al Corno alle Scale
- Marzo/aprile: giro in bici (ebike) nell'area di BOMBA (Loiano)

- 3) Corsi in aula per aggiornare e approfondire le tematiche caratteristiche:

- Organizzazione del Territorio Turistico Bologna–Modena (formazione interna), volto a migliorare la conoscenza della struttura territoriale e del funzionamento della rete turistica.
- Marketing territoriale e gestione dei territori, per approfondire strategie e strumenti di valorizzazione dell'offerta locale.
- I social media come strumento chiave per la comunicazione turistica, con focus sui nuovi algoritmi e sulle dinamiche di visibilità digitale.
- Dalla promozione alla commercializzazione, corso dedicato alla creazione e gestione di pacchetti turistici integrati, pensato per collegare la comunicazione alla vendita effettiva dell'esperienza.
- Utilizzo degli strumenti di e-commerce, con approfondimenti sull'uso della piattaforma TrekkSoft per l'inserimento e la gestione dei pacchetti turistici sul portale Appennino Bolognese.

Per concludere, se non dovesse essere realizzato a fine 2025, nel corso del 2026 alcuni operatori parteciperanno a una formazione specifica dedicata all'utilizzo dell'intelligenza artificiale. Il corso è stato scelto per far crescere le competenze degli addetti rispetto alle nuove opportunità fornite dalle AI.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 110.831,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 110.831,00

PUNTEGGIO: 83

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

5) COMUNE DI ALTO RENO TERME - IAT

P.G. n. 71459/2025

SEDE

Piazza della Libertà n 11, Porretta Terme

Relazione generale dell'attività e obiettivi di miglioramento del servizio con riferimento alle azioni che si intendono svolgere nel corso del 2026

L'ufficio di informazione turistica del Comune di Alto Reno Terme fino a maggio 2025 è stato gestito da Appennino Slow Scarl quale attore principale nel panorama dell'Appennino bolognese per quanto riguarda la gestione di uffici turistici, pacchetti turistici, cammini ed eventi. A partire da giugno 2025 il nuovo gestore, vincitore di procedura di affidamento del servizio per 24 mesi, è Cristoforo Cooperativa Sociale Onlus con la sua divisione aziendale dedicata al turismo "Orologio Network". Si tratta di una realtà consolidata che ha sede a Firenze e che opera da anni per offrire servizi turistici, culturali, museali e di organizzazione eventi gestendo al contempo uffici di informazione e accoglienza turistica in tutta Italia (Firenze il più importante) con il principale obiettivo di promozione del patrimonio paesaggistico, storico, artistico ed enogastronomico della destinazione turistica. Le attività svolte all'interno dell'ufficio sono quelle tipiche del front office con supporto a 360° al visitatore/turista per quanto riguarda la ricerca delle strutture ricettive, il territorio ad ampio raggio, le attività da poter svolgere, prenotazioni ad eventi e attività, vendita di cartine libri e gadget, offerta di materiale cartaceo che copre più territori, informazioni su trasporti e ristorazione, il tutto in più lingue. Le attività di back office invece si concentrano principalmente sulla rete di rapporti con le associazioni del territorio per la realizzazione congiunta del calendario eventi, pagamenti fatture e contabilità, svolgimento di pratiche SCIA, contatti diretti con Siae e Sportello SUAP sempre legati agli eventi, supporto agli uffici comunali per l'organizzazione di eventi e la partecipazione a bandi, creazione di pacchetti turistici, rapporti con tutti gli stakeholder locali pubblici e privati. Per quanto riguarda gli obiettivi di miglioramento del servizio, queste le azioni che si intendono svolgere nel corso del 2026:

1. rafforzamento di una rete organica di sistema territoriale già iniziata a delinearsi negli anni passati con il vecchio gestore e che ha bisogno di nuovi input da parte del nuovo, in modo da sviluppare attività innovative di carattere promozionale, volte a rilanciare e rafforzare l'immagine del territorio attraverso le specificità e le eccellenze;
2. collaborare attivamente con la Redazione Locale dell'ambito Appennino bolognese;
3. rispondere alle mutate e diversificate esigenze dei turisti e dei visitatori anche nell'ottica della maggiore propensione alla digitalizzazione attraverso l'uso sempre più massiccio di sponsorizzate sui social, aggiornamenti sui siti web e del totem pubblicitario cittadino;
4. essere di supporto per implementare efficacia, efficienza ed economicità del sistema regionale, ragionando in ottica di sistema condividendo obiettivi ed azioni con le DMO e i Tavoli turistici territoriali;
5. collaborare con tour operator o agenzie di viaggio in termini di promozione e valorizzazione del prodotto in coerenza con gli obiettivi del Programma di promo-commercializzazione turistica (P.P.C.T.) creando pacchetti turistici dedicati alla zona e fruibili all'interno di uffici concentrandosi

- sui prodotti musicali (Porretta Soul Festival e Prog Legacy), sui cammini da rilanciare (Linea Gotica, Alta Via dei Parchi, Via Francesca della Sambuca), enogastronomici con prodotti tipici locali (birra di castagne, farina di castagne e prodotti derivati, zuccherino montanaro, selvaggina ecc);
6. aggiornamento grafico più attuale e funzionale del sito *discoveraltorenoterme.it* implementando le informazioni territoriali e creandone di nuove, nonché aggiornando quelle già presenti in collaborazione con tutti i comuni limitrofi rendendolo più funzionale e accessibile;
 7. organizzazione di riunioni periodiche (anche online) tra operatori per scambio di informazioni riguardanti i luoghi, i servizi, le necessità di turisti e visitatori con la presenza dello staff dell'Appennino di eXtraBO e della Redazione Locale per comprendere ed analizzare le richieste del mercato di riferimento di Bologna e di conseguenza individuare strategie condivise;
 8. collaborazione con l'attuale gestore per ampliare la portata della Destinazione Turistica creando contatti e progetti con le realtà toscane vicine geograficamente al nostro territorio e che potrebbero portare benefici maggiori all'economia locale;
 9. ampliamento del materiale fotografico, video e della mappatura dei luoghi dell'Appennino come già iniziato nell'anno precedente con campagne fotografiche stagionali a supporto dei contenuti sui social network e sul sito *discoveraltorenoterme*.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

- 1) Progetto che contempla la funzione di redazione locale (c.d. HUB) svolta dall'ufficio nell'ambito di ERT/SITUR**

NO

- 2) Elementi di qualità dell'attività di collaborazione, scambio di informazioni, coprogettazione con l'ufficio HUB di riferimento e tra l'HUB e gli altri uffici afferenti al medesimo ambito**

Anno dopo anno, a partire dalla riforma degli IAT e l'individuazione degli ambiti con i rispettivi HUB territoriali di riferimento, la rete degli uffici dell'Appennino bolognese si sta consolidando, riuscendo dove in passato non aveva fatto. Grazie alla Redazione Locale, che è stata capace di mettere in contatto efficacemente tutti gli uffici del nostro ambito territoriale, vengono condivise informazioni sia sul territorio che sui maggiori eventi turistici. Questo è stato possibile grazie a riunioni periodiche - di presenza e online, alle capacità relazionali e coordinative del personale e agli strumenti tecnologici in grado di archiviare e condividere le informazioni essenziali (drive, cloud ecc). Avere un unico punto di riferimento per la promozione coordinata che indichi a tutti gli uffici le linee guida per una comunicazione strategica e a 360° è stata la svolta: con poche e semplici accortezze gli uffici riescono a supportarsi a vicenda allargando sempre di più la copertura della promozione degli eventi, ampliando il target di riferimento, attuando strategie proficue al fine di far conoscere il territorio ed incrementare il numero di turisti e visitatori. Nel corso dell'anno 2025 la progettualità relativa alla Redazione locale Appennino bolognese/Hub unico è stata portata avanti mantenendo fede agli obiettivi prefissati: rimane centrale il coordinamento tra uffici turistici e RL per garantire la corretta circolazione relativa alle informazioni territoriali e agli eventi, in un'ottica di promozione turistica. Per mantenere attiva questa "rete" gli strumenti maggiormente utilizzati sono stati contatti via email e incontri in presenza e da remoto. Le call periodiche vengono svolte tra tutti gli uffici, nel caso di Alto Reno Terme è stato ritenuto opportuno svolgere un incontro in presenza dovuto al cambio di gestione dell'ufficio e all'assunzione di nuovo personale (10 luglio 2025). Allo stesso proposito è stata organizzata anche una call (10 settembre 2025) dedicata nello specifico alla comunicazione e alle azioni di promozione svolte da IAT, RL e IAT e RL in sinergia. Operativamente agli IAT viene richiesto di comunicare gli eventi che si svolgono sul territorio alla RL, in modo che possano essere pubblicati con anticipo sui giusti canali (sito Appennino bolognese, sito Bologna Welcome, Sagre&Feste, portale Emilia Romagna Turismo). La RL si occupa poi di coordinare la promozione (tramite soprattutto social e newsletter) riguardante gli eventi più importanti di ogni territorio con tutti gli uffici, in questo modo si aumenta la base di pubblico

coinvolta e si contribuisce a fornire un'immagine unitaria dell'Appennino. Agli uffici viene richiesto anche di supervisionare periodicamente i contenuti on line su <https://appenninobolognese.cittametropolitana.bo.it/it>, in modo che siano sempre aggiornati e corretti, e di fornire spunti che possano essere convertiti in contenuti ispirazionali per gli utenti (da pubblicare sempre sul portale Appennino bolognese o sul blog di Bologna welcome, o da sfruttare per approfondimenti sui social). Sui canali promozionali degli uffici trovano spazio anche contenuti dedicati alle esperienze in vendita on line su Appennino bolognese e su eXtraBO: anche in questo caso lo scopo è quello di rendere la comunicazione più capillare in modo da intercettare anche gli utenti che sono già sul territorio. Tramite la Redazione locale passa anche una parte dell'approvvigionamento dei materiali informativi presenti negli uffici: i volantini istituzionali presenti a eXtraBO vengono inviati anche all'Hub di Sasso Marconi, dove gli operatori possono poi recuperarli per le proprie sedi. Per il 2026 la redazione locale continuerà ad aggiornare costantemente il portale <https://appenninobolognese.cittametropolitana.bo.it/it> che è diventato uno strumento fondamentale per la promozione territoriale, e continuerà anche a condividere le informazioni con le redazioni di Bologna Welcome, eXtraBO, RL Imolese e Pianura, Sagre&Feste, ERT, Bologna Estate per fornire il massimo della copertura di pubblico. Questo potrà avvenire raccogliendo tutte le informazioni dagli uffici territoriali che diventano quindi "autori" della redazione locale. E' previsto inoltre un rafforzamento del legame con eXtraBO, collaborando per creare e condividere contenuti creati ad hoc sui loro canali, che nel 2025 hanno visto un notevole incremento di visite e visualizzazioni. Per questo motivo e per un'analisi di mercato sempre più mirata e condivisa, nel 2026 la RL avrà a disposizione una dashboard specifica per tenere monitorati i dati relativi alle visite sul sito eXtraBo e sui social collegati, in modo da poter meglio comprendere l'andamento delle ricerche degli utenti e monitorare interessi e attitudini.

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile

Accessibilità: "Italy Accessible" è la divisione di Cristoforo che si occupa di turismo accessibile in Italia, organizza e gestisce le esigenze di tutti coloro che hanno problemi di accessibilità temporanea o permanente, con disabilità fisiche, sensoriali, cognitivi e con disturbi del comportamento. In particolare, la divisione di Cristoforo si occupa di:

- Prenotazioni in strutture ricettive accessibili e preferibilmente che dimostrano una spiccata sensibilità nei confronti dei clienti con disabilità;
- Transfers con mezzi accessibili e noleggio di veicoli speciali;
- Esperienze enogastronomiche dedicate e costruite "ad hoc";
- Collaborazione alla realizzazione di eventi sportivi paralimpici;
- Visite guidate con percorsi su misura per persone non vedenti o ipovedenti;
- Noleggio di ausili e scooter elettrici per persone con disabilità motoria.

Negli anni, Cristoforo ha sviluppato una forte rete di relazioni con le primarie associazioni e fondazioni del territorio che appartengono al mondo della disabilità diventando partner di organizzatori di concerti e di grandi eventi per i quali gestisce aree dedicate destinate a persone con disabilità. Tutte queste competenze e tipologie di servizi offerti possono concretizzarsi anche nel nostro territorio turistico, rendendo l'accessibilità non più un ostacolo per i turisti, ma un'opportunità per visitare i nostri luoghi fruendo di servizi altrimenti difficili da reperire in zone di montagna o periferiche.

Sostenibilità:

- Prosecuzione del progetto di sostenibilità ambientale e sicurezza "In Appennino si può" nato nel 2020 con promozione sui social e sensibilizzazione del turista affinché adotti un comportamento corretto durante la sua visita, a basso impatto ambientale;

- Produrre un minor quantitativo di stampe cartacee in ufficio, prediligendo una promozione social e web al fine di limitare l'utilizzo di carta e smaltirla correttamente dopo averla riutilizzata se possibile;
- Annullare l'utilizzo di plastica secondo la nuova normativa nelle sagre e feste che prevedono somministrazione di cibi e bevande sensibilizzando le associazioni a smaltire correttamente i rifiuti affinché possano essere trasformati in nuove materie prime, mettendo a disposizione cassonetti per la raccolta differenziata di comune accordo con l'ente gestore del servizio;
- Favorire l'utilizzo di sistemi di trasporto sostenibili ove possibile, cercando di sensibilizzare il turista nell'utilizzo di autobus e treni per i collegamenti con i borghi vicini e le città d'arte maggiori sul tratto della porrettana (da Pistoia a Bologna) e non solo;
- Favorire sostenibilità economica locale incentivando la creazione di pacchetti turistici che utilizzino il più possibile i servizi locali dall'alloggio, alla ristorazione, passando per i transfer fino ad arrivare all'acquisto di prodotti locali e a chilometro zero consentendo lo sviluppo dell'economia di vicinato;

Innovazione:

- Verrà installato all'interno dell'ufficio IAT un monitor dove esporre a rotazione video promozionali ed informativi sul territorio;
- È in progetto l'acquisto di un monitor touchscreen da posizionare esternamente all'ufficio di informazione turistica in modo che le informazioni caricate possano essere fruibili 24 ore su 24.

4) Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO

- Partecipazione ai tavoli di concertazione, ai tavoli territoriali metropolitani (Appennino) e ad alcune progettualità condivise;
- Condivisione materiale fotografico e video promozionale ricavato direttamente da escursioni sul territorio, anche utilizzando la GoPro o collaborando con Associazioni del terzo settore;
- Invio di materiale cartaceo su richiesta degli operatori;
- Collaborazione con le DMO cercando di rispondere tempestivamente ad ogni richiesta di informazioni e materiali al fine di promuovere globalmente il prodotto Appennino.

5) Descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti

I dipendenti del nuovo gestore dell'Ufficio di Informazione saranno impegnati in corsi di formazione e aggiornamento pari ad almeno 40 ore annuali in materie utili all'espletamento delle mansioni di front e back office. Nello specifico il percorso formativo, che verrà attivato e prevederà sia lezioni online che sul campo, tratterà:

Materie turistiche: storia dell'arte, geografia, storia, archeologia, diritto del turismo, relazione con il cliente, tecnica turistica, amministrazione, problem solving e competenze logistiche per la profilazione del cliente tramite piattaforma specifica (Tourism Thermometer). Formazione in FAD (su 3 mezze giornate) per un totale di **15 ore** (febbraio marzo 2026) a cura di Qubik agenzia formativa presso la regione Toscana con il codice OF0396: docente interno;

Conoscenza dei prodotti e servizi turistici del territorio di riferimento: Approfondimento e conoscenza della storia dell'Alto Reno e dell'Emilia-Romagna, legata ai contenuti di visita e alle eccellenze locali - Approfondimento sulle eccellenze artistiche / culturali locali; - Approfondimento su eventi, tradizioni, folclore locale; nel dettaglio un focus sui seguenti itinerari turistici:

a) Castelluccio – Tresana – Madonna del Faggio: E' il percorso più richiesto per quanto riguarda il territorio di Porretta Terme (comune di Alto Reno Terme). I temi da approfondire riguardano in particolare: la storia del castello Manservisi, sede di vari eventi culturali, noto al grande pubblico grazie al film di Pupi Avati

“Una gita scolastica” / la collezione di arnesi, vestiario, documenti e accessori vari relativi alla civiltà contadina locale, raccolta nel Museo Laborantes, adiacente il castello / le caratteristiche di Tresana, il borgo famoso per i tetti a lastre di pietra e per la straordinaria fioritura delle ortensie / la storia e il contesto ambientale relativi al santuario di Madonna del Faggio, immerso nel verde e meta di tantissimi visitatori in tutte le stagioni.

b) Il Parco didattico del castagno / il museo del legno / il birrificio Beltaine: Si tratta di un percorso in territorio di Granaglione (Alto Reno Terme). L’itinerario è di particolare interesse turistico, ma non ancora proposto in maniera organica. Con la Cooperativa sociale che si occupa di tutti i tre aspetti, e con la collaborazione del Consorzio castanicoltori, è auspicabile un maggior coordinamento futuro per la predisposizione di pacchetti legati alla storia e alla produzione della castagna. Per fare ciò, si ipotizza una più approfondita conoscenza delle attività all’interno del Parco didattico del castagno di Varano (sede anche di studi da parte dell’Accademia nazionale dell’agricoltura e dell’università di Bologna) / della esposizione di specie arboree autoctone (e non) presenti nella xiloteca di Granaglione / della attività del birrificio Beltaine, da oltre 20 anni impegnato nella produzione artigianale della birra a base di castagna formazione in presenze (su 2 mezze giornate) per un totale di **10 ore** (aprile 2026) a cura di Qubik agenzia formativa presso la regione Toscana con il codice OF0396: docente Guida ambientale abilitata;

Competenza digitale: Formazione all’uso adeguato e strategico dei canali Social e Newsletter, L’intelligenza Artificiale Generativa per il Content Marketing in Ambito Turistico formazione in FAD (su 2 mezze giornate) per un totale di **10 ore** (novembre 2026) a cura di Qubik agenzia formativa presso la regione Toscana con il codice OF0396: docente interno;

Competenze linguistiche: Formazione specifica in lingua per incrementare la tecnica di accoglienza degli operatori in servizio presso l’ufficio di Informazione e accoglienza turistica formazione in FAD (1 mezza giornata) per un totale di 5 ore (novembre 2026) a cura di Qubik agenzia formativa presso la regione Toscana con il codice OF0396: docente interno.

Per quanto riguarda la formazione organizzata dalla Redazione Locale sono state organizzate uscite sul campo con tutti gli operatori degli Uffici Turistici, quattro date dedicate ognuna a un territorio (il programma prosegue di anno in anno, pertanto non tutti i territori vengono visitati durante lo stesso ciclo di viste):

- 27 gennaio Valsamoggia
- 3 febbraio Lizzano in Belvedere
- 17 febbraio Parco dei Laghi Suviana e Brasimone - Grizzana Morandi, Camugnano
- 3 marzo area BOM (Loiano, San Benedetto Val di Sambro, Art Trail, VD).

Inoltre la dipendente comunale e il suo ruolo di funzionario culturale, vista l’ampia formazione turistica e linguistica già in suo possesso, oltre a quella prevista per i dipendenti degli uffici di informazione, i corsi di aggiornamento saranno pari ad almeno 40 ore così come previsto dalla Legge Zangrillo e tratteranno, seppur non totalmente, materie di carattere turistico e culturale.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 83.993,70

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 83.993,70

PUNTEGGIO: 74

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

6) COMUNE DI DOZZA - IAT

P.G. n. 71714/2025
integrazione P.G. n. 78972/2025

SEDE

Piazza Rocca 6/A, Dozza

Relazione generale dell'attività e obiettivi di miglioramento del servizio con riferimento alle azioni che si intendono svolgere nel corso del 2026

L'Ufficio Turistico di Dozza, collocato al piano terra della Rocca di Dozza, è stato inaugurato nel maggio 2021 con l'obiettivo di colmare una significativa lacuna nel panorama turistico locale: dotare il territorio di un punto informativo permanente, aperto tutto l'anno e gestito da personale qualificato.

La Rocca di Dozza, sede museale di rilievo con una media di 30.000–40.000 visitatori annui, è da sempre il fulcro dell'offerta culturale del borgo. Prima dell'apertura dell'Ufficio Turistico, la Rocca era già punto di riferimento per visitatori e gruppi in cerca di informazioni, ma la gestione non ufficiale di tali richieste risultava complessa, soprattutto nei periodi di alta affluenza.

L'apertura dell'Ufficio Turistico ha rappresentato un passo fondamentale per lo sviluppo dell'economia turistica locale, migliorando l'accoglienza e l'informazione al pubblico. Da oltre quattro anni e mezzo l'Ufficio svolge attività di:

- accoglienza e orientamento dei visitatori;
- distribuzione di materiale informativo e promozionale;
- illustrazione dell'offerta turistica, enogastronomica e culturale di Dozza e del territorio circostante;
- promozione delle strutture ricettive, ristoranti e attività commerciali;
- supporto alla fruizione di eventi e iniziative.

L'Ufficio dispone di materiali informativi bilingui dedicati alle principali attrattive del borgo:

1. Museo della Rocca di Dozza;
2. Muro Dipinto di Dozza;
3. Itinerari a piedi e in bicicletta.

A tali materiali si aggiungono dépliant, programmi e locandine realizzati ad hoc per gli eventi di rilievo (Biennale del Muro Dipinto, FantastikA, Festa del Vino, Notte Romantica dei Borghi più Belli d'Italia, Caccia alle Bandiere Arancioni, ecc.).

Dal 2021 si registra un incremento costante dell'utenza, segno della crescente attrattività turistica del borgo e della qualità dei servizi offerti.

L'Ufficio manterrà nel 2026 le seguenti aperture:

- Periodo estivo (marzo–ottobre): lunedì–sabato 10–13 / 14–19; domenica e festivi 10–19.
- Periodo invernale (ottobre–marzo): lunedì–venerdì 10–13 / 14–17; sabato 10–13 / 14–18; domenica e festivi 10–18.

Sono previste aperture straordinarie in occasione di eventi di rilievo locale, regionale e nazionale.

Per il 2026 l'Ufficio continuerà a mantenere aggiornati i materiali cartacei e i canali digitali (sito web, social network, newsletter), garantendo informazioni costantemente verificate su strutture ricettive, ristoranti, negozi e attrattive.

A tal fine, viene periodicamente realizzato un censimento delle attività del territorio, utile anche alla redazione delle sezioni informative online “Dormire a Dozza” e “Mangiare a Dozza”. Il sito include inoltre le sezioni “Eventi”, “Attrazioni” e “Itinerari”, con aggiornamenti puntuali su iniziative, luoghi di interesse e percorsi escursionistici.

L'Ufficio Turistico, collocato in uno spazio privo di barriere architettoniche, è progettato per garantire accessibilità a tutti, comprese persone con disabilità motorie, sensoriali e cognitive.

Sono disponibili diverse App gratuite che arricchiscono l'esperienza di visita:

- AccessibItaly, per visitatori con disabilità uditiva, con percorsi accessibili dedicati;

- Museo della Rocca, con modalità di fruizione scritta, audio e video;
- Guido, guida interattiva al Borgo dipinto di Dozza;
- Discover Dozza, dedicata al Sentiero del Vino (6,5 km, fruibile a piedi o in bici).

Per fine 2025/inizio 2026 è prevista una nuova applicazione multilingue che consentirà la visita virtuale delle principali attrazioni del borgo, rafforzando l'approccio digitale e inclusivo.

La comunicazione online rappresenta una scelta strategica anche in chiave ecologica: nel 2026 verrà aperto il profilo Instagram ufficiale dello IAT di Dozza, affiancando la già attiva pagina Facebook, con l'obiettivo di ridurre progressivamente l'uso di materiali cartacei.

Lo IAT continuerà inoltre ad aggiornare i principali portali turistici regionali — emiliaromagnaturoismo.it e turismoimolese.cittametropolitana.bo.it — e a collaborare con le DMO locali, assicurando la distribuzione di materiali e newsletter negli uffici turistici dell'Area Imolese e della Regione Emilia-Romagna.

Nel 2026 lo IAT di Dozza, confermato con Determinazione Dirigenziale n. 2374 del 16/10/2023 della Città Metropolitana di Bologna, proseguirà le proprie attività di accoglienza e informazione turistica, consolidando i rapporti con:

- Club dei Borghi più Belli d'Italia (es. "Notte Romantica");
- Touring Club Italiano (es. "Caccia ai Tesori Arancioni");
- IF Imola Faenza Tourism Company, Bologna Welcome, ExtraBO;
- associazioni, operatori turistici, ristoratori e albergatori locali.

Particolare attenzione sarà dedicata alla formazione continua degli operatori, con corsi specifici su promozione turistico-culturale e lingue straniere, al fine di rispondere in modo sempre più qualificato a un pubblico internazionale in costante crescita.

Lo IAT di Dozza intende proseguire nel 2026 il percorso di crescita intrapreso, migliorando progressivamente la qualità del servizio di accoglienza e informazione, promuovendo un turismo accessibile, sostenibile e innovativo, in sinergia con la rete turistica dell'Emilia-Romagna e con le realtà locali.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

- 1) Progetto che contempla la funzione di redazione locale (c.d. HUB) svolta dall'ufficio nell'ambito di ERT/SITUR**

NO

- 2) Elementi di qualità dell'attività di collaborazione, scambio di informazioni, coprogettazione con l'ufficio HUB di riferimento e tra l'HUB e gli altri uffici afferenti al medesimo ambito**

L'attività dello IAT di Dozza si distingue per un approccio fortemente collaborativo, integrato e partecipativo, volto a garantire un sistema di accoglienza turistica coeso e armonico all'interno dell'ambito imolese e della rete regionale. In stretta sinergia con l'Ufficio HUB di riferimento (IAT Imola – IF Imola Faenza Tourism Company) e con gli altri uffici del Circondario Imolese, lo IAT di Dozza contribuisce attivamente a un processo continuo di co-progettazione, condivisione di informazioni e promozione coordinata del territorio.

Le principali azioni che caratterizzano questa collaborazione sono:

- Coprogettazione e promozione condivisa: pianificazione congiunta di campagne di comunicazione, iniziative promozionali ed eventi di valorizzazione territoriale, in stretta collaborazione con IF Imola Faenza Tourism Company e Bologna Welcome, al fine di promuovere l'intero ambito turistico in modo unitario e riconoscibile.
- Scambio strutturato di informazioni e dati: costante alimentazione del portale SITUR con contenuti aggiornati relativi a strutture ricettive, ristoranti, eventi, itinerari e punti di interesse del Comune di Dozza e delle aree limitrofe. Predisposizione e invio periodico di schede evento, news e immagini destinate ai canali di promozione regionali (ERT, Bologna Welcome, eXtraBO, turismoimolese.cittametropolitana.bo.it).

- Prenotazione eventi: gestione delle prenotazioni per eventi gratuiti organizzati dal Comune o dal Circondario Imolese.
- Collaborazioni intercomunali e di rete: collaborazione con la redazione centrale HUB di riferimento per l'area imolese, in un'ottica di condivisione dei flussi informativi e coordinamento redazionale.

Nel corso degli anni, lo IAT di Dozza ha consolidato un rapporto costante di collaborazione operativa con gli uffici turistici e le DMO locali, creando un flusso continuo di informazioni e materiali promozionali. Le operatorie dello IAT provvedono periodicamente alla distribuzione e al ritiro di dépliant, brochure, locandine e programmi presso gli altri IAT del Circondario e della Regione, oltre a curare l'invio di newsletter periodiche relative agli eventi del Comune, assicurando così una diffusione omogenea e tempestiva delle informazioni sull'intero territorio sovracomunale.

Per il 2026 il progetto intende rafforzare ulteriormente la rete di informazione e accoglienza turistica dell'area imolese, attraverso:

- la condivisione di contenuti e servizi digitali tra i vari IAT e la DMO, per una comunicazione coordinata e sostenibile;
- il mantenimento costante e aggiornato dei portali informativi regionali e locali (emiliaromagnaturismo.it, turismoimolese.cittametropolitana.bo.it);
- la creazione di una rete virtuale integrata in grado di fornire al turista informazioni coerenti e aggiornate, indipendentemente dal punto di accesso (fisico o digitale).

Lo IAT di Dozza contribuisce inoltre alla circolazione bidirezionale delle informazioni: da un lato raccoglie dati e feedback dai visitatori e dagli operatori economici locali, dall'altro li restituisce alla DMO e agli altri uffici HUB per migliorare la pianificazione strategica delle azioni promozionali.

Infine, la diffusione quotidiana di contenuti e aggiornamenti sui canali social istituzionali dello IAT di Dozza rappresenta un ulteriore strumento di connessione e coordinamento digitale, che integra la comunicazione locale con quella regionale, migliorando la visibilità complessiva del territorio.

In sintesi, la qualità della collaborazione dello IAT di Dozza con l'Ufficio HUB e con gli altri IAT del medesimo ambito risiede nella continuità del dialogo operativo, nella condivisione strutturata dei dati, nella coprogettazione di azioni promozionali comuni e nella capacità di integrare comunicazione tradizionale e digitale, rafforzando così l'identità e la competitività turistica dell'intero territorio imolese.

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile

L'impegno per la creazione di un turismo accessibile, sostenibile e innovativo rappresenta un pilastro strategico dell'attività dello IAT di Dozza, che orienta le proprie azioni quotidiane verso un modello di accoglienza inclusivo, responsabile e tecnologicamente evoluto.

L'obiettivo è rendere i servizi, gli spazi, la mobilità e l'esperienza turistica fruibili da tutti, nel rispetto del patrimonio culturale, ambientale e sociale del territorio.

Accessibilità: L'accessibilità rappresenta uno dei pilastri fondamentali del turismo contemporaneo e costituisce un principio guida dell'attività dello IAT di Dozza, che da anni lavora affinché il concetto di ospitalità sia pienamente integrato con quello di inclusione. L'obiettivo è garantire che ogni visitatore, indipendentemente dalle proprie condizioni fisiche o sensoriali, possa vivere un'esperienza di viaggio completa, autonoma e priva di ostacoli. Per questo motivo l'Ufficio Turistico di Dozza è stato collocato al piano terra della Rocca di Dozza, in prossimità della biglietteria del museo, in uno spazio privo di barriere architettoniche e facilmente raggiungibile anche da persone con mobilità ridotta. Gli ambienti sono accessibili e accoglienti, e permettono a tutti i visitatori di usufruire liberamente dei materiali informativi disponibili — dépliant, brochure e guide turistiche — o di ricevere assistenza diretta da operatori formati, in grado di comunicare con un pubblico eterogeneo, nazionale e internazionale. L'Ufficio ha inoltre adottato

soluzioni tecnologiche inclusive per rendere fruibili i contenuti culturali e turistici del borgo anche a persone con disabilità sensoriali o con esigenze specifiche. In particolare:

- l'app AccessibItaly, pensata per persone con disabilità uditiva, offre un'esperienza di visita guidata alle principali attrattive di Dozza attraverso la lingua dei segni italiana (LIS);
- l'app Museo della Rocca propone percorsi scritti, audio e video, consentendo una fruizione personalizzata e accessibile a tutti;
- l'app Guido permette un tour interattivo del Borgo Dipinto, arricchito da curiosità e contenuti multimediali;
- l'app Discover Dozza accompagna i visitatori alla scoperta del Sentiero del Vino, itinerario naturalistico percorribile a piedi o in bicicletta, integrando mappe e approfondimenti digitali.

Tutte le applicazioni sono gratuite e facilmente accessibili mediante QR code presenti presso l'Ufficio e lungo i percorsi di visita. Inoltre, in un'ottica di continuo miglioramento, per il 2026 è previsto il rilascio di una nuova app multilingue che consentirà una visita virtuale del borgo e delle sue principali attrattive, favorendo un'esperienza di fruizione sempre più interattiva e inclusiva. Attraverso queste azioni, lo IAT di Dozza consolida il proprio impegno verso un turismo realmente accessibile, capace di accogliere ogni visitatore con attenzione, competenza e sensibilità, trasformando l'esperienza di visita in un'occasione di partecipazione e appartenenza.

Sostenibilità: la sostenibilità rappresenta un principio cardine della strategia di sviluppo turistico di Dozza e un impegno quotidiano dello IAT, che da anni promuove una gestione responsabile delle risorse ambientali, culturali e sociali. Operare in modo sostenibile significa infatti tutelare il patrimonio artistico e naturale, valorizzare le tradizioni locali e promuovere forme di turismo capaci di generare benessere diffuso, crescita economica e consapevolezza ambientale. In questa prospettiva, l'Ufficio Turistico di Dozza ha intrapreso un percorso concreto di riduzione dell'impatto ambientale, adottando misure che privilegiano la comunicazione digitale rispetto a quella cartacea. L'Ufficio ha progressivamente ridotto la stampa di materiali promozionali, sostituendola con l'uso di strumenti digitali come il sito web, i social network, i QR code informativi e le newsletter periodiche, contribuendo così a limitare il consumo di carta e l'impatto ambientale delle attività di promozione. Lo IAT di Dozza è inoltre impegnato nella valorizzazione del turismo slow e di prossimità, promuovendo esperienze autentiche e a basso impatto ambientale che invitano i visitatori a scoprire il territorio in modo consapevole. Tra queste, particolare rilievo assume il "Sentiero del Vino", un itinerario ad anello di 6,5 km fruibile a piedi o in bicicletta, che consente di esplorare le colline dozzesi e le aziende vitivinicole locali, favorendo un contatto diretto con la natura e la cultura del luogo. Allo stesso modo, l'Ufficio promuove un turismo enogastronomico, esperienziale e naturalistico, in collaborazione con ristoratori, produttori e artigiani locali, valorizzando la filiera corta e i prodotti tipici dell'Enoteca Regionale dell'Emilia-Romagna. Queste azioni contribuiscono a sostenere l'economia locale e a rafforzare il legame tra visitatori e comunità ospitante, promuovendo comportamenti turistici sempre più responsabili e partecipativi. Nel 2026, lo IAT di Dozza continuerà a investire in questa direzione, consolidando le buone pratiche di sostenibilità già avviate e sviluppando nuovi servizi e iniziative in linea con i principi del turismo green, inclusivo e rigenerativo, nel pieno rispetto dell'ambiente e delle identità territoriali.

Innovazione: l'innovazione rappresenta il terzo pilastro su cui si fonda la strategia dello IAT di Dozza, in un'ottica di evoluzione costante dei servizi di accoglienza e informazione turistica. Negli ultimi anni il turismo ha mostrato una crescente esigenza di esperienze personalizzate, digitali e interattive, e l'Ufficio Turistico di Dozza ha saputo rispondere a questa trasformazione adottando strumenti tecnologici e organizzativi capaci di integrare sostenibilità, accessibilità e qualità dell'esperienza.

Presso l'Ufficio, accanto al materiale cartaceo tradizionale, sono disponibili diverse applicazioni digitali che, grazie a QR code, tour virtuali e mappe interattive, consentono di esplorare il borgo e le sue attrattive in modo dinamico e coinvolgente:

- AccessibItaly, progettata per persone con disabilità uditiva, permette di vivere percorsi di visita accessibili e innovativi attraverso contenuti in lingua dei segni;
- l'app del Museo della Rocca di Dozza offre approfondimenti multimediali in modalità scritta, audio e video, adattandosi alle diverse esigenze del pubblico;
- Guido accompagna il visitatore in un tour interattivo del Borgo Dipinto, con mappe digitali e curiosità sulle opere e sulla storia della manifestazione;
- Discover Dozza presenta il territorio e il Sentiero del Vino, un percorso naturalistico ad anello di 6,5 km fruibile tutto l'anno a piedi o in bicicletta, con mappe digitali e suggerimenti di visita.
- Tutte le applicazioni sono gratuite e accessibili in loco tramite QR code o scaricabili liberamente. Per il 2026 è inoltre previsto il rilascio di una nuova app multilingue, che permetterà una visita virtuale del borgo e delle sue principali attrattive attraverso tecnologie di realtà aumentata e contenuti interattivi, aprendo nuove opportunità di fruizione anche da remoto.

Oltre alle innovazioni tecnologiche, lo IAT di Dozza sta sviluppando un approccio data-driven al destination management, attraverso la raccolta e l'analisi dei dati sui flussi turistici per migliorare la pianificazione strategica, la personalizzazione dei servizi e la comunicazione con il pubblico.

In linea con questa visione, nel 2026 verrà aperto il profilo Instagram ufficiale dello IAT di Dozza, che si affiancherà ai canali web e Facebook già attivi, con l'obiettivo di ampliare il pubblico, potenziare la comunicazione in tempo reale e promuovere le attrattive del territorio attraverso storytelling esperienziale e campagne digitali condivise con la DMO IF Imola Faenza Tourism Company.

L'Ufficio intende inoltre rafforzare la dimensione relazionale e partecipativa dell'innovazione, collaborando con influencer locali e internazionali, blogger e content creator per raccontare il borgo attraverso esperienze autentiche e sostenibili, promuovendo così un'immagine moderna e accogliente di Dozza.

Infine, per garantire una fruizione agevole dei servizi digitali, lo IAT di Dozza mette a disposizione dei visitatori una connessione Wi-Fi libera e gratuita, favorendo la consultazione immediata delle app, dei contenuti web e delle informazioni turistiche.

Grazie a queste azioni, l'Ufficio Turistico di Dozza si conferma un modello di innovazione diffusa, capace di coniugare tecnologie digitali, sostenibilità ambientale e valorizzazione delle risorse locali, in coerenza con gli obiettivi regionali di un turismo inclusivo, intelligente e responsabile.

4) Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO

L'Ufficio Turistico di Dozza partecipa in modo attivo e continuativo alla rete di cooperazione promossa da Emilia-Romagna Turismo (ERT) e dalle Destination Management Organization (DMO) di riferimento, contribuendo al rafforzamento del sistema di promozione e accoglienza turistica metropolitano e regionale. In particolare, lo IAT di Dozza collabora stabilmente con la DMO IF Imola Faenza Tourism Company, con Bologna Welcome, eXtraBO ed Emilia-Romagna Turismo, in un'ottica di integrazione, condivisione e valorizzazione congiunta dell'offerta territoriale.

Le principali attività condivise comprendono:

- l'aggiornamento periodico dei portali informativi e promozionali regionali, tra cui emiliaromagnaturismo.it e turismoimolese.cittametropolitana.bo.it;
- lo scambio costante di newsletter, materiali promozionali e dati statistici sui flussi turistici, utile per migliorare la pianificazione e la qualità dei servizi di informazione;
- il coordinamento operativo nella realizzazione di eventi sovracomunali, nella distribuzione dei materiali informativi e nella promozione di itinerari tematici comuni (arte, enogastronomia, outdoor, turismo lento, esperienziale);
- la collaborazione nella creazione e promozione di prodotti turistici integrati, capaci di valorizzare le peculiarità locali in un'ottica di rete territoriale.

Attraverso tali azioni, l'Ufficio Turistico di Dozza contribuisce attivamente alla coesione operativa e comunicativa del sistema turistico regionale, favorendo una promozione coordinata, efficace e coerente con

le strategie ERT. Nel corso del 2025 sono state consolidate numerose sinergie con gli uffici turistici dell'area metropolitana, anche attraverso scambi periodici di materiale informativo e azioni condivise di accoglienza. Per il 2026, l'obiettivo è potenziare ulteriormente la collaborazione con gli uffici turistici locali, rafforzando la rete interterritoriale e migliorando la qualità complessiva dei servizi rivolti al pubblico.

Parallelamente, lo IAT di Dozza mantiene rapporti attivi con le principali reti nazionali e regionali di promozione turistica, tra cui:

- il Club dei Borghi più Belli d'Italia, con cui ha collaborato, ad esempio, in occasione della Notte Romantica;
- il Touring Club Italiano, partner nella Caccia ai Tesori Arancioni;
- l'Enoteca Regionale dell'Emilia-Romagna, le associazioni culturali locali, i ristoratori, gli albergatori e gli operatori turistici del territorio.

In prospettiva, l'Ufficio intende implementare attività congiunte di promozione e formazione con le DMO locali, sperimentando modelli di coprogettazione e comunicazione integrata in grado di potenziare la visibilità di Dozza all'interno del sistema turistico regionale e nazionale, valorizzando la sua identità culturale, artistica ed enogastronomica.

5) Descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti

Nel 2026 lo IAT di Dozza prevede un piano di formazione e aggiornamento continuo finalizzato a elevare il livello qualitativo del servizio e la competenza degli operatori. Gli interventi formativi riguarderanno:

- corsi per abilitazione o aggiornamento professionale in ambito turistico (accompagnatore, guida turistica, guida ambientale escursionistica);
- approfondimento sulla promozione dei prodotti e servizi turistici locali, con particolare riferimento a enogastronomia e turismo esperienziale;
- corsi di lingua inglese (livello B2 o superiore) e di una seconda lingua straniera (livello B1 o superiore), con certificazioni riconosciute;
- moduli di digital marketing e comunicazione turistica online, per rafforzare la presenza dello IAT sui canali social e nei portali ERT/SITUR.

Tale percorso formativo è volto a garantire professionalità, multilinguismo e accoglienza di qualità, elementi essenziali per un turismo sempre più internazionale e competitivo.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 30.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 30.000,00

PUNTEGGIO: 75

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

7) COMUNE DI LIZZANO IN BELVEDERE - VIDICIATICHO - IAT

P.G. n. 72245/2025
integrazione P.G. n. 73327/2025

SEDE

Via Marconi 31, Vidiciatico, Lizzano in Belvedere

Relazione generale dell'attività e obiettivi di miglioramento del servizio con riferimento alle azioni che si intendono svolgere nel corso del 2026

Alla luce dell'aumento della domanda turistica e della crescita del turismo outdoor, il progetto 2026 consolida e amplia le azioni avviate nel 2025, migliorando la qualità dell'accoglienza e la fruibilità dei

servizi in un'ottica di sostenibilità e destagionalizzazione. Identità territoriale: abbiamo avviato azioni di riqualificazione dell'identità territoriale attraverso il rafforzamento del marchio "Corno Alle scale" che identifica la nostra località turistica, posizionando nuova cartellonistica e segnaletica dei luoghi di interesse culturale, turistico e sportivo. Si prevedono azioni di valorizzazione del Food&Wine, in particolare del Distretto Biologico della Montagna di Rocca Corneta e Querciola, luogo di produzione dei prodotti caseari locali e il neonato vino bianco Biologico "Il Bianco della Rocca". Si prevede la realizzazione di nuovo materiale informativo cartaceo realizzato in base alle caratteristiche tecniche indicate nel P.T.P.L. Comunicazione: la bacheca Informativa Smart posizionata all'entrata dell'Ufficio IAT di Vidiciatico funzionante 24h ed aggiornata tutti i giorni dell'anno permette una maggiore promozione degli eventi, promozione, escursione, manifestazioni e tutto ciò che può essere di interesse ai cittadini ed ai turisti e visitatori del nostro territorio: un tipo di informazione a grande impatto considerato le meravigliose immagini proposte del nostro territorio; inoltre continueremo ad aver attivo il servizio informativo di Whatsapp, un servizio di informazione gratuito a servizio della comunità che permette un'informazione diretta ed alla portata di tutti che ha avuto fino ad oggi un grande successo. Prossimità: risulta strategico portare l'offerta vicino a dove il turista effettivamente si trova. In tal senso, i servizi devono andare verso il turista ed essere a disposizione in prossimità delle aree di maggior affluenza. È per questo che anche per il 2026 prevediamo di confermare la convenzione con l'associazione di promozione sociale SALUTE, BENESSERE, TURISMO E ALIMENTAZIONE dell'Outdoor Green Point km0, in località Laghetto del Cavone al Corno Alle Scale. Il Comune di Lizzano metterà a disposizione dell'associazione la Baita Aquadela e l'associazione si impegnerà nella realizzazione di eventi di intrattenimento, escursioni guidate, servizi di informazione, accoglienza e animazione, noleggio E-bike con guida e alla diffusione del materiale cartaceo di promozione. Il progetto contribuisce alle linee di prodotto Outdoor Active&Slow, Food&Wine e Natura e Benessere del PTPL 2026, valorizzando il comprensorio Corno alle Scale come destinazione sostenibile e inclusiva.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Progetto che contempla la funzione di redazione locale (c.d. HUB) svolta dall'ufficio nell'ambito di ERT/SITUR

NO

2) Elementi di qualità dell'attività di collaborazione, scambio di informazioni, coprogettazione con l'ufficio HUB di riferimento e tra l'HUB e gli altri uffici afferenti al medesimo ambito

Nel corso del progetto, la collaborazione tra l'Ufficio HUB turistico di riferimento e gli altri uffici operanti nel medesimo ambito territoriale si è sviluppata secondo un approccio partecipativo e integrato, finalizzato al miglioramento della qualità dell'offerta turistica e alla valorizzazione coordinata delle risorse locali. Fin dalle fasi iniziali, gli obiettivi comuni sono stati condivisi e definiti in modo chiaro, garantendo coerenza strategica tra le diverse azioni. La comunicazione tra l'HUB e gli uffici territoriali si è basata su canali trasparenti e continuativi, supportati da strumenti digitali e momenti periodici di confronto. La coprogettazione ha rappresentato un elemento centrale del percorso, favorendo la costruzione congiunta di piani promozionali, itinerari tematici e strategie di valorizzazione del territorio. Il lavoro di rete ha permesso di integrare competenze, esperienze e informazioni, generando sinergie operative e una maggiore visibilità complessiva del sistema turistico locale. Il coordinamento garantito dall'HUB ha assicurato una gestione efficace dei flussi informativi e un costante monitoraggio delle attività. L'approccio collaborativo ha inoltre stimolato l'adozione di pratiche innovative, la condivisione di buone esperienze e un progressivo miglioramento della qualità dei servizi offerti ai visitatori. In conclusione, la collaborazione tra l'Ufficio HUB turistico e gli uffici afferenti ha prodotto un valore aggiunto significativo: maggiore integrazione delle politiche di promozione, rafforzamento dell'identità territoriale e consolidamento di un modello di governance turistica basato sulla cooperazione e sulla sostenibilità.

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile

Accessibilità: sono state adottate soluzioni volte a migliorare l'accesso sia fisico sia digitale alle informazioni e ai servizi, attraverso:

1. l'adeguamento dei punti informativi e dei centri di accoglienza alle esigenze delle persone con disabilità motorie e sensoriali;
2. la realizzazione di materiali informativi accessibili e multilingue;

Sostenibilità: il progetto ha promosso un modello di turismo responsabile e rispettoso dell'ambiente, integrando criteri di sostenibilità ambientale, economica e sociale. In particolare, sono stati sviluppati:

1. itinerari turistici a basso impatto ambientale (cammini, percorsi ciclabili, turismo rurale e naturalistico);
2. campagne di sensibilizzazione rivolte agli operatori e ai visitatori per incentivare comportamenti sostenibili;
3. l'uso di strumenti digitali per ridurre la produzione di materiali cartacei e ottimizzare la comunicazione con i turisti;
4. la valorizzazione delle comunità e dei prodotti locali, a sostegno dell'economia del territorio e della destagionalizzazione dei flussi.

Innovazione: Il progetto ha favorito l'introduzione di soluzioni innovative per migliorare la qualità e l'efficacia dei servizi turistici, rafforzando il ruolo dei centri di informazione e accoglienza. Le principali azioni riguardano:

1. l'attivazione di strumenti interattivi (QR code, mappe digitali, totem multimediali) per rendere più coinvolgente l'esperienza di visita;
2. la promozione di strategie di marketing territoriale digitale coordinate tra l'Ufficio HUB e gli uffici turistici locali.

4) Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO

Collaborazione per la realizzazione di materiale cartaceo promozionale in sintonia con le grafiche già realizzate per le altre destinazioni; collaborazione nel lancio, promozione e valorizzazione della Linea Gotica; collaborazione con il Comune di Lizzano in Belvedere, Comune di Alto Reno Terme, Città metropolitana, Bologna Welcome per la realizzazione e promozione degli eventi turistici/culturali del 2026.

5) Descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti
Il programma di formazione mira a valorizzare le competenze del personale addetto all'informazione, accoglienza e promozione turistica, allineandosi ai principi di accessibilità, sostenibilità e innovazione. Per il 2026 si prevede la prosecuzione dei corsi di aggiornamento con Appennino Slow e Bologna Welcome, con focus su turismo digitale, sostenibilità e storytelling territoriale.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 44.900,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 44.900,00

PUNTEGGIO: 60

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

8) COMUNE DI MONGHIDORO - IAT

P.G. n. 71484/2025
integrazione P.G. n. 73762/2025

SEDE

Via G. Matteotti 1, Monghidoro

Relazione generale dell'attività e obiettivi di miglioramento del servizio con riferimento alle azioni che si intendono svolgere nel corso del 2026

Il 2025 si è aperto sulla scia di un 2024 ricco di novità e sperimentazioni. L'entrata in vigore delle nuove normative e l'avvio operativo dell'Hub Unico hanno rappresentato un passaggio importante, possiamo dire che questo primo anno di rodaggio è stato positivo: la rete esisteva già, ma ora è diventata più solida e strutturata. Appennino Slow continua a gestire diversi uffici di informazione turistica sull'Appennino, ma il ruolo dell'Hub Unico si è rivelato decisivo. La cura del portale Appennino Bolognese e delle sezioni dedicate agli eventi – come "Bologna Estate" e "Sagre e Feste" – ha garantito una visibilità più ampia e coordinata a tutte le iniziative del territorio. In questo contesto, l'Ufficio IAT di Monghidoro ha svolto un ruolo centrale nel coordinamento degli eventi dell'area montana (Comuni di BOM) e delle valli Idice e Savena, diventando un punto di riferimento per la promozione e la raccolta delle informazioni. Il coordinamento dell'Hub Unico ha funzionato in modo efficace, non solo nella condivisione degli eventi, ma anche nello scambio costante di informazioni turistiche e nel supporto alle richieste provenienti da visitatori interessati ad altre zone del territorio. La stagione 2025 si è rivelata nel complesso molto positiva. Oltre al lavoro capillare di promozione e informazione svolto durante l'anno, anche le condizioni climatiche hanno contribuito ad attirare molti visitatori in cerca di refrigerio, soprattutto nelle aree più alte dell'Appennino. Si cominciano a vedere i risultati del lavoro di valorizzazione portato avanti negli anni successivi al periodo post-Covid: sempre più persone conoscono e scelgono il nostro Appennino come meta alternativa, apprezzandone l'autenticità e la tranquillità. Gli eventi hanno registrato un'ottima partecipazione, così come le strutture ricettive e la ristorazione locale, segno di una stagione vivace e ben riuscita.

ORARI DI APERTURA:

Per il 2026 sono state apportate alcune modifiche agli orari di apertura rispetto all'anno precedente, con l'obiettivo di adeguare il servizio alle esigenze stagionali e ai flussi turistici del territorio.

Periodo di massima apertura

Mesi: maggio, giugno, luglio, agosto, settembre

Apertura: 6 giorni alla settimana (chiusura per turno il lunedì)

Orario: dalle 9:00 alle 13,00 e dalla 17,00 alle 19,00

Giorni di apertura: martedì, mercoledì, giovedì, venerdì, sabato e domenica

Periodo intermedio

Mese di aprile: apertura 4 giorni: giovedì, venerdì, sabato e domenica

Giovedì: 9:30 - 12:30

Venerdì: 9:30 - 12:30

Sabato: 9:30 - 12:30 e 15:00 - 18:00

Domenica: 9:30 - 12:30

Mesi di ottobre e dicembre – apertura 3 giorni: giovedì, venerdì e sabato

Giovedì: 9:30 - 12:30

Venerdì: 9:30 - 12:30

Sabato: 9:30 - 12:30 e 15:00 - 18:00

Periodo di bassa stagione

Mesi: novembre, gennaio, febbraio e marzo

Apertura: 2 giorni alla settimana - giovedì e sabato

Orario: 9:30 – 12:30

In aggiunta, l'ufficio garantisce aperture straordinarie in occasione di manifestazioni ed eventi speciali, tra cui:

- *Tartufesta* (1° novembre)
- *Eventi natalizi*
- *Festa del Maiale*
- e altre iniziative di rilievo locale e territoriale.

Questi orari sono conformi alle normative vigenti e pensati in modo da soddisfare le richieste dell'utenza.

Gli obiettivi di miglioramento che abbiamo definito per il 2026 sono:

1. La redazione locale continuerà a essere un efficace strumento di coordinamento anche con i Comuni limitrofi. Proseguirà e si rafforzerà la collaborazione con le associazioni del territorio per la costruzione di un calendario eventi condiviso e di qualità, con l'obiettivo di ridurre al minimo le sovrapposizioni, come già sperimentato con successo nel 2025. Il confronto costante attraverso la redazione locale continuerà a essere un efficace strumento di coordinamento anche con i Comuni limitrofi.
2. Sarà incentivata la destagionalizzazione delle attività, promuovendo iniziative distribuite lungo tutto l'anno, in modo da non concentrare gli eventi solo nei mesi estivi di luglio e agosto e favorire così una maggiore presenza turistica anche in bassa stagione.
3. Verrà mantenuto un contatto continuo con le strutture ricettive, per disporre di aggiornamenti tempestivi sulla disponibilità e offrire ai visitatori un servizio di informazione sempre preciso e puntuale.
4. Si intende intensificare i rapporti con il Territorio Turistico Bologna–Modena e in particolare con la DMO Bologna Welcome, al fine di ampliare le sinergie con l'Ufficio Informazioni di Bologna e con eXtraBO, condividendo obiettivi e azioni in linea con il Piano Triennale e il PPCT del Territorio Turistico.
5. Un ulteriore obiettivo sarà la valorizzazione e la promozione dei prodotti turistici locali e degli eventi realizzati in collaborazione con eXtraBO, con particolare attenzione ai seguenti ambiti:
 - I Cammini, tra cui la Via degli Dei, la Via della Lana e della Seta, la Via Mater Dei, la Flaminia Minor, la Via del Fantini, l'Alta Via dei Parchi e il Bologna Montana Art Trail, che attraversano i comuni dell'area BOM.
 - Natura e Benessere, con la promozione delle aree verdi e dei progetti legati al turismo slow, come la Bike Area di Bomba. Escursioni e passeggiate giornaliere in mezzo alla natura.
 - Special Interest – Musica, attraverso la valorizzazione dei Concerti della Cisterna e delle iniziative culturali diffuse.
 - Food & Wine, mediante la promozione dei prodotti De.Co., in particolare lo zuccherino montanaro di Monghidoro, anche attraverso iniziative esperienziali come le passeggiate enogastronomiche “I Tour del Gusto”.

Azioni/iniziative che si intendono svolgere nel corso del 2026:

SERVIZI STANDARD

Nel 2026 l'Ufficio continuerà a garantire i propri servizi tradizionali di informazione turistica, offrendo assistenza ai visitatori del Comune e di tutti i Comuni partner dell'area BOM (Bologna Montana), includendo anche Ozzano dell'Emilia, San Lazzaro di Savena e Pianoro, a copertura dell'intero territorio dell'Unione dei Comuni Valli Savena–Idice. Oltre alle attività di front office, l'ufficio curerà la gestione dei canali social e della newsletter di BOM, strumenti sempre più strategici per la comunicazione e la promozione del territorio. Il sito di Bologna Montana (BOM) continuerà a essere il punto di riferimento digitale per l'offerta turistica dell'area, con sezioni dedicate alle strutture ricettive, alle eccellenze locali, ai percorsi escursionistici e agli eventi. Di fatto, il portale si conferma come il vero e proprio hub informativo dei Comuni aderenti.

Accanto alle attività ordinarie, per il 2026 sono previste le seguenti azioni di sviluppo e potenziamento:

- Potenziamento del piano editoriale sui social di BOM, ampliando i contenuti e la frequenza delle pubblicazioni per dare visibilità ai sei Comuni dell'area appenninica. Verrà inoltre rafforzata la newsletter, con l'obiettivo di accrescere la base di iscritti e migliorare il coinvolgimento del pubblico.
- Sviluppo di nuove iniziative promozionali in collaborazione con i Comuni di San Lazzaro di Savena, Ozzano dell'Emilia e con gli altri Comuni dell'Unione Savena-Idice, in continuità con il progetto BOM, che già valorizza con successo i territori della parte alta dell'Appennino.
- In collaborazione con l'Hub Unico, e grazie alle nuove disposizioni normative che lo rendono possibile, verranno intensificate le sinergie con il Tour Operator Appennino Slow e con eXtraBo, per la costruzione congiunta di proposte e pacchetti turistici integrati sul territorio.
- Verranno inoltre avviate attività di commercializzazione e vendita delle proposte turistiche, anche attraverso lo IAT-R di Sasso Marconi, in un'ottica di rete e di valorizzazione condivisa dell'intera area.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Progetto che contempla la funzione di redazione locale (c.d. HUB) svolta dall'ufficio nell'ambito di ERT/SITUR

Sì

La redazione locale dello IAT-R di Sasso Marconi risulta ormai pienamente integrata con il sistema di Emilia-Romagna Turismo, partecipando attivamente agli aggiornamenti periodici del portale regionale. L'ufficio IAT di Monghidoro in rete con gli altri uffici persegue gli stessi obiettivi e finalità. Le attività comprendono la segnalazione degli eventi, l'aggiornamento della sezione download, la redazione di itinerari tematici e la revisione dei contenuti già presenti, con l'obiettivo di garantire informazioni sempre aggiornate e coerenti con la promozione dell'Appennino Bolognese. Dal portale Appennino Bolognese, inoltre, è possibile inviare direttamente i contenuti alla piattaforma regionale, semplificando così il flusso di comunicazione e migliorando l'efficacia del lavoro redazionale. Partecipiamo regolarmente alle riunioni della redazione locale partecipa regolarmente anche alle riunioni di coordinamento e ai momenti formativi organizzati da Emilia-Romagna Turismo, contribuendo alla condivisione di buone pratiche e all'allineamento delle strategie di comunicazione. L'Ufficio IAT di Monghidoro svolge un ruolo importante di collegamento operativo, fornendo informazioni aggiornate sugli eventi e sulle attività del territorio, in un flusso bidirezionale di scambio con la redazione e con Emilia-Romagna Turismo/Situr.

2) Elementi di qualità dell'attività di collaborazione, scambio di informazioni, coprogettazione con l'ufficio HUB di riferimento e tra l'HUB e gli altri uffici afferenti al medesimo ambito

L'obiettivo per il 2026 e prossimi anni sarà quello di consolidare e potenziare la rete costruita, con una particolare attenzione alla sovracomunalità delle informazioni e alla promozione di una visione condivisa dell'Appennino come destinazione unica e integrata. Questo approccio si realizza attraverso la circolazione delle informazioni tra i vari uffici, la collaborazione costante e la diffusione coordinata degli eventi e delle attività sui canali social, anche quando promossi da altri Comuni o uffici informativi. Per favorire una comunicazione più immediata, nel 2025 è stato introdotto un gruppo WhatsApp Business che riunisce i referenti dei diversi uffici, consentendo uno scambio rapido e diretto di informazioni e aggiornamenti sugli eventi e sulle iniziative del territorio. Parallelamente, è stato avviato un programma di formazione condiviso tra tutti gli uffici turistici, descritto in dettaglio nella sezione dedicata, con l'obiettivo di garantire competenze uniformi e una gestione sempre più coordinata. L'Ufficio aderirà inoltre alle riunioni tematiche promosse dalle referenti della redazione locale e dell'Hub Unico, contribuendo attivamente alla discussione e alla condivisione di esperienze e buone pratiche. Questa collaborazione è ulteriormente agevolata dalla gestione unificata di Appennino Slow, che opera sia per l'Ufficio di Monghidoro sia per l'Hub Unico di Sasso Marconi, favorendo coerenza operativa e continuità nella comunicazione.

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile

Accessibilità: nel 2026 proseguirà e si rafforzerà il lavoro avviato sul tema dell'accessibilità, con l'obiettivo di rendere l'offerta turistica dell'Appennino sempre più inclusiva e fruibile da tutti. Dopo il censimento realizzato nel 2025 per verificare, presso le strutture ricettive e ristorative dei Comuni di riferimento, il livello di accessibilità esistente, il prossimo passo sarà quello di mantenere aggiornato l'elenco. L'elenco aggiornato è sul portale di Bologna Montana (BOM), in una pagina dedicata all'accessibilità, così da offrire a residenti e turisti uno strumento informativo chiaro e facilmente consultabile.

Sostenibilità: Appennino Slow ha lavorato per ottenere una delle principali certificazioni internazionali sulla sostenibilità, la GSTC (Global Sustainable Tourism Council), relativa al percorso della Via degli Dei. Questa certificazione rappresenta un riconoscimento di grande valore che coinvolge l'intero territorio attraversato dal cammino e, in particolare, i due Comuni dell'area BOM – Monzuno e San Benedetto Val di Sambro – seguiti direttamente dallo IAT di Monghidoro. Il tema della sostenibilità turistica riveste oggi un ruolo centrale, soprattutto per il turismo internazionale, sempre più attento alla scelta di destinazioni che possiedono standard ambientali riconosciuti e certificazioni ufficiali. La partecipazione diretta al progetto consentirà di trasferire le buone pratiche sperimentate lungo la Via degli Dei anche agli altri territori seguiti dallo IAT di Monghidoro, favorendo un approccio più ampio e coordinato alla gestione sostenibile del turismo in tutto l'Appennino Bolognese.

Innovazione: Verranno utilizzati gestionali condivisi con lo IAT-R di Sasso Marconi e con la Fondazione Bologna Welcome, così da assicurare uniformità nelle procedure e un flusso informativo coordinato tra i diversi uffici. Grazie al nuovo sito di Appennino Slow verrà particolarmente sviluppato la sezione e-commerce con la possibilità di inserire mappe del territorio, gadget e libri di autori locali e che parlano del territorio. Sarà inoltre implementato un archivio fotografico condiviso con l'Hub Unico di Sasso Marconi, utile per la promozione coordinata del territorio, la gestione delle attività di comunicazione e la produzione di materiali informativi e digitali. Insieme ai colleghi di Appennino Slow lavoreremo ad un progetto innovativo che si basa sull'intelligenza artificiale.

4) Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO

Nel corso del 2026 saranno potenziate e consolidate le azioni avviate negli anni precedenti, con l'obiettivo di rafforzare il lavoro in rete e la collaborazione tra gli uffici turistici del territorio. Particolare attenzione sarà dedicata alla continuità operativa delle attività già sperimentate con successo nel 2025.

Le principali azioni previste sono:

- Riunioni periodiche con l'Hub Unico e la DMO Bologna Welcome, finalizzate al confronto costante su strategie, obiettivi e programmazione condivisa.
- Coordinamento operativo con eXtraBO, sia per la parte promozionale e redazionale (eventi, comunicazione, contenuti web e social), sia per la parte commerciale legata alla vendita e diffusione di pacchetti turistici.
- Calendarizzazione regolare degli incontri con gli altri uffici turistici dell'Appennino, per favorire l'allineamento e lo scambio di buone pratiche tra le diverse realtà territoriali.
- Condivisione del programma formativo comune, come descritto nella sezione dedicata, per garantire un aggiornamento costante e uniforme del personale.
- Allineamento del piano editoriale dedicato ai canali social, con la programmazione coordinata dei post relativi ai principali eventi dell'Appennino, in modo da assicurare una comunicazione unitaria e riconoscibile.

5) Descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti

Da anni Appennino Slow organizza un piano formativo che coinvolge gli uffici turistici del territorio, sia Appennino che eXtraBO, perché la professionalizzazione nel settore turistico passa attraverso una formazione continua e costante degli operatori, elemento fondamentale per garantire qualità e competenza nei servizi offerti al pubblico. Questo approccio integrato consente di mantenere un alto livello di preparazione tra gli operatori e di garantire una gestione sempre più qualificata e coordinata dell'accoglienza sull'intero territorio dell'Appennino Bolognese. Il programma annuale di formazione prosegue e rinnova le attività degli anni precedenti, introducendo ogni volta nuovi luoghi, tematiche ed esperienze, con l'obiettivo di offrire agli operatori una visione sempre più completa e aggiornata del territorio. Alcuni corsi online vengono inoltre registrati e archiviati, così da poter essere riutilizzati come materiale formativo per nuove edizioni o per il personale di recente inserimento. Il piano formativo 2026 prevede:

1. Lezioni di territorio – uscite in presenza dedicate a visite e incontri con operatori locali, mediamente cinque appuntamenti all'anno, finalizzati a rafforzare la conoscenza diretta delle realtà turistiche. Sono in fase di organizzazione (le date potrebbero subire cambiamenti):

- **26 gennaio 2026** - Ritrovo a Pian di Venola e spostamento su alla scuola di Pace, visita e passeggiata sul sentiero "classico" fino al cimitero. Rientro, pranzo, poi visita a museo e mausoleo Marconi
- **9 febbraio 2026** - Ritrovo direttamente al Centro Fauna Monte Adone e salita da lì alla cima di Monte Adone, giro ad anello e ritorno.
- **16 febbraio 2026** - Ritrovo a Ca' la Ghironda, Badia del Lavino, castello di Mongiorgio, Osservatorio Felsina
- **23 febbraio 2026** - Ritrovo a Vergato, spostamento per Grotte di Labante, poi museo delle storie della Linea Gotica, plastico multimediale, Serra Sarzana, Pieve di Roffeno, rientro a Vergato e visita al museo Ontani

2. Escursioni in ambiente con guide GAE, due uscite annuali dedicate alla scoperta del valore della sostenibilità e dell'inclusività, con possibilità di partecipazione e accompagnamento di persone con disabilità visive. Uscite che al momento sono state ipotizzate:

- Gennaio: ciaspolata (magari serale) al Corno alle Scale
- Marzo/aprile: giro in bici (ebike) nell'area di BOMBA (Loiano)

3. Corsi in aula per aggiornare e approfondire le tematiche consolidate:

Organizzazione del Territorio Turistico Bologna-Modena (formazione interna), volto a migliorare la conoscenza della struttura territoriale e del funzionamento della rete turistica.

- Marketing territoriale e gestione dei territori, per approfondire strategie e strumenti di valorizzazione dell'offerta locale.
- I social media come strumento chiave per la comunicazione turistica, con focus sui nuovi algoritmi e sulle dinamiche di visibilità digitale.
- Dalla promozione alla commercializzazione, corso dedicato alla creazione e gestione di pacchetti turistici integrati, pensato per collegare la comunicazione alla vendita effettiva dell'esperienza.
- Utilizzo degli strumenti di e-commerce, con approfondimenti sull'uso della piattaforma TrekkSoft per l'inserimento e la gestione dei pacchetti turistici sul portale Appennino Bolognese. Per concludere, a fine 2025 alcuni operatori parteciperanno a una formazione specifica dedicata all'utilizzo dell'intelligenza artificiale. Il corso è stato scelto per far crescere le competenze degli addetti rispetto alle nuove opportunità fornite dalle AI.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 79.800,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 79.800,00

PUNTEGGIO: 75

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

AMBITO 1.a - Informazione e accoglienza al turista - IAT INNOVATIVI
(IAT diffuso, IAT digitale, Welcome Room)

1) COMUNE DI CREVALCORE - IAT DIFFUSO

P.G. n. 71982/2025

SEDI

- Sezione Associazione nazionale Carabinieri di Crevalcore - Via della Pace 361, 40014 Crevalcore;
- Pro Loco Crevalcore Aps - Viale Amendola 330, 40014 Crevalcore;
- Motoclub Crevalcore Asd - Via del Bottazzo 229, 40014 Crevalcore

Relazione generale dell'attività e obiettivi di miglioramento del servizio con riferimento alle azioni che si intendono svolgere nel corso del 2026

Il Comune di Crevalcore intende rafforzare lo IAT diffuso attraverso un progetto di comunicazione integrata volto a valorizzare le attività locali aderenti alla Carta Servizi della Ciclovia del Sole, allo scopo di consolidare la rete territoriale di accoglienza turistica e migliorando la fruibilità delle informazioni per visitatori e cittadini.

L'attività è svolta in due diversi punti:

1. La realizzazione di una serie di video promozionali dedicati ad ognuno dei 3 Iat diffusi e a ciascuna attività commerciale sottoscrittrice della Carta Servizi della Ciclovia del Sole del territorio del Comune di Crevalcore destinati alla comunicazione social: i video saranno volti a raccontare l'azienda ristorativa, ricettiva e del mondo bike e il ruolo dell'impresa nell'accoglienza dei cicloturisti e nel promuovere forme di turismo sostenibile e di prossimità. Tali contenuti saranno pubblicati con cadenza ravvicinata e in modo coordinato sui canali social del Comune di Crevalcore, con tag a Ciclovia del Sole, Bologna Welcome e Pianura Bolognese Turismo, contribuendo così a una comunicazione coerente e di rete tra enti territoriali e operatori. A completamento della campagna, sarà prodotto un reel finale che riunirà le diverse realtà coinvolte, per evidenziare la varietà dell'offerta locale e la capacità del territorio di accogliere i visitatori in modo diffuso, sostenibile e autentico. Il reel è messo a disposizione in maniera condivisa anche per gli altri canali di promozione turistica dell'area metropolitana, favorendo la visibilità di Crevalcore come tappa significativa della Ciclovia del Sole e garantendo la visibilità delle aziende e la loro diffusione.
2. Parallelamente verrà realizzata una mappa del territorio, in versione cartacea e digitale, con la geolocalizzazione visiva delle strutture aderenti alla Carta Servizi della Ciclovia del Sole e i punti IAT diffuso. Questo strumento rappresenterà un elemento stabile di informazione e orientamento, utile sia per la comunicazione online sia per la distribuzione cartacea presso le attività e gli uffici comunali.

L'obiettivo complessivo dell'intervento è migliorare la qualità, la riconoscibilità e l'accessibilità del servizio di informazione turistica diffusa, consolidando il legame tra operatori IAT Diffuso, aderenti alla Carta Servizi e destinazione, combinando strumenti digitali con materiali informativi e azioni di rete.

Descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti:

Le attività di formazione e aggiornamento dedicate agli addetti della rete IAT Diffuso proseguono con l'obiettivo di consolidare le competenze legate all'accoglienza turistica, alla promozione del territorio e alla conoscenza delle realtà locali aderenti alla Carta Servizi della Ciclovia del Sole. Il percorso di dieci ore complessive di formazione di aggiornamento sarà articolato in moduli tematici che alternano momenti teorici e attività esperienziali sul territorio, focalizzandosi in particolare sui seguenti contenuti formativi:

- Conoscenza delle imprese locali sottoscritte della Carta dei Servizi della Ciclovia del Sole: presentazione delle attività commerciali aderenti alla Carta Servizi, con l'obiettivo di favorire un racconto coerente e aggiornato del territorio;

- Distribuzione e utilizzo dei nuovi materiali informativi: formazione sull’impiego della mappa del territorio di Crevalcore come strumento di orientamento per i visitatori, con indicazioni pratiche sulla sua distribuzione presso i punti IAT diffusi e le attività coinvolte, e fornitura della stessa;
- Sensibilizzazione sul ruolo degli addetti IAT diffusi come facilitatori del turismo responsabile e della rete di accoglienza legata alla Ciclovia del Sole.

Gli obiettivi principali del percorso del 2026 sono il miglioramento e la capacità di informare e orientare i visitatori in modo efficace e aggiornato, il potenziamento e la collaborazione tra i soggetti della rete IAT diffuso e le attività commerciali del territorio e la prosecuzione della garanzia di una promozione coerente e unitaria dell’identità turistica di Crevalcore, valorizzando le specificità enogastronomiche e sostenibili che caratterizzano il comune.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Elementi di integrazione nel sistema informativo turistico ERT/SITUR tramite la Redazione Locale di riferimento

L’attività proposta Crevalcore Accoglie: percorsi di gusto e ospitalità si integra nel sistema informativo turistico regionale attraverso la collaborazione attiva con la Redazione locale Pianura Bolognese Turismo. I contenuti prodotti nell’ambito del progetto, come i video promozionali delle attività aderenti alla Carta Servizi della Ciclovia del Sole, il reel finale di sintesi e la mappa del territorio di Crevalcore, saranno condivisi con la Redazione locale per la loro pubblicazione e valorizzazione sui canali digitali regionali e sui social network collegati. Gli addetti IAT diffuso, opportunamente formati, saranno coinvolti nella segnalazione di eventuali aggiornamenti o nuovi contenuti utili alla Redazione. L’iniziativa, inoltre, rafforza il collegamento operativo tra il Comune di Crevalcore, la rete territoriale degli operatori e i soggetti regionali della promozione turistica, assicurando coerenza di immagine, omogeneità dei messaggi e condivisione di buone pratiche, in linea con i principi di sostenibilità, accessibilità e integrazione territoriale.

2) Elementi di qualità dell’attività di collaborazione, scambio di informazioni, coprogettazione con l’ufficio HUB di riferimento e tra l’HUB e gli altri uffici afferenti al medesimo ambito

Il progetto rappresenta un’azione concreta di rafforzamento della rete territoriale dell’accoglienza diffusa. La collaborazione con l’HUB è realizzata con la definizione congiunta degli obiettivi comunicativi, delle modalità di valorizzazione delle attività aderenti alla Carta Servizi della Ciclovia del Sole e dell’integrazione dei contenuti nei canali informativi. L’attività contribuisce alla condivisione di standard comunicativi e visivi con la Redazione HUB e gli altri IAT diffusi, per assicurare uniformità d’immagine e coerenza nella promozione, all’allineamento costante dei contenuti pubblicati sui canali comunali e territoriali, favorendo sinergie e maggiore visibilità per le realtà locali, al coinvolgimento diretto degli operatori e degli addetti IAT diffuso in un processo di aggiornamento condiviso delle informazioni, rafforzando il flusso comunicativo tra territorio, HUB e Redazione Locale, alla valorizzazione delle buone pratiche di accoglienza sostenibile e gastronomica, che saranno rese disponibili per la replicabilità negli altri comuni lungo la Ciclovia del Sole. A rinforzo delle azioni previste, il Comune di San Giovanni in Persiceto, l’Unione Reno Galliera e il Comune di Crevalcore, ciascuno per il proprio ruolo e funzione e con l’obiettivo di dare massima copertura all’azione di coordinamento su tutta la pianura, hanno sottoscritto una lettera di intenti volta a rimarcare la volontà di collaborazione attraverso lo scambio di informazioni e la co-progettazione di attività, materiale informativo e azioni di promozione turistica (vedi allegato “Lettera di intenti”). Con questo progetto, Crevalcore consolida il proprio ruolo attivo all’interno della rete territoriale, contribuendo non solo alla promozione del proprio patrimonio, ma anche alla costruzione di un sistema integrato di accoglienza e informazione turistica fondato su cooperazione, qualità dei contenuti e riconoscibilità della destinazione.

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l’evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile

Accessibilità: il progetto contribuisce a migliorare l'accessibilità delle informazioni turistiche di Crevalcore rendendo i contenuti e gli strumenti promozionali più chiari, diffusi e fruibili da un pubblico ampio e diversificato. La nuova mappa del territorio sarà progettata con criteri di leggibilità e immediatezza, integrando simboli grafici riconoscibili, testi bilingui (italiano/inglese). Gli addetti IAT diffuso, formati specificamente, saranno in grado di orientare anche visitatori con esigenze particolari (anziani, famiglie, cicloturisti, persone con disabilità motoria o sensoriale lieve), facilitando la fruizione dei servizi informativi sul territorio.

Sostenibilità: l'intervento si inserisce pienamente nella strategia di turismo sostenibile e di prossimità promossa dal Territorio Turistico Bologna-Modena attraverso la valorizzazione delle attività aderenti alla Carta Servizi della Ciclovia del Sole, il progetto promuove pratiche di ospitalità legate alla mobilità dolce, al consumo locale e alla promozione e integrazione di realtà imprenditoriali nel sistema turistico, integrandosi nella più ampia promozione del tracciato di Eurovelo 7.

Innovazione: Il progetto introduce elementi di innovazione comunicativa e organizzativa nel sistema IAT diffuso: la produzione di contenuti audiovisivi brevi (video e reel) consente di promuovere le attività locali in modo dinamico, favorendo l'interazione con il pubblico e la condivisione social, in linea con le tendenze del mercato turistico, garantendo un modello di replicabilità su altri territori toccati dalla Ciclovia del Sole.

4) Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO

Il progetto Crevalcore Accoglie: percorsi di gusto e ospitalità sviluppa in stretta collaborazione con la DMO Bologna Welcome. Tutte le attività previste sono concepite per garantire coerenza di immagine, linguaggio e strategia comunicativa con la DMO, anche ai fini di sviluppare e valorizzare l'offerta imprenditoriale legata al turismo, con il fine del coinvolgimento di imprenditori nello sviluppo di pacchetti e di pulsione alla nuova imprenditorialità legata al turismo.

In particolare, il progetto prevede:

- la condivisione dei materiali audiovisivi (video, reel e immagini) con la DMO per successive campagne promozionali;
- la partecipazione coordinata alle campagne di comunicazione e promozione promosse dalla DMO e dalla Destinazione, garantendo un messaggio unitario sul tema dell'accoglienza sostenibile e della valorizzazione enogastronomica locale;
- la diffusione della nuova mappa turistica attraverso la rete di punti informativi, eventi di promozione e canali digitali della DMO, assicurando un'informazione capillare e condivisa e fornita anche in versione cartacea.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 12.859,78

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 12.859,78

PUNTEGGIO: 81

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

2) COMUNE DI VALSAMOGGIA - IAT DIFFUSO

P.G. n. 72071/2025

P.G. n. 74168/2025

SEDI

- Cà La Ghironda Resort - Via Leonardo da Vinci 19, 40069 Zola Predosa;
- Pro Loco Savigno Aps - Piazza XV Agosto, 40053 Valsamoggia;
- Bar Due di Picche Snc -Via Lavino 419/A, 40050 Monte San Pietro

Relazione generale dell'attività e obiettivi di miglioramento del servizio con riferimento alle azioni che si intendono svolgere nel corso del 2026

Il Comune di Valsamoggia, riconosciuto dal 2024 come IAT diffuso “Colli Bolognesi” prosegue il percorso di consolidamento del modello di informazione e accoglienza turistica diffusa avviato nel 2021 con il progetto degli Info Point Diffusi e, dal 2024, con il progetto Iat diffuso Colli Bolognesi, sperimentato insieme ai comuni di Monte San Pietro, Zola Predosa e Casalecchio, afferenti all’Unione Reno, Lavino, Samoggia. Dopo una prima fase di costruzione e sperimentazione condivisa, Valsamoggia si candida ora come ente unico proponente, mantenendo l’obiettivo di rafforzare e qualificare la rete locale degli IAT diffusi, valorizzando le competenze maturate e il forte radicamento territoriale.

Il progetto 2026 mira a garantire una presenza stabile, sempre più capillare e riconoscibile sul territorio, coinvolgendo un numero maggiore di operatori economici, agricoli o culturali come presidi di informazione e accoglienza integrati nella strategia turistica locale, distrettuale, metropolitana e regionale. Fondamentale sarà la cooperazione con i territori adiacenti, con particolare su progetti specifici condivisi in ambito turistico (Cammini come Piccola Cassia e Via dei Brentatori) e culturale.

Gli IAT diffusi restano il cuore del sistema: luoghi fisici e umani di racconto del territorio, capaci di accogliere il visitatore, orientarlo e trasmettere un’esperienza autentica.

Gli obiettivi principali per il 2026 sono:

- consolidare la rete dei punti di informazione diffusi già attivi, mantenendo il coordinamento unico di back office;
- ampliare la rete coinvolgendo nuove attività aderenti a partire da coloro che hanno già dimostrato interesse prendendo parte al percorso formativo 2025.
- potenziare ed estendere a un numero sempre maggiore di soggetti la formazione degli operatori, con un focus su narrazione del territorio, accoglienza e turismo sostenibile;
- migliorare l’integrazione del sistema informativo comunale con quello regionale (ERT/SITur), in raccordo con lo IAT-R di Sasso Marconi;
- rafforzare il racconto turistico di Valsamoggia come territorio collinare autentico, produttivo e accogliente, cuore dell’enogastronomia e porta d’accesso all’Appennino mantenendo l’inserimento nel contesto dei Colli Bolognesi tra Bologna e Modena.

Il progetto intende quindi rendere stabile un modello autonomo, ma integrato nella rete unionale, metropolitana e regionale, dove la qualità del servizio e il radicamento comunitario restano i principali strumenti di promozione e fidelizzazione del visitatore.

Descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti:

Nel 2026 il Comune di Valsamoggia intende proseguire il percorso di formazione continua per gli operatori della rete degli IAT diffusi, consolidando le competenze acquisite negli anni precedenti e ampliando i contenuti con nuovi approfondimenti legati ai trend emergenti del turismo sostenibile ed esperienziale. Intende altresì mantenere il carattere pubblico di tale formazione, aprendolo - gratuitamente - a tutti gli operatori del territorio e dei territori limitrofi interessati ad arricchire le loro competenze e ad aumentare la consapevolezza rispetto alla rete entro cui sono inseriti. Il programma formativo prevede un minimo di 10 ore di formazione specifica annuale per gli operatori già attivi e riconosciuti, e di ulteriori 20 ore di formazione di base destinate a coloro che vorranno entrare a far parte della rete nel corso del 2026. Gli incontri saranno tenuti da professionisti del settore turistico, culturale ed enogastronomico e del marketing territoriale.

Le principali aree tematiche riguarderanno:

- Inquadramento del sistema turistico regionale e locale, con aggiornamenti sulla normativa di riferimento, sugli standard qualitativi e sulle modalità di integrazione con il sistema informativo regionale ERT/SITur;

- Approfondimenti sulla storia, le emergenze culturali, naturali, artistiche ed enogastronomiche di Valsamoggia, con focus su eventi, percorsi e tradizioni locali, per rafforzare la capacità narrativa degli operatori;
- Turismo lento e sostenibile: cammini, cicloturismo, turismo rurale, enogastronomico e outdoor, come leve di sviluppo e diversificazione dell'offerta turistica locale;
- Comunicazione e marketing valoriale, con particolare attenzione alla costruzione di un racconto coerente con l'identità del territorio e all'utilizzo dei canali digitali;
- Accoglienza e relazione con il turista contemporaneo, inclusa la capacità di fornire informazioni chiare, inclusive e accessibili;
- Turismo di comunità e collaborazione pubblico-privato, per rafforzare il senso di appartenenza e la partecipazione degli operatori alla rete territoriale dell'accoglienza.

La formazione, prevalentemente organizzata online, sarà orientata a migliorare la qualità complessiva del servizio di informazione e accoglienza, rendendo gli operatori sempre più preparati, consapevoli e in grado di trasmettere al visitatore un'immagine autentica, coerente e attrattiva di Valsamoggia e dei suoi dintorni come destinazione turistica.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Elementi di integrazione nel sistema informativo turistico ERT/SITUR tramite la Redazione Locale di riferimento

Tra i principali obiettivi e le funzioni del coordinamento di back office vi sarà quello di produrre contenuti idonei sia dal punto di vista redazionale, sia dal punto di vista strutturale, alla pubblicazione sugli strumenti di comunicazione della Regione Emilia-Romagna al fine di arrivare a una piena integrazione fra sistema informativo locale ed ecosistema informativo digitale regionale. Strategico da questo punto di vista sarà il coordinamento con la redazione Appennino intrinseca al nostro IAT-R di riferimento al fine di creare un flusso di lavoro e di trasmissione efficace. Tali contenuti riguarderanno gli eventi e le iniziative stagionali organizzati sui territori, ma anche e soprattutto i punti di forza di un'offerta che riesce ad esprimersi al meglio in ogni stagione dell'anno.

2) Elementi di qualità dell'attività di collaborazione, scambio di informazioni, coprogettazione con l'ufficio HUB di riferimento e tra l'HUB e gli altri uffici afferenti al medesimo ambito

Valsamoggia continuerà a collaborare attivamente con lo IAT HUB Appennino di Sasso Marconi, partecipando ai tavoli periodici di coordinamento, condividendo dati, materiali e strategie di promozione. Il back office comunale fungerà da interfaccia stabile tra operatori locali e HUB, assicurando coerenza nei contenuti e tempestività nella comunicazione. Sono previsti:

- incontri di coprogettazione su temi di marketing, digitalizzazione e itinerari intercomunali;
- scambio periodico di report e aggiornamenti su flussi, iniziative e risultati;
- azioni comuni di promozione nell'ambito della DMO Bologna-Modena.

L'obiettivo è mantenere una relazione funzionale, costante e bidirezionale tra territorio e sistema HUB, per massimizzare l'efficacia delle attività di informazione turistica.

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile

Accessibilità: tutti gli IAT Diffusi continueranno a rispettare i requisiti di accessibilità fisica, linguistica e digitale. Nel 2026 si prevede di mappare e diffondere informazioni sull'accessibilità delle strutture ricettive e dei luoghi di interesse, creando una sezione dedicata sul portale comunale e nei materiali turistici.

Sostenibilità: il progetto promuove un turismo responsabile e lento, basato su mobilità dolce, valorizzazione dei prodotti locali e riduzione dell'impatto ambientale. Verranno incentivate pratiche sostenibili come la mobilità elettrica e la promozione di itinerari naturalistici e cicloturistici.

Innovazione: il Comune intende potenziare la digitalizzazione dei servizi mediante l'uso di strumenti digitali dedicati (già in essere il Valsamoggia Outdoor Museum basato sull'app Art Place e sulla tecnologia Beacon). mappe interattive e strumenti informativi online condivisi con lo IAT-R.

4) Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO

Attraverso il coordinamento di back office, la rete IAT Diffusi sarà costantemente collegata con la DMO Bologna-Modena, partecipando attivamente ai progetti e alle campagne promozionali regionali (es. "Weekend del Gusto", "Autunno Fuori dal Comune").

Le informazioni saranno diffuse attraverso newsletter, incontri periodici e canali digitali, assicurando la circolazione rapida e condivisa dei contenuti e favorendo la partecipazione diretta degli operatori locali alle iniziative della destinazione.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 18.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 18.000,00

PUNTEGGIO: 80

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

3) UNIONE RENO GALLIERA - IAT DIFFUSO

P.G. n. 71979/2025

SEDI

- Ristorante La Grigliata - via Casadio, 31 CAP 40050 - Comune di Argelato;
- Villa San Donino - via Centese, 278 CAP 40050 - Comune di Argelato;
- Studio Fuoribordo Srl c/o Infopoint Centergross - via Della Mercanzia, 13 CAP 40050 - Blocco 5A Centergross - Comune di Argelato;
- Oasi La Rizza - via Bassa degli Albanelli 9-13 CAP 40010 - Comune di Bentivoglio;
- La Locanda Smeraldi, presso Parco di Villa Smeraldi - Via San Marina 47 CAP 40010 - Comune di Bentivoglio;
- Pro Loco Pieve di Cento APS - Piazza Andrea Costa, 11 CAP 40066 - Comune di Pieve di Cento;
- Fiorilinda - Via Garibaldi, 70 CAP 40066 - Comune di Pieve di Cento;
- Convivio Bistrot all'interno della Pinacoteca 'Graziano Campanini' - via Rizzoli 2 CAP 40066 - Comune di Pieve di Cento;

Relazione generale dell'attività e obiettivi di miglioramento del servizio con riferimento alle azioni che si intendono svolgere nel corso del 2026

L'Unione Reno Galliera, su impulso dei Comuni che la costituiscono, da alcuni anni ha avviato politiche locali per la qualificazione dell'offerta turistica con un costante coinvolgimento delle attività ricettive per una qualificazione dei servizi (Carta dei Servizi delle Ciclovie del Reno e dell'Unione Reno Galliera) e per una promozione integrata del territorio discendente dai propri servizi di informazione turistica integrati con il sistema di promozione turistico della Destinazione Turistica Territori Bologna e Modena (Sportello eXtraBO, IAT-R Pianura Bolognese, Redazione Locale Pianura Bolognese). Dopo aver valutato le diverse tipologie dei servizi di informazione e accoglienza turistica riconoscibili, e le tipologie di Uffici Innovativi proposti dalla Città Metropolitana di Bologna, si è individuato nello "IAT Diffuso" la formula ideale per promuovere l'accoglienza Turistica nei Comuni dell'Unione Reno Galliera: più precisamente si è valutata la creazione di punti informativi presso diversi operatori del comparto turistico in tutti i Comuni dell'Unione Reno Galliera

(o quantomeno quelli a maggior vocazione turistica) regolamentata da un accordo di collaborazione tra l’Unione e gli operatori aderenti che, in via parallela alla propria attività, svolgeranno l’attività di prima accoglienza fornendo informazioni sulle opportunità turistiche e culturali del territorio, rendendosi protagonisti attivi del sistema dell’informazione e dell’accoglienza turistica. Per l’individuazione di tali operatori, nel rispetto dei criteri per il funzionamento del sistema dei servizi di Informazione e Accoglienza Turistica regionale, è stata fatta una manifestazione di interesse da cui sono derivati i singoli accordi con quegli operatori che hanno aderito all’iniziativa di riconoscimento e implementazione dello IAT Diffuso Reno Galliera. Le attività aderenti, collocate nei punti di maggior attrazione turistica del territorio e in prossimità delle Ciclovie del Reno e del Navile:

- si sono impegnate a svolgere l’attività di informazione turistica a titolo esclusivamente gratuito
- posseggono i requisiti di accessibilità previsti dalla normativa di riferimento e un collegamento wifi ad utilizzo gratuito per i turisti,
- realizzeranno nel 2026 un percorso di formazione di 20 ore (come dettagliato al punto successivo) e un aggiornamento annuale di almeno 10 ore negli anni successivi al 2026.

Oltre a ciò verrà garantito un piano di attività di coordinamento, verifica e supporto che prevede le seguenti azioni:

Azione	Tempistica
rifornimento materiale	in concomitanza con la visita semestrale e/o secondo necessità
visita e intervista all’operatore	cadenza semestrale (primavera e autunno)
incontro di raccordo con gli altri punti di informazione della pianura	una volta all’anno
sviluppo di nuovo materiale informativo	secondo necessità

Descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti:

Organizzazione di un percorso formativo iniziale per la conoscenza dell’offerta esistente in termini di servizi e prodotti, con particolare focus sulle Ciclovie del Reno e del Navile e delle modalità di comunicazione delle informazioni turistiche. Tale percorso, partendo dalla condivisione degli elementi base di sistema, prevede la conoscenza diretta e la declinazione comunicativa coordinata delle informazioni turistiche di base. Il corso, di 20 ore complessivo, sarà così articolato:

- elementi di normativa nazionale, regionale e metropolitana sul turismo + Descrizione del sistema turistico regionale e metropolitano, obiettivi e ruoli, (4h – in aula);
- presentazione degli elementi conoscitivi generali del territorio, dell’offerta locale, degli strumenti analogici e digitali a disposizione, con particolare attenzione al cluster ‘cicloturismo’ (4h – in aula)
- Elementi conoscitivi naturalistici (4h – uscita sul campo), enogastronomici (4h – uscita sul campo), storico-culturali (4h – uscita sul campo)

Si ritiene inoltre di provvedere alla produzione di materiale informativo specifico, che si vada ad aggiungere in modo complementare a quanto sinora prodotto, costituito da un catalogo degli elementi attrattivi dell’Unione e degli esercizi accreditati nella Carta dei Servizi dell’Unione Reno Galliera.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Elementi di integrazione nel sistema informativo turistico ERT/SITUR tramite la Redazione Locale di riferimento

In una logica di maggior coinvolgimento di tutto il territorio per la diffusione delle informazioni legate alla redazione verrà prodotta una Newsletter della Redazione Locale Pianura Bolognese che produrrà, per gli

esercizi aderenti allo IAT Diffuso, un utile strumento per fornire informazioni aggiornate sugli eventi ma anche la possibilità di stampare materiale in economia l'agenda settimanale/mensile degli eventi della Redazione. Per quanto riguarda invece la comunicazione dal territorio verso la Redazione Locale, il coinvolgimento della Pro Loco di Pieve quale esercizio aderente allo IAT Diffuso potrà fungere da raccordo con le altre Pro Loco dell'Unione nell'alimentazione della redazione.

2) Elementi di qualità dell'attività di collaborazione, scambio di informazioni, coprogettazione con l'ufficio HUB di riferimento e tra l'HUB e gli altri uffici afferenti al medesimo ambito

Lettera di intenti tra il Comune di San Giovanni in Persiceto, Comune di Crevalcore e Unione Reno Galliera per la collaborazione, lo scambio di informazioni e coprogettazione di attività, materiale informativo e azioni di promozione turistica (vedi allegato “Lettera di intenti”)

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile

Accessibilità: tutte le strutture coinvolte garantiscono piena accessibilità;

Sostenibilità: fruizione del materiale informativo in formato digitale, adozione da parte di alcuni operatori della Carta dei Servizi delle ciclovie del Reno e del Navile a sostegno di una promozione di servizi turistici a forte sostenibilità ambientale (cicloturismo).

Innovazione: disponibilità presso alcuni dei punti aderenti di un dispositivo per la realtà aumentata per la fruizione di video promozionale del territorio (alcuni punti di forte attrazione turistica dell'Unione Reno Galliera tra Musei, aree naturalistiche, centri urbani) attraverso Visore VR (vedi progetto Ambito 2).

4) Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO

Promozione presso gli esercizi dello IAT DIFFUSO RENO GALLIERA delle proposte previste per il territorio: Ville e Castelli, eXtraBimbi, Foliage Tour, Autunno Fuori dal Comune, etc.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 6.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 6.000,00

PUNTEGGIO: 81

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

4) UNIONE DEI COMUNI DELL'APPENNINO BOLOGNESE - IAT DIGITALE

P.G. n. 72261/2025

SEDI

- Palazzo del Municipio, Piazza Kennedy 1, 40032 Comune di Camugnano (BO);
- Palazzo del Municipio, Piazza Nanni Levera 12, 40034 Comune di Castel d'Aiano (BO);
- Piazza della Torre, 40030 Comune di Castel di Casio (BO);
- Parco della Rimembranza, Piazza Guglielmo Marconi 1, 40035 Comune di Castiglione dei Pepoli (BO);
- Palazzo del Municipio, Piazza Brasa 1, 40041 Comune di Gaggio Montano (BO);
- Palazzo del Municipio, Località Pietrafitta 52, 40030 Comune di Grizzana Morandi (BO);
- Centro Servizi del Corno alle Scale, Strada Provinciale del Cavone, 40042 Comune di Lizzano in Belvedere (BO);
- Piazza Martiri delle Fosse Ardeatine, 40043 Comune di Marzabotto (BO);

- Via Casaglia 1, 40036 Comune di Monzuno (BO);
- Via Bologna angolo Via Romana Antica, Località Madonna dei Fornelli, 40048 Comune di San Benedetto Val di Sambro (BO);
- Stazione dei Treni, Piazza Giovanni XXIII, 40038 Comune di Vergato (BO)

Relazione generale dell'attività e obiettivi di miglioramento del servizio con riferimento alle azioni che si intendono svolgere nel corso del 2026

Nel 2025 si è ultimata l'installazione di 11 totem touch screen nel territorio dell'Unione dei Comuni dell'Appennino Bolognese. I totem sono stati installati uno per ciascun comune dell'Unione, in luoghi turistici significativi o in prossimità delle principali piazze del paese. Ogni totem è collegato al sito della destinazione turistica <https://appenninobolognese.cittametropolitana.bo.it> e strutturato in modo tale che la prima pagina di collegamento sia quella relativa al comune in cui si trova. E' poi possibile la navigazione in tutti i contenuti del sito, permettendo così di scoprire le opportunità presenti anche nei comuni vicini, le proposte turistiche e gli eventi sul territorio. Nella parte alta della schermata del totem e quando in standby si potrà far scorrere immagini, video e locandine specifiche di eventi riguardanti il comune. Si precisa, come richiesto da bando, che non verranno ammesse promozioni pubblicitarie di privati.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Elementi di integrazione nel sistema informativo turistico ERT/SITUR tramite la Redazione Locale di riferimento

La redazione locale di riferimento avrà il compito di alimentare i contenuti dei totem. Inoltre nella schermata sarà sempre presente il collegamento al sito <https://appenninobolognese.cittametropolitana.bo.it>

2) Elementi di qualità dell'attività di collaborazione, scambio di informazioni, coprogettazione con l'ufficio HUB di riferimento e tra l'HUB e gli altri uffici afferenti al medesimo ambito

Sarà previsto un contributo economico per il comune di Sasso Marconi che si occuperà dell'alimentazione dei contenuti dei totem, così che possano essere utilizzati come strumento di diffusione delle proposte e attività ideate dall'HUB. I totem saranno quindi a pieno titolo uno strumento di comunicazione dato in gestione all'HUB territoriale, ma diffusi sui territori dell'Unione dei Comuni dell'Appennino Bolognese. Con questo, si intende anche cercare di incentivare la coprogettazione dei territori con l'HUB, in quanto sarà interesse da una parte dei singoli comuni dell'Unione che i totem comunichino iniziative relative al proprio territorio, dall'altra l'HUB potrà avere maggiori informazioni sulle proposte territoriali così da poterle utilizzare per pacchetti turistici complessivi.

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile

Accessibilità: i totem sono in luoghi accessibili e il touch screen è predisposto per essere utilizzato anche da persone in carrozzina.

Sostenibilità: con costi molto contenuti è possibile diffondere in modo capillare informazioni turistiche sui territori 24h su 24h.

Innovazione: i totem sono la soluzione per permettere l'accesso alle informazioni turistiche e le opportunità presenti sul territorio anche in territori in cui non sarebbe possibile l'apertura di uno IAT fisico. Inoltre fungono anche da promozione del sito <https://appenninobolognese.cittametropolitana.bo.it>, così da incentivare la consultazione anche con i propri dispositivi elettronici.

4) Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO

Essendo i totem alimentati dallo IAT-R la condivisione di servizi e informazioni con le DMO è totale.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 5.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 5.000,00

PUNTEGGIO: 86

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

5) COMUNE DI BOLOGNA - WELCOME ROOM

P.G. n. 72266/2025

integrazione P.G. n. 73573/2025

SEDE

c/o ufficio Trenitalia Tper per i servizi regionali in Emilia-Romagna, ala ovest della stazione di Bologna Centrale, Piazza delle Medaglie D'Oro

Relazione generale dell'attività e obiettivi di miglioramento del servizio con riferimento alle azioni che si intendono svolgere nel corso del 2026

Il primo punto di informazione e accoglienza al turista “innovativo” ai sensi della DGR n. 2188/2022 e ss.mm. di Bologna rafforza l’obiettivo, già perseguito attraverso l’attivazione di “Altre sedi” dello IAT-R, di portare i servizi turistici di base dove il turista si trova. Snodo delle principali linee ferroviarie ad alta velocità, la Stazione Centrale di Bologna bene di presta a intercettare passeggeri in transito e turisti e svolgere un’efficace azione di promozione turistica, veicolando le informazioni di base e i contatti necessari a rispondere alle prime necessità in termini di accoglienza turistica. L’impiego di un espositore autoportante dedicato ai materiali informativi relativi alla città, di pannelli informativi e di QR-code consente di offrire informazioni in tempo reale per i viaggiatori in arrivo a Bologna. All’interno della Welcome room è stata posizionata una mappa del centro storico: primo riferimento utile per il visitatore. La mappa include il percorso dalla Stazione Centrale fino a Piazza Maggiore e, accanto a essa, sono riportati i contatti dello IAT-R di Piazza Maggiore e di Trenitalia e i numeri utili. All’interno della Welcome Room è stato, altresì, adottato il servizio di assistenza virtuale sviluppato dalla DMO bolognese. Si tratta di un ambiente di dialogo con i visitatori, basato sull’intelligenza artificiale generativa che offre un supporto automatizzato, in grado di garantire ai turisti una customer experience unica e personalizzata, migliorando i percorsi di ricerca, il dialogo e risoluzione di problemi in tempo reale.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Elementi di integrazione nel sistema informativo turistico ERT/SITUR tramite la Redazione Locale di riferimento

Il QR-Code pubblicato sui pannelli della Welcome Room permette all’utente di collegarsi a bolognawelcome.com, il portale turistico ufficiale del territorio metropolitano, i cui contenuti sono il risultato dell’attività della redazione «allargata» (Redazioni Locali del sistema turistico regionale, di cui gli IAT-R sono sede, coordinate dalla redazione centrale della DMO bolognese). Anche il servizio di assistenza virtuale sviluppato dalla DMO bolognese e adottato all’interno della Welcome Room ha come set di dati di riferimento bolognawelcome.com, portale turistico ufficiale del territorio metropolitano.

2) Elementi di qualità dell’attività di collaborazione, scambio di informazioni, coprogettazione con l’ufficio HUB di riferimento e tra l’HUB e gli altri uffici afferenti al medesimo ambito

Il Capoluogo offre i servizi turistici di base attraverso lo IAT-R con Redazione locale situato in Piazza Maggiore e relative altre sedi (Palazzo Pepoli e Palazzo dell’Archiginnasio).

La Welcome room, di recente riconoscimento, è stata sviluppata dalla DMO bolognese a cui il Comune di Bologna ha affidato nel 2025 la gestione dei servizi turistici di base del Capoluogo e che ha posto solide basi per una collaborazione strutturata che si fonda sulla condivisione di strumenti e informazioni, che la DMO bolognese mette a fattor comune.

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile

Accessibilità: l'ufficio è posizionato al piano terra ed è accessibile per utenti con disabilità motorie. Attraverso QR-Code è possibile collegarsi al portale turistico ufficiale del territorio metropolitano bolognawelcome.com, che prevede la sezione Turismo accessibile, dove è possibile avere informazioni puntuale e aggiornate intorno alle condizioni di accessibilità della destinazione e dei luoghi e delle esperienze. Avendo il servizio di assistenza virtuale sviluppato dalla DMO bolognese e adottato all'interno della Welcome Room come bacino informativo quello di bolognawelcome.com e, dunque, anche della sezione Turismo accessibile, l'utenza può trovare informazioni puntuale e aggiornate intorno alle condizioni di accessibilità della destinazione, dei punti di interesse e delle esperienze.

Sostenibilità: In un'ottica di miglioramento e salvaguardia ambientale, la tendenza è quella di minimizzare la stampa di materiale informativo e promozionale, facendo ricorso a QR-code attraverso i quali scaricare informazioni sempre aggiornate sulla città. Per una corretta veicolazione di informazioni e valorizzazione dell'offerta turistica nei confronti della domanda nazionale e internazionale non si può eliminare del tutto il cartaceo, ma preservare quegli strumenti, veicolati attraverso l'espositore autoportante dedicato ai materiali informativi relativi alla città, che sono imprescindibili a soddisfare le esigenze di particolari segmenti target che amano poter consultare e conservare le informazioni su strumenti cartacei.

Innovazione: la messa in rete dei servizi informativi attraverso strumenti comuni (CMS dei siti delle Redazioni Locali del sistema turistico regionale, di cui gli IAT-R sono sede) e QR-code di collegamento, consentono di veicolare informazioni complete e aggiornate all'utente e allo stesso tempo favoriscono una costante collaborazione tra le redazioni del territorio, ottimizzandone l'impatto operativo. L'Intelligenza Artificiale generativa si riferisce a sistemi di intelligenza artificiale in grado di generare nuovi contenuti, idee o dati che imitano la creatività umana. Questa tecnologia sfrutta algoritmi di apprendimento profondo per produrre output sulla base di modelli appresi da vasti set di dati. La DMO bolognese ha sviluppato nell'ambito della convenzione con CCIAA un ambiente di dialogo con i visitatori, basato sull'intelligenza artificiale generativa. Tale ambiente di dialogo si traduce in un supporto automatizzato presso gli info point e da remoto, in grado di garantire ai turisti una customer experience unica e personalizzata, migliorando i percorsi di ricerca, il dialogo e risoluzione di problemi in tempo reale.

4) Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO

La condivisione di servizi e informazioni è garantita dalla messa in rete degli stessi a partire dallo strumento principe, il portale turistico ufficiale metropolitano, a cui gli strumenti informativi adottati presso la Welcome Room sono collegati. Come detto sopra, infatti, i contenuti veicolati dallo stesso sono il frutto del lavoro congiunto delle Redazioni Locali del sistema turistico regionale, di cui gli IAT-R sono sede, e della redazione locale in seno alla DMO cittadina. Si prevede, altresì, l'intensificazione dello scambio di materiale informativo con altri IAT del territorio, oltre che con lo IAT di Modena, a favore di quei segmenti di utenza che fruiscono del materiale messo a disposizione dell'espositore situato presso la Welcome Room.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 29.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 29.000,00

PUNTEGGIO: 79

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

6) COMUNE DI IMOLA - WELCOME ROOM

P.G. n. 71965/2025
integrazione P.G. n. 75671/2025

SEDE

Galleria Centro Cittadino – via Emilia 135, Imola

Relazione generale dell'attività e obiettivi di miglioramento del servizio con riferimento alle azioni che si intendono svolgere nel corso del 2026

Il servizio si propone di integrare l'operato dello IAT-R locale fornendo informazioni ai turisti tramite la distribuzione di materiali cartacei realizzati in autonomia o reperiti da altri soggetti e la divulgazione di contenuti audio e video del territorio e degli eventi attraverso il monitor installato. L'ufficio realizzerà le seguenti pubblicazioni da offrire in formato cartaceo e scaricabili dai portali turistici:

- Mappa della città – formato A3 con i punti di interesse evidenziati;
- Imola Eventi 2026 – depliant bilingue dei principali eventi turistici;
- Dove mangiare - lista completa della ristorazione aggiornata costantemente.

In considerazione della sinergia con l'autodromo e l'appartenenza al settore Promozione Circuito Grandi Eventi del Comune di Imola, si confermerà l'azione di supporto agli eventi attraverso aperture straordinarie dell'ufficio per l'informazione ai turisti.

Sarà mantenuto e aggiornato il portale visitareimola.it, sito bilingue, che, oltre a riportare tutte le informazioni di carattere storico e culturale, riporterà le informazioni sui grandi eventi con schede dedicate relative ai servizi attivati per i singoli eventi.

Allo stesso modo sarà costantemente aggiornata l'APP turistica visitAReImola (strumento bilingue).

Continuerà la distribuzione dei materiali prodotti e ricevuti attraverso il totem installato in esterno per consentire al turista di reperire materiale h24 - 7 giorni su 7.

Saremo parte integrante del gruppo organizzativo dell'evento Sport al Centro sia per quanto riguarda la realizzazione dei materiali promozionali e l'aggiornamento del sito dedicato sia per quanto riguarda la predisposizione di un punto informativo all'interno della manifestazione che si svolge nel parco Acque Minerali e coinvolge ogni anno circa 10.000 persone provenienti da tutti i comuni del Circondario Imolese e dalla provincia di Ravenna. Collaboreremo con il servizio Area Promozione Circuito degli Eventi attraverso la gestione degli eventi in svolgimento nel centro città (100° del Circuito dei Tre Monti – giugno, Giornata del Veicolo d'Epoca – settembre, Camminata di Natale, 26 dicembre) attraverso l'accoglienza, la promozione del territorio e la ricerca di strutture ricettive e ristorative.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Elementi di integrazione nel sistema informativo turistico ERT/SITUR tramite la Redazione Locale di riferimento

Continueremo a collaborare con la Redazione locale attraverso la verifica e l'aggiornamento dei contenuti.

2) Elementi di qualità dell'attività di collaborazione, scambio di informazioni, coprogettazione con l'ufficio HUB di riferimento e tra l'HUB e gli altri uffici afferenti al medesimo ambito

Continueremo a collaborare con gli uffici di Informazione Turistica attraverso la condivisione e distribuzione dei materiali prodotti al fine di invogliare il turista nella visita complessiva dell'area imolese.

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile

Accessibilità: la Welcome Room è accessibile 24/7 giorni su 7 a tutte le tipologie di utenza in quanto le porte di accesso alla galleria sono dotate di sensori di apertura automatica

Sostenibilità: /

Innovazione: Il monitor con consultazione touchscreen dalla galleria permette all'utente di consultare i siti per avere a 360° le informazioni, sia in italiano che in inglese, degli eventi in programma, del territorio e sull'autodromo.

4) Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO

Continueremo a collaborare con le DMO attraverso la condivisione delle informazioni.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 30.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 30.000,00

PUNTEGGIO: 62

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

7) COMUNE DI LIZZANO IN BELVEDERE - WELCOME ROOM

P.G. n. 72235/2025

integrazione P.G. n. 73330/2025

integrazione P.G. n. 77589/2025

SEDE

Piazza G. Marconi n.6, Lizzano in Belvedere

Relazione generale dell'attività e obiettivi di miglioramento del servizio con riferimento alle azioni che si intendono svolgere nel corso del 2026

La Welcome Room, avviata nel 2025 a seguito di DD 2312/2025, entra nel 2026 nel suo primo anno di piena operatività come unico presidio di informazione e accoglienza presso la sede di Piazza Marconi n. 6, successivamente alla conclusione delle attività dello IAT tradizionale.

La sua istituzione risponde alla necessità di offrire un servizio strutturato e qualificato, capace di guidare turisti e visitatori nella scoperta delle attrazioni culturali naturali ed enogastronomiche, promuovendo al contempo l'immagine del territorio e facilitando l'accesso ai servizi turistici disponibili. L'obiettivo principale della Welcome Room è garantire un'esperienza di benvenuto positiva e completa, supportando il visitatore sin dal primo contatto, fornendo informazioni accurate, itinerari consigliati e materiali promozionali aggiornati. Il servizio intende inoltre favorire l'adozione di pratiche di turismo responsabile e sostenibile, sensibilizzando i visitatori alla tutela del patrimonio locale.

Per il 2026 il progetto prevede le seguenti azioni principali:

1. Allestimento e organizzazione della Welcome Room: predisposizione di spazi funzionali, accoglienti e accessibili, dotati di punti informativi, strumenti multimediali e postazioni digitali interattive;
2. Realizzazione di materiali informativi e promozionali: brochure, mappe tematiche e segnaletica in più lingue, insieme a contenuti digitali aggiornati per il portale web e i social media dedicati;
3. Collaborazione con operatori locali: coinvolgimento di strutture ricettive, ristoratori, associazioni e operatori turistici per la creazione di itinerari tematici, pacchetti turistici e iniziative coordinate di promozione;
4. Monitoraggio e valutazione del servizio: attivazione di strumenti di raccolta dati sui flussi turistici e di questionari di soddisfazione, utili a orientare eventuali azioni di miglioramento e a misurare l'impatto della Welcome Room;

5. Rafforzamento della connessione: il progetto si inserisce negli obiettivi del PPCT 2026, contribuendo alla linea Outdoor Active&Slow e Natura e Benessere del Territorio Turistico Bologna-Modena, con azioni orientate alla destagionalizzazione dei flussi e al miglioramento dell'esperienza di visita;
6. Sostenibilità e DNSH: il progetto turistico è sviluppato nel pieno rispetto del principio DNSH (Do No Significant Harm), garantendo che le attività non arrechino danni significativi all'ambiente. In un'ottica di sostenibilità concreta, saranno adottate misure volte a ridurre l'impatto ambientale del settore turistico locale, come la limitazione dei materiali stampati a favore di strumenti digitali di promozione e informazione, l'utilizzo di energia proveniente da fonti rinnovabili — in particolare da impianti fotovoltaici comunali o locali — e il riuso e recupero di arredi e strutture esistenti per l'allestimento di punti informativi, eventi e spazi di accoglienza. Queste azioni contribuiscono a minimizzare le emissioni, ridurre i rifiuti e promuovere un modello di turismo più responsabile e sostenibile.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Elementi di integrazione nel sistema informativo turistico ERT/SITUR tramite la Redazione Locale di riferimento

La creazione della Welcome Room rappresenta un passo strategico per l'ottimizzazione della gestione turistica locale, rafforzando l'integrazione con il SITur e valorizzando le risorse del territorio. La collaborazione tra la redazione locale e gli operatori turistici garantirà un flusso costante di informazioni aggiornate e affidabili, migliorando la promozione regionale e l'accoglienza dei visitatori. La Welcome Room è dotata di strumentazione interattiva integrata con il sistema IAT Digitale metropolitano (SITur), per la gestione coordinata dei contenuti turistici e la condivisione in tempo reale di dati e aggiornamenti.

2) Elementi di qualità dell'attività di collaborazione, scambio di informazioni, coprogettazione con l'ufficio HUB di riferimento e tra l'HUB e gli altri uffici afferenti al medesimo ambito

Nel 2026, con l'avvio della Welcome Room Turistica, la collaborazione tra l'HUB turistico di riferimento e gli uffici operanti sul territorio sarà impostata secondo un approccio partecipativo e integrato, finalizzato a garantire un'accoglienza di qualità e a valorizzare in modo coordinato le risorse locali. Gli obiettivi comuni saranno definiti fin dalle prime fasi, assicurando coerenza tra le diverse azioni di informazione e promozione. La comunicazione tra la Welcome Room e gli uffici territoriali si basa su canali chiari e strumenti digitali, con momenti periodici di confronto per favorire la condivisione di dati, esperienze e buone pratiche. La coprogettazione permetterà di sviluppare insieme piani informativi, itinerari tematici e strategie di promozione del territorio, generando sinergie operative e aumentando la visibilità complessiva del servizio turistico.

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile

La nuova Welcome Room è progettata per garantire turismo inclusivo, permettendo a tutti i visitatori di fruire dei servizi in condizioni di pari opportunità:

- Accesso fisico: percorsi privi di barriere architettoniche, ascensori o rampe, aree di sosta adeguate.
- Accessibilità sensoriale: segnaletica chiara, supporti visivi e tattili, materiali informativi in formato braille o ingrandito.
- Supporto digitale inclusivo: portali e applicazioni compatibili con screen reader e dispositivi assistivi, interfacce multilingue e intuitive.
- Promozione di esperienze turistiche sostenibili: itinerari e attività a basso impatto ambientale e culturale, mobilità dolce, turismo lento e responsabile.

4) Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO

Collaborazione per la realizzazione di materiale cartaceo promozionale in sintonia con le grafiche già realizzate per le altre destinazioni; collaborazione nel lancio, promozione e valorizzazione della Linea Gotica; collaborazione con il Comune di Alto Reno Terme, Città Metropolitana, Bologna Welcome per la realizzazione e promozione degli eventi turistici/culturali del 2026.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 17.500,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 17.500,00

PUNTEGGIO: 65

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

8) COMUNE DI MARZABOTTO - WELCOME ROOM

P.G. n. 72048/2025

SEDE

Via Porrettana Sud n.1, Marzabotto

Relazione generale dell'attività e obiettivi di miglioramento del servizio con riferimento alle azioni che si intendono svolgere nel corso del 2026

La Welcome Room di Marzabotto continua a rappresentare un punto di riferimento per l'accoglienza turistica dell'area della Valle del Reno e del sub-ambito dell'Appennino Bolognese, con l'obiettivo di garantire un sistema di informazione dinamico, accessibile e coordinato, capace di valorizzare le eccellenze storiche, culturali, naturalistiche ed enogastronomiche del territorio. L'attività prosegue nel solco tracciato negli anni precedenti, rafforzando la rete informativa e promozionale attraverso:

- la distribuzione di materiale informativo aggiornato (dépliant, brochure, mappe, locandine) e la realizzazione di nuovi strumenti promozionali, come l'opuscolo dedicato alle chiese del territorio di Marzabotto (realizzato nel 2025 in occasione del Giubileo) e la nuova mappa turistica arricchita di itinerari percorribili a piedi e in bicicletta;
- l'utilizzo e l'aggiornamento di strumenti digitali e interattivi, tra cui la App “Marzabotto”, che consente una fruizione autonoma e geolocalizzata del territorio, disponibile in tre lingue (italiano, inglese e tedesco) e dotata di sezioni dedicate a eventi, percorsi e punti di interesse;
- la collaborazione con la rete IAT/IAT-R, in particolare con la Redazione Locale di Sasso Marconi, per garantire l'integrazione delle informazioni turistiche sui canali regionali (SITur, portali Emilia Romagna Turismo e Appennino Bolognese) e una comunicazione coordinata con il sistema informativo ERT;
- il mantenimento e l'ampliamento della rete di relazioni con soggetti pubblici e privati attivi nella promozione turistica e culturale (Ente Parco, GAL, DMO Bologna-Modena, Bologna Welcome, associazioni locali, operatori e attività commerciali).

Tra gli obiettivi specifici per il 2026 si intendono:

- migliorare la qualità dell'accoglienza turistica attraverso una comunicazione sempre più accessibile, chiara e multilingue, in formato sia cartaceo sia digitale;
- potenziare la visibilità online della Welcome Room, favorendo collegamenti e rimandi diretti ai canali regionali e DMO senza introdurre nuovi strumenti informatici dedicati;

- valorizzare il patrimonio storico e civile di Marzabotto, con particolare riferimento alla memoria dell'eccidio di Monte Sole e alle attività del Centro di Interpretazione di Monte Sole, come elementi centrali dell'identità culturale e della narrazione turistica del territorio;
- proseguire la collaborazione con il Parco Storico di Monte Sole, il Museo Nazionale Etrusco e i Comuni limitrofi (Grizzana Morandi, Monzuno, Sasso Marconi) per la costruzione di itinerari integrati tra natura, cultura e memoria;
- promuovere la fruizione sostenibile e consapevole del territorio, con attenzione particolare ai cammini, agli itinerari naturalistici e al turismo lento;
- accompagnare l'avvio e la gestione della nuova area camper di Marzabotto, di prossimo completamento, in modo da offrire un servizio di accoglienza completo e favorire una permanenza più prolungata dei visitatori nel territorio.

La Welcome Room si conferma quindi come presidio territoriale di informazione, accoglienza e coordinamento, capace di orientare il visitatore, valorizzare le identità locali e contribuire allo sviluppo di un turismo sostenibile, inclusivo e radicato nella memoria storica del territorio.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Elementi di integrazione nel sistema informativo turistico ERT/SITUR tramite la Redazione Locale di riferimento

Il Comune di Marzabotto è inserito nel sistema SITur (Sistema Informativo Turistico Regionale) e collabora attivamente con la Redazione Locale di Sasso Marconi, sede di riferimento per lo IAT-R del sub-ambito Appennino Bolognese. Nel corso del 2025 è proseguita la condivisione periodica di dati e contenuti informativi relativi al territorio comunale, con particolare attenzione all'aggiornamento delle sezioni dedicate a eventi, punti di interesse, strutture ricettive e servizi. In continuità con tale attività, per il 2026 si prevede di rafforzare ulteriormente il flusso informativo e di consolidare la collaborazione operativa con la Redazione Locale, attraverso azioni di aggiornamento e integrazione coordinata dei contenuti. In particolare:

- sono stati condivisi con la Redazione Locale gli eventi di maggior rilievo organizzati nel Comune di Marzabotto, tra cui le celebrazioni nazionali dell'80° anniversario della Liberazione del 25 aprile 1945 e la 81^a commemorazione degli eccidi di Monte Sole, che rappresentano appuntamenti di primaria importanza storica e civile e attraggono un pubblico nazionale e internazionale;
- è stato aggiornato il censimento delle strutture ricettive del territorio comunale, comprensivo dei relativi codici CIN, come previsto dalla normativa regionale in vigore da gennaio 2025, in modo da garantire la corretta tracciabilità e uniformità delle informazioni presenti sul sistema SITur;
- è stato mantenuto un costante allineamento dei materiali informativi e delle schede descrittive degli attrattori culturali e naturalistici (Museo Nazionale Etrusco, Parco Storico di Monte Sole, percorsi escursionistici e punti panoramici), con l'obiettivo di migliorare la visibilità complessiva del territorio nei portali regionali e turistici di riferimento.

Tali azioni si inseriscono nel percorso di consolidamento della rete informativa dell'Appennino Bolognese e mirano a garantire una maggiore integrazione tra la comunicazione locale e quella regionale, assicurando coerenza, aggiornamento e qualità dei dati condivisi all'interno del sistema ERT/SITur.

2) Elementi di qualità dell'attività di collaborazione, scambio di informazioni, coprogettazione con l'ufficio HUB di riferimento e tra l'HUB e gli altri uffici afferenti al medesimo ambito

Nel corso del 2025 la Welcome Room di Marzabotto ha partecipato attivamente al percorso di coordinamento promosso dall'Ufficio HUB di Sasso Marconi e dalla Redazione Locale ERT, contribuendo in modo continuativo allo scambio di informazioni, alla co-progettazione di azioni comuni e all'aggiornamento dei contenuti turistici del sub ambito Appennino Bolognese. Sono stati rispettati gli obiettivi fissati all'inizio dell'anno, che prevedevano la realizzazione di riunioni periodiche di coordinamento (a cadenza bimestrale)

tra gli uffici IAT e Welcome Room del territorio e l'attivazione di un flusso informativo costante e condiviso. Durante l'anno la Welcome Room di Marzabotto ha inviato con regolarità le proprie segnalazioni di eventi, in particolare nei mesi di alta stagione con una frequenza quindicinale, consentendo la loro pubblicazione sui canali ufficiali del portale *Appennino Bolognese* e sui canali social coordinati dalla Redazione Locale. Tra gli eventi di maggiore rilievo condivisi con la rete figurano le celebrazioni nazionali dell'80° anniversario della Liberazione del 25 aprile e la 81^a commemorazione degli eccidi di Monte Sole, che rappresentano appuntamenti di interesse storico e turistico di livello nazionale. Nel corso del 2025 è stato inoltre realizzato un censimento e aggiornamento del materiale informativo gratuito disponibile presso la Welcome Room, in coordinamento con l'HUB di Sasso Marconi, che ha centralizzato la raccolta e la distribuzione dei materiali promozionali provenienti da eXtraBO e Bologna Welcome. La Welcome Room ha provveduto a ritirare e rifornire periodicamente i materiali, garantendo una distribuzione mirata in base alla stagionalità e ai flussi di visitatori. Le riunioni di coordinamento, i contatti diretti e la partecipazione al gruppo di lavoro sovra comunale hanno consentito di:

- mantenere una linea editoriale coerente e condivisa con gli altri uffici del territorio;
- aggiornare con tempestività i contenuti relativi a eventi, strutture e attrattori turistici;
- favorire la co-progettazione di azioni comuni di promozione, come la definizione di esperienze e itinerari da pubblicare sui portali *Appennino Bolognese* ed *Emilia-Romagna Turismo*;
- contribuire alla diffusione di buone pratiche e al miglioramento complessivo della qualità dell'accoglienza nel sub ambito.

Nel 2026 il Comune di Marzabotto intende proseguire e consolidare questa collaborazione, valorizzando ulteriormente lo scambio di dati, materiali e informazioni attraverso l'HUB di Sasso Marconi e rafforzando la propria partecipazione ai tavoli di coprogettazione territoriale.

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile

Accessibilità: Nel 2025 le operatrici della Welcome Room hanno partecipato al workshop “Itinerari a piedi per tutti: come migliorare l'accoglienza e l'ospitalità per escursionisti con disabilità visiva – conoscere per comprendere”, promosso dalla Città Metropolitana di Bologna nell'ambito del progetto europeo *AMIGOS* (CIVITAS). La formazione, rappresenta un'importante occasione per sviluppare competenze specifiche sull'accoglienza di persone con disabilità e sull'organizzazione di percorsi turistici accessibili, anche attraverso esperienze dirette con operatori, guide escursionistiche e associazioni del settore. Gli esiti della formazione saranno tradotti in azioni concrete nel 2026, con l'obiettivo di rendere le informazioni turistiche più accessibili (linguaggio semplificato, maggiore visibilità dei servizi inclusivi, segnalazioni sui materiali cartacei e digitali). In prospettiva, la Welcome Room si propone di diventare un punto di riferimento per la diffusione di buone pratiche di accoglienza inclusiva e di turismo per tutti nel sub ambito dell'Appennino Bolognese.

Sostenibilità: l'attività della Welcome Room si ispira ai principi del turismo lento e sostenibile, incoraggiando la scoperta del territorio attraverso itinerari a piedi e in bicicletta, come valorizzato nella nuova mappa turistica realizzata nel 2025 e nei contenuti aggiornati dell'app “Marzabotto”.

Nel corso del 2026 sarà inoltre avviata la gestione della nuova area camper di Marzabotto, che permetterà di migliorare la qualità dell'accoglienza e di favorire una permanenza più lunga dei visitatori in un'ottica di mobilità dolce e ridotto impatto ambientale. Si conferma, infine, l'impegno nel promuovere la memoria storica e il patrimonio ambientale come valori cardine di un turismo responsabile e rispettoso dei luoghi e delle comunità locali.

Innovazione: prosegue il potenziamento degli strumenti digitali e informativi della Welcome Room. L'app “Marzabotto”, aggiornata nel 2025, consente oggi una fruizione autonoma e geolocalizzata del territorio, con percorsi, mappe e sezioni multilingue (italiano, inglese e tedesco). Attraverso la collaborazione con la Redazione Locale e l’Ufficio HUB di Sasso Marconi, la Welcome Room contribuisce all’integrazione dei dati turistici nel sistema SITur e alla diffusione di contenuti digitali sempre aggiornati, garantendo un’informazione coordinata, accessibile e di qualità. Inoltre, la Welcome Room ha collaborato con Emilbanca alla realizzazione del progetto “Emilbanca Game Tour”, un’iniziativa di promozione territoriale basata sulla scoperta dei luoghi attraverso esperienze interattive e di gioco.

Il progetto, che coinvolge diversi comuni dell’Appennino bolognese, rappresenta un esempio concreto di innovazione nella fruizione turistica e di sinergia tra enti pubblici e soggetti privati per valorizzare il patrimonio culturale locale in chiave partecipativa e digitale. Per il 2026, l’obiettivo è rafforzare ulteriormente le competenze digitali del personale e l’uso integrato di strumenti tecnologici a supporto dell’accoglienza e della promozione turistica del territorio.

4) Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO

La Welcome Room di Marzabotto collabora stabilmente con la DMO Bologna Welcome, attraverso la rete locale di riferimento coordinata da Appennino Slow e dall’Unione dei Comuni dell’Appennino Bolognese, partecipando ai tavoli di lavoro dedicati alla promozione e alla promo-commercializzazione del territorio. Nel corso del 2025, la collaborazione si è concretizzata attraverso la partecipazione a diversi incontri e riunioni, tra cui alcune dedicate alla valorizzazione e promozione della Via della Lana e della Seta. In tali occasioni sono stati definiti obiettivi e linee di azione comuni per rendere il cammino un prodotto turistico integrato e accessibile, in sinergia con le amministrazioni locali e gli operatori del territorio. Tra i principali ambiti di lavoro:

- valorizzazione del tratto del cammino che attraversa il territorio di Marzabotto, con particolare attenzione alla zona della Ex Cartiera, individuata come punto strategico per l’accoglienza dei camminatori;
- mappatura aggiornata delle strutture ricettive comunali, trasmessa ad Appennino Slow per l’integrazione nella rete di accoglienza della Via;
- collaborazione con l’Unione dei Comuni per l’attivazione di un eventuale servizio navetta di collegamento tra le aree a valle e Monte Sole;
- partecipazione alla programmazione dell’evento “Aspettando la Festa della Via della Lana e della Seta”, occasione di promozione condivisa del percorso, del Bio Distretto e delle aziende agricole del territorio.

A conferma del rapporto di collaborazione con la DMO Bologna Welcome, nel 2025 il territorio di Marzabotto e il Parco Storico di Monte Sole sono stati inoltre coinvolti nella rassegna “Trekking sui sentieri della Resistenza”, promossa da eXtraBo/Bologna Welcome, che ha contribuito a valorizzare la memoria storica e i percorsi legati alla Resistenza come esperienze di turismo culturale e naturalistico. Per il 2026, la collaborazione con la DMO Bologna Welcome e Appennino Slow sarà orientata a:

- promuovere pacchetti turistici tematici legati alla Via della Lana e della Seta e ai luoghi della memoria, con proposte culturali, enogastronomiche e naturalistiche (visite al Museo Etrusco, percorsi nel Parco di Monte Sole, esperienze nei borghi e nelle aziende agricole locali);
- consolidare la Welcome Room di Marzabotto come punto informativo territoriale della rete DMO, coordinando la distribuzione dei materiali e la condivisione delle informazioni sui canali *Bologna Welcome, eXtraBo e Appennino Bolognese*;
- favorire una comunicazione coordinata e integrata sui social e sui media territoriali, condividendo eventi e iniziative promosse dalla DMO e contribuendo alla produzione di contenuti dedicati al turismo dell’Appennino;
- collaborare alla promozione di forme di turismo esperienziale, sostenibile e partecipato, che uniscano natura, cultura, memoria e valorizzazione delle produzioni locali.

Attraverso queste azioni, la Welcome Room di Marzabotto consolida la propria partecipazione alla rete di promo-commercializzazione della DMO Bologna Welcome, contribuendo allo sviluppo di un'offerta turistica di qualità per l'intero Appennino bolognese.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 30.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 30.000,00

PUNTEGGIO: 75

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

AMBITO 1.b - Animazione e intrattenimento turistico (IAT R e IAT)

1) COMUNE DI BOLOGNA - IAT R

P.G. n. 72266/2025
integrazione P.G. n. 73588/2025

Progetto per il potenziamento dell'attrattività turistica e culturale di Bologna

Relazione generale dell'attività con riferimento alle azioni che si intendono svolgere

a) Produzione di materiale promozionale

OBIETTIVI

- Incrementare l'attenzione del turista nazionale e internazionale e del cittadino per l'offerta culturale, sportiva e musicale di Bologna in costante evoluzione e aggiornamento, consolidando la conoscenza del territorio.

STRUMENTI

- N. 10.000 copie complessive di weekly planner tra l'edizione italiana e quella inglese;
- N. 12 vetrofanie per vetrine tematiche presso IAT-R;
- Vetrine targettizzate presso IAT-R.

AZIONI

- Progettazione in termini di produzione di contenuti in lingua italiana e inglese, impaginazione in coerenza con le linee comunicative grafiche e visive del Territorio Turistico Bologna-Modena, stampa e distribuzione presso lo IAT-R di Bologna di weekly planner all'utenza nazionale e internazionale.
- Progettazione e realizzazione di vetrofanie tematiche e vetrine targettizzate.

MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

- Numero di weekly planner distribuiti;
- Numero di utenti allo IAT-R registrati dal sistema di smistamento ed eliminacode.

b) Assistenza dedicata agli eventi

OBIETTIVI

- Incrementare le possibilità di fruizione del territorio, garantendo un'assistenza dedicata e fornendo informazioni turistiche in occasione di eventi urbani di particolare rilievo e afferenti a diversi cluster tematici (cultura, sport, MICE...).

STRUMENTI

- Servizio di assistenza;
- Desk mobile.

AZIONI

- Attivazione di un servizio di assistenza dedicata in occasione di eventi e iniziative di particolare rilievo che insistono sul Capoluogo, per la distribuzione di informazioni e materiale relativi all'iniziativa per la quale viene attivato il servizio di assistenza e alla proposta turistica;
- Messa a disposizione, posizionamento e presidio di desk mobile presso il luogo dell'evento e in accordo con i relativi organizzatori per la distribuzione di informazioni e materiale relativi all'evento per il quale viene attivato il desk mobile e alla proposta turistica.

MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

- Numero di materiali tematici distribuiti;
- Richieste pervenute al desk.

c) Visite guidate

OBIETTIVI

- Ampliare la conoscenza dell'offerta culturale della città a turisti, favorendo al contempo il coinvolgimento dei residenti in qualità di turisti di prossimità, ampliando la risonanza delle iniziative cui prendono parte.

STRUMENTI

- Visite guidate

AZIONI

- A seguito dell'accordo con organizzatori di mostre temporanee, progettazione e promozione di visite guidate gratuite che, sfruttando installazioni tecnologiche, arricchiscono l'esperienza di elementi emozionali;
- A seguito dell'accordo con operatori turistici locali, progettazione e promozione di visite guidate a pagamento alla scoperta di alcune aree della città meno conosciute turisticamente, ma dal grande interesse storico culturale.

MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

- Risultati dei sondaggi post-esperienza.

d) Aggiornamento audioguide

OBIETTIVI

- Garantire un aggiornamento costante dei contenuti per una fruizione completa e immersiva degli attrattori gestiti dalla DMO bolognese.
- Diversificare le possibilità di fruizione dei punti di interesse del territorio.

STRUMENTI

- Audioguide multilingue e monouso completamente digitalizzate.

AZIONI

- Aggiornamento dei contenuti.

MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

- Dati relativi al tempo di ascolto delle audioguide, e identificazione delle sezioni di maggiore interesse per il cliente.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti

Il progetto agisce su alcuni fattori in grado di favorire l'attrattività di una destinazione: comunicazione efficace, qualità dell'accoglienza e fruizione esperienziale del territorio. L'integrazione di strumenti promozionali (weekly planner, vetrofanie, vetrine), servizi di assistenza dedicata durante gli eventi, visite guidate gratuite e aggiornamento delle audioguide consente di ampliare la visibilità e l'accessibilità dell'offerta turistica di Bologna, rendendola più facilmente fruibile e riconoscibile da parte di un pubblico nazionale e internazionale. Attraverso un sistema coordinato di azioni, il progetto contribuisce a consolidare la conoscenza e le possibilità di fruizione del territorio, a intercettare nuovi flussi di utenti non solo tra i turisti di prossimità, e a stimolare il prolungamento della permanenza media grazie alla varietà e alla continuità dell'offerta. In tal modo, esso favorisce il posizionamento di Bologna come destinazione dinamica, accogliente e contemporanea.

2) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione

Accessibilità: seppur non pensata specificamente per tutte le categorie di disabilità, la progettualità prevede l'utilizzo di strumenti e servizi in grado di soddisfare le esigenze di gran parte dell'utenza. L'assistenza in loco durante gli eventi di rilievo in città profila le informazioni di carattere turistico con l'utilizzo della

sezione Turismo Accessibile del portale di destinazione www.bolognawelcome.com. I contenuti delle audioguide, soggetti a un'azione di costante aggiornamento, sono fruibili sia attraverso l'ascolto che la lettura.

Sostenibilità: in un'ottica di miglioramento e salvaguardia ambientale, la tendenza è quella di minimizzare la stampa di materiale informativo e promozionale, facendo ricorso a strumenti innovativi, quali audioguide completamente digitalizzate. Per una corretta veicolazione di informazioni e valorizzazione dell'offerta turistica nei confronti della domanda nazionale e internazionale non si può eliminare del tutto il cartaceo, ma preservare quegli strumenti, come il weekly planner che sono imprescindibili a soddisfare le esigenze di particolari segmenti target che amano poter consultare e conservare le informazioni su strumenti cartacei.

Innovazione: per migliorare e favorire la fruizione degli attrattori in gestione alla DMO bolognese, vengono costantemente aggiornati contenuti fruibili attraverso un innovativo sistema di audioguide multilingue e monouso completamente digitalizzate.

3) Valorizzazione e promozione di elementi identitari in grado di innalzare la capacità di attrazione dei territori e innescare processi di qualificazione e rivitalizzazione del territorio

Il progetto assume una rilevante funzione di valorizzazione e promozione degli elementi identitari che rendono unico il territorio bolognese, contribuendo a costruire e consolidare un posizionamento capace di esprimere autenticità, qualità e innovazione.

Attraverso strumenti comunicativi coerenti e coordinati - weekly planner, vetrofanie tematiche e vetrine targettizzate - il progetto racconta la città nella sua dimensione più viva e contemporanea, valorizzandone la ricchezza culturale, sportiva e artistica e musicale. Le attività di assistenza durante gli eventi e le visite guidate favoriscono la partecipazione attiva dei turisti e il coinvolgimento dei cittadini, promuovendo una fruizione esperienziale e identitaria del patrimonio locale. L'aggiornamento delle audioguide, infine, contribuisce a una narrazione accessibile e immersiva dell'offerta culturale del territorio, in grado di trasmettere in modo coerente i valori della destinazione. In questo modo, il progetto non solo rafforza la competitività turistica, ma innesca processi di qualificazione e rivitalizzazione urbana, promuovendo un senso diffuso di appartenenza e contribuendo a consolidare un posizionamento riconoscibile della destinazione.

4) Caratteristiche di integrazione e diversificazione di prodotti e servizi inerenti a settori economici diversi

La progettualità sopra descritta è intrinsecamente integrata con prodotti e servizi inerenti a settori economici diversi dal turismo, grazie alla varietà dell'offerta della nostra destinazione: sport, cultura, musica, artigianato, MICE...

I desk vengono attivati in occasione di eventi di rilievo culturale, sportivo...oltre che in occasione dei principali eventi fieristici e congressuali.

Le vetrine e le vetrofanie vengono progettate e realizzate non solo per la diffusione di esperienze turistico-culturali, ma anche di iniziative del territorio (eventi sportivi, campagna abbonamenti per teatri...), di merchandise brandizzato con i loghi più significativi di fama internazionale (Ducati, Lamborghini, Alma Mater) e, infine, di oggetti e gadget locali, oltre che del merchandise della linea “è Bologna”, nata per mano della DMO bolognese avvalendosi della collaborazione con artigiani locali.

L'aggiornamento continuo dei contenuti delle audioguide non fa che rafforzare ancora più il legame con la cultura.

Breve report dell'edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità (solo per progetti ricorrenti già presentati nelle scorse edizioni del PTPL):

L'edizione precedente si è svolta regolarmente e in linea con gli obiettivi previsti, registrando una partecipazione soddisfacente e un generale apprezzamento da parte dei partecipanti. Non sono emerse criticità rilevanti durante la realizzazione delle iniziative pertanto non si è reso necessario adottare misure correttive specifiche. In sostanziale continuità con l'edizione precedente per quanto riguarda la produzione di materiale promozionale, la nuova edizione vede un rafforzamento della collaborazione con gli organizzatori di eventi culturali e con gli operatori turistici locali per la progettazione di nuovi prodotti che permettono da un lato di arricchire le esperienze di momenti emozionali, dall'altro di decongestionare i flussi turistici verso aree meno conosciute della città. L'introduzione di audioguide multilingue e monouso completamente digitalizzate ha reso possibile una fruizione diversificata dei punti di interesse del territorio. Questo strumento all'avanguardia favorisce un aggiornamento costante dei contenuti, consentendo di veicolare all'utenza italiana e internazionale un'offerta in continua evoluzione.

Criteri e modalità di riscontro dei risultati

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Produzione di materiale promozionale	Numero di weekly planner distribuiti; Utenti allo IAT-R registrati dal sistema di smistamento ed eliminacode.
Assistenza dedicata agli eventi	Numero di materiali tematici distribuiti; Richieste pervenute al desk.
Visite guidate	Risultati dei sondaggi post-esperienza.
Aggiornamento audioguide	Dati relativi al tempo di ascolto delle audioguide, e identificazione delle sezioni di maggiore interesse per il cliente.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 29.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 29.000,00

PUNTEGGIO: 78

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

2) NUOVO CIRCONDARIO IMOLESE - IAT R

P.G. n. 71669/2025

Visit Area Imolese

Relazione generale dell'attività con riferimento alle azioni che si intendono svolgere

Periodo di svolgimento attività: 01/01/2026 – 31/12/2026

I Comuni del Nuovo Circondario Imolese propongono ogni anno molte interessanti iniziative, organizzate direttamente o tramite soggetti territoriali preposti, per dare maggiore riconoscibilità al territorio, valorizzare le proprie tipicità e renderlo sempre più attraente per il turista alla ricerca di mete meno usuali. Anche nell'anno 2026, si intende riproporre il progetto di collegamento di tutte queste iniziative, realizzando un calendario condiviso, che diventi un filo conduttore che cuce il tessuto di storia, tradizione, esperienza proprio del territorio circondariale. Il calendario sarà, poi, promosso, oltre che con materiale cartaceo, anche tramite un piano editoriale strutturato per la creazione, la pianificazione e la pubblicazione di contenuti, fondamentali per comunicare efficacemente con il pubblico attraverso vari canali quali social media, newsletter, stampa e altro. A volte, infatti, gli eventi non ottengono il giusto riscontro di pubblico perché si sovrappongono e/o vengono promossi senza una vera e propria strategia di comunicazione. In occasione degli eventi individuati saranno, poi, realizzate delle experiences e dei pacchetti turistici che saranno

promossi e commercializzati tramite lo IAT-R con il supporto degli altri uffici turistici del territorio. Eventuali commissioni/piattaforme di vendita non sono imputate a PTPL. Il calendario di eventi mirerà a favorire anche processi di destagionalizzazione, cercando di intercettare i segmenti della domanda che si pongono ai margini del movimento turistico tradizionale, cioè quel target del turismo nelle località minori, che il turista sceglie in particolare per la possibilità di entrare in contatto con la natura e le tradizioni locali, per poter gustare cibi genuini, per poter effettuare esperienze legate ai temi dell'enogastronomia e per trovare offerte economiche più allettanti rispetto alle destinazioni più conosciute. Promuovendo i principali eventi e sviluppando varie azioni collaterali, con il supporto dei principali soggetti che operano in quest'area (le Pro Loco, IF- Imola Faenza Tourism Company, il Parco della Vena del Gesso romagnola, i produttori agricoli, gli agriturismi, i ristoratori e le altre strutture ricettive), i Comuni intendono dare maggiore riconoscibilità al territorio per renderlo sempre più attraente per il turista. A seguire le azioni che si intende realizzare:

1. Supporto agli eventi locali (sagre, feste, iniziative, altro) tramite realizzazione di attività promozionali: creazione di materiali con immagine coordinata del Nuovo Circondario Imolese, coerente con l'immagine coordinata del Territorio Turistico Bologna-Modena e l'inserimento dei loghi secondo PTPL (grafica e stampa n. 6.000 copie calendario condiviso, suddiviso in due flyer semestrali - il calendario sarà distribuito presso i vari punti informativi e veicolato online - acquisto pagine pubblicitarie su stampa locale di cui si prevedono 10/12 uscite), redazione comunicati stampa e distribuzione materiali; redazione del piano editoriale e web marketing per post su principali social (Facebook e Instagram) e acquisto sponsorizzate poiché questa forma di comunicazione è quella che sta dando i migliori risultati soprattutto per il target che si intende raggiungere. Per una maggior efficacia comunicativa si procederà al rafforzamento dell'identità del territorio (brand) con sviluppo di narrazioni coinvolgenti (storytelling) per valorizzare il patrimonio locale.
2. Organizzazione di un programma di passeggiate ed escursioni con servizio di accompagnamento (guide ambientali e/o esperti) - i percorsi, che verranno proposti in occasione delle iniziative previste dal calendario condiviso, si innestano in alcuni itinerari già definiti da istituzioni e soggetti attivi sul territorio (Centro per l'Educazione Ambientale e alla Sostenibilità del Circondario Imolese - CEAS IMOLESE, Ente di gestione per i Parchi e la Biodiversità, Musei Civici di Imola, Imola Faenza Tourism Company, Coop LACME, etc.), saranno inseriti nel calendario e commercializzati presso lo IAT-R.
3. In occasione dei principali eventi, oltre alle experiences sopra descritte, saranno creati e proposti pacchetti turistici che saranno promossi e commercializzati presso lo IAT-R. Le proposte conterranno i tour alla scoperta del territorio e saranno declinabili in due formule: la "formula day", della durata di una giornata, includerà il trekking e il pasto presso agriturismi/aziende con degustazione di prodotti locali oppure presso gli stand gastronomici in occasione di feste e sagre dedicate alle tipicità agroalimentari; la "formula day&night" aggiunge alla formula day un pernottamento e la scoperta di un'eccellenza del territorio.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti

In continuità con lo scorso anno, il progetto punta a far conoscere i Comuni del Circondario Imolese valorizzandone eventi ed iniziative che vanno ad intersecarsi con le bellezze naturalistiche, storiche e culturali (da scoprire con percorsi guidati a piedi e i pacchetti) e la tradizione enogastronomica (i tour si concludono con il pranzo o la cena in strutture locali o presso gli stand di feste e sagre). Il programma di attività condiviso favorirà l'emersione di nuovi prodotti turistici e dei valori storici e culturali disseminati nel territorio, in un trait d'union di risorse con un forte senso di appartenenza territoriale. Come già detto, le attività che caratterizzano il progetto mirano a favorire processi di destagionalizzazione, cercando di

intercettare i segmenti della domanda che si pongono ai margini del movimento turistico tradizionale, come ad esempio quel target della vacanza denominata “long week end”, nonché del turismo nelle località minori. In correlazione con l’obiettivo generale di crescita turistica/territoriale, il progetto persegue diverse finalità, tutte condivise da tutti i Comuni coinvolti: innalzare l’interesse verso territori complementari, favorendo la crescita dei flussi turistici, ma anche l’innalzamento valoriale del territorio stesso, con un conseguente incremento del benessere sociale; operare in maniera sempre più integrata, verticalmente e orizzontalmente, aggregando sia gli operatori che già rappresentano opzioni e servizi utili alla costruzione delle offerte/prodotti turistici, sia quegli ambiti territoriali che, sino ad oggi, hanno scarsamente dialogato tra di loro ma che possono essere l’un l’altro di supporto reciproco; innalzare il grado di turisticità, promuovendo la consapevolezza del valore sociale, economico, culturale che il territorio esprime.

2) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione

Accessibilità: si prevede la progettazione e organizzazione di visite guidate anche in location accessibili a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive;

Sostenibilità: si prevede la promozione di un’offerta turistica che valorizzi il binomio “ambiente e turismo”, dove la sostenibilità diventa anch’essa identità del territorio. Inoltre, mirando a prediligere azioni di promozione sui social network, si intende limitare la produzione di materiali cartacei.

Innovazione: si intende operare nella continua sperimentazione/creazione di prodotti turistici, rendendo l’innovazione cardine centrale dell’attività di promozione.

3) Valorizzazione e promozione di elementi identitari in grado di innalzare la capacità di attrazione dei territori e innescare processi di qualificazione e rivitalizzazione del territorio

La strategia progettuale pone la valorizzazione del patrimonio culturale e ambientale del territorio dei Comuni del Nuovo Circondario Imolese e, parzialmente dell’area del Parco come momento centrale della programmazione, con l’obiettivo di sviluppare l’economia turistica, con una particolare attenzione all’obiettivo dell’allungamento della stagione turistica e dell’aumento dei flussi turistici nel territorio. Un intervento rilevante è rappresentato dalla creazione di experiences/pacchetti per valorizzare l’immenso complesso ambientale e delle tradizioni del territorio. Si punterà a sviluppare il prodotto delle “passeggiate culturali” nelle varie declinazioni: passeggiate patrimoniali che esplorano il patrimonio culturale dell’area, passeggiate urbane incentrate alla scoperta dei centri storici, passeggiate naturalistiche/ambientali con percorsi immersi nella natura, etc. Gli itinerari saranno costruiti intorno agli attrattori dell’area, tenendo anche conto degli eventi inseriti in calendario e legati al patrimonio culturale dei luoghi, alla storia, alle feste e sagre locali. Con questo progetto si intende mettere a sistema e redito tale patrimonio ad oggi non adeguatamente sviluppato, attivando processi di crescita sostenibile.

4) Caratteristiche di integrazione e diversificazione di prodotti e servizi inerenti a settori economici diversi

Scopo di questo progetto è quello di implementare la proposta turistica del territorio del Nuovo Circondario Imolese, coinvolgendo oltre ai Comuni stessi anche le varie realtà che vi operano al fine di renderla maggiormente strutturata e, quindi, più commercializzabile. Il coinvolgimento delle realtà associative quali ad esempio le Pro Loco e il CAI consente di continuare il lavoro di conservazione del territorio e soprattutto della sua valorizzazione, permettendo l’organizzazione di importanti eventi (feste, sagre, concerti, trekking) e la manutenzione della sentieristica. Altresì si continuerà a lavorare per il coinvolgimento delle aziende agricole e vitivinicole e degli agriturismi per la valorizzazione e promozione reciproca del territorio e delle produzioni tipiche locali. L’utilizzo di guide turistiche ed escursionistiche locali garantisce, poi, un coinvolgimento del territorio ed un servizio di qualità per il turista.

Breve report dell'edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità (solo per progetti ricorrenti già presentati nelle scorse edizioni del PTPL):

Nel corso del 2025, a seguito di un importante lavoro di coordinamento svolto dal Nuovo Circondario, è stato possibile cominciare il lavoro di messa in rete degli eventi e delle iniziative dei dieci Comuni. A seguito di ciò sono stati stampati n.2 folder contenenti il calendario di eventi da luglio a settembre e da ottobre a dicembre entrambi i folder sono stati stampati in n. 10.000 copie e distribuiti presso i Comuni e le principali location turistiche. Contemporaneamente, in collaborazione con i Comuni e gli operatori locali coordinati da Imola Faenza Tourism Company (a seguito di bando) sono state ideate n. 10 experiences (una per ogni Comune) raccolte in un flyer e commercializzate tramite treksoft. Il calendario di experiences va da settembre a novembre: ad oggi sono state attivate tutte le esperienze fino ad ottobre per un totale di n. 90 partecipanti. Sia il calendario di eventi sia quello delle esperienze sono stati promossi sui vari canali online (siti e social).

Criteri e modalità di riscontro dei risultati

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
<ul style="list-style-type: none">realizzazione di attività promozionali (stampa materiale cartaceo, comunicati stampa, gestione azioni social e web marketing)Organizzazione di un programma di passeggiate ed escursionicreazione pacchetti turistici	<ul style="list-style-type: none">monitoraggio ISTAT mensile sugli arrivi e presenze e relative elaborazioni;calcolo degli accessi ai siti turistici delle varie località del territoriorichieste di informazioni presso gli uffici di informazione turisticanumero contatti presso eventi pubblici e riscontri ottenuti (IAT MOBILE);accessi ai siti Internet;monitoraggio delle campagne di web marketing e social marketing;rassegna stampa riscontri dalle indagini di soddisfazione effettuate durante gli eventi e le iniziative

TOTALE SPESE PREVISTE: € 30.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 30.000,00

PUNTEGGIO: 80

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

3) COMUNE DI SAN GIOVANNI IN PERSICETO - IAT R

P.G. n. 72229/2025
integrazione P.G. n. 77301/2025

SUNGAMING - Lungo l'itinerario della Ciclovia del Sole: comunque sia, qui splende sempre il sole!

Relazione generale dell'attività con riferimento alle azioni che si intendono svolgere

Lo IAT-R i San Giovanni in Persiceto intende trasformare il tratto di Ciclovia del Sole in un grande spazio ludico all'aperto: famiglie, giovani e adulti riscoprono il gioco come forma di cultura, aggregazione sociale, inclusione e nuova dimensione partecipativa. L'idea è di realizzare un'esperienza interattiva unica per tutti,

ispirata al concetto sull'applicazione della gamification al cicloturismo. Nasce così una caccia narrativa lungo la Ciclovia in cui i locali dello IAT-R saranno un'area di sosta denominata "SUNGAMING": un luogo dove i ciclisti possono riposarsi, ricaricare le batterie (non solo quelle delle loro e-bike) e godersi un momento di tranquillità. Il SUNGAMING sarà il punto di partenza di diverse attività di gioco:

1. La Storia dello Gnom della Pianura Bolognese

Questa attività intende narrare le emergenze storico/culturali dei paesi lungo il tracciato della Ciclovia del Sole avendo come protagonista il famoso gnom viaggiatore del padre di Amélie Poulain (*Il favoloso mondo di Amélie*). Dopo aver viaggiato per il mondo, inviando cartoline al padre di Amélie da luoghi esotici, lo gnom ha cercato una nuova casa, un posto più tranquillo e autentico. Un giorno, mentre pedalava lungo la Ciclovia del Sole, si è innamorato della quiete e dei colori della pianura bolognese, dei campi che si perdono all'orizzonte e dei piccoli paesi che costeggiano il percorso. Ha trovato il suo rifugio in un'area di sosta speciale, un "SUNGAMING" dove i ciclisti si fermano per riposare. Lo gnom, in linea con il suo spirito dispettoso e romantico, ha iniziato una nuova missione: non più inviare cartoline, ma lasciare piccole tracce della sua presenza per regalare un momento di magia inaspettata ai ciclisti di passaggio. Questo spunto può essere sviluppato in un vero e proprio gioco, una caccia al tesoro per i ciclisti che percorrono la Ciclovia del Sole. La riscoperta della Pianura: gli inizi non portano solo a punti precisi del percorso, ma spingono i ciclisti a guardarsi intorno con più attenzione, a notare dettagli che altrimenti passerebbero inosservati. La fotografa come prova: i ciclisti devono scattare una foto nel luogo descritto dall'indizio e postarla sui social network con un hashtag dedicato, come #SungamingCiclovia. In questo modo, il gioco si diffonde e crea una community di appassionati. Il ritrovamento del tesoro: Il "tesoro" finale non è un oggetto prezioso, ma un'esperienza. L'ultimo indizio potrebbe condurre i finalisti in una struttura tipica o in un agriturismo (a seconda della mappa dei servizi), dove verrà offerta loro un'autentica ricompensa della tradizione bolognese. Questo gioco sarebbe un modo fantastico per esplorare la pianura bolognese con uno sguardo diverso, unendo il fascino della storia e della tradizione con il divertimento e la creatività. Per coniugare la narrazione fantastica dello gnom Amélie con la storia reale del percorso, l'idea è trasformare l'itinerario ciclabile in una mappa di gioco che i partecipanti possono esplorare in bicicletta, risolvendo misteri e scoprendo la storia dei luoghi. Questa iniziativa non solo stimola la creatività, l'interazione e la riscoperta delle radici storiche del territorio, ma valorizza anche l'infrastruttura locale e il tessuto commerciale.

2. La leggenda del treno fantasma della pianura

Pianura bolognese, anni '50. Il gioco si svolge lungo il tratto della Ciclovia del Sole che un tempo era una ferrovia. I giocatori sono dei "ciclo-detective" chiamati a risolvere il mistero del "treno fantasma" che, secondo le leggende locali, si manifesta ancora sui binari dismessi. Un eccentrico professore di storia locale ha ricevuto una serie di strani indizi che suggeriscono che ci sia un tesoro nascosto lungo il percorso. Il gioco sarà sviluppato attraverso un'ambientazione a tema che integra la Ciclovia e i luoghi circostanti, utilizzando elementi del paesaggio e della cultura locale nelle sfide. Il percorso potrà essere arricchito con elementi di realtà aumentata, utilizzando un'app per smartphone per visualizzare informazioni aggiuntive o far interagire i giocatori con personaggi virtuali lungo il percorso. Ogni giocatore può interpretare un personaggio con un'abilità speciale:

- Il giornalista investigativo: esperto in interviste e nel trovare informazioni tra gli abitanti del luogo.
- L'archeologo: conosce la storia del territorio e sa interpretare vecchie mappe e reperti.
- L'inventore geniale: in grado di riparare biciclette e oggetti, e di creare piccoli congegni per risolvere enigmi.
- Il postino in pensione: conosce ogni angolo del percorso e ha una memoria eccezionale per le storie della gente.

Strumenti:

- La mappa storica: i giocatori ricevono una mappa della Ciclovia del Sole con i punti di interesse evidenziati: le vecchie stazioni, i ponti e i paesi che si incontrano lungo il percorso (come San Giovanni in Persiceto, Crevalcore, Sala Bolognese).
- Il diario di bordo: i giocatori devono tenere un diario di bordo in cui annotare gli indizi. A ogni tappa, un'applicazione potrebbe sbloccare nuove informazioni storiche sulla ferrovia, sulle fermate e sulla vita dei ferrovieri.
- Il ritrovamento del tesoro: un album fotografico digitale che racconta la storia della ferrovia.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti

La gamification può potenziare in modo significativo l'attrattività turistica di un territorio e aumentarne i flussi di visitatori e la loro permanenza. L'integrazione di un elemento narrativo come quello dello gnomo Amélie con la storia della Ciclovia del Sole permette di creare un'esperienza unica, coinvolgente e memorabile, capace di generare un forte richiamo.

1. Aumentare l'attrattività del territorio:

- Creare un'esperienza unica e personalizzata: il gioco di ruolo narrativo trasforma un semplice percorso ciclabile in una vera e propria avventura. Il turista non si limita a pedalare, ma diventa il protagonista di una storia misteriosa, quella del treno fantasma e dello gnomo scomparso, stimolando la sua curiosità e il desiderio di esplorare.
- Amplificare la riscoperta locale: la gamification guida i turisti alla scoperta di dettagli storici, aneddoti e punti di interesse nascosti lungo il percorso che altrimenti verrebbero ignorati. La storia dello gnomo diventa il filo conduttore per valorizzare le piccole perle del territorio.

2. Promuovere e incentivare l'offerta:

- Diversificare l'offerta turistica: l'iniziativa non si rivolge solo agli appassionati di ciclismo, ma anche a famiglie, giovani e amanti della cultura e della narrazione. Il target si allarga, attirando flussi di pubblico nuovi e diversificati.
- Integrare le attività locali: il gioco può prevedere tappe in attività commerciali e culturali della zona, come osterie, musei o agriturismi, incentivando la collaborazione con le realtà locali.

3. Attrarre significativi flussi di pubblico:

- Generare interesse mediatico e passaparola: un progetto innovativo e originale come questo ha un forte potenziale mediatico. La storia dello gnomo, il mistero del treno e la dimensione ludica possono attirare l'attenzione dei media e dei blogger di viaggio, generando pubblicità gratuita.
- Sfruttare i canali digitali: la condivisione sui social network è parte integrante dell'esperienza, spingendo i partecipanti a postare foto e video con hashtag dedicati. Questo crea un passaparola digitale che raggiunge un pubblico vasto e interessato a esperienze autentiche e fuori dal comune.

4. Incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti:

- Prolungare la visita: il gioco, strutturato su più tappe lungo l'intero percorso della Ciclovia, spinge i turisti a rimanere più a lungo nella zona per completare la sfida. Questo incentiva la prenotazione di alloggi e la fruizione di servizi per diversi giorni.
- Incoraggiare il ritorno dei visitatori: la presenza di un'esperienza ludica e narrativa rende il viaggio memorabile, spingendo i partecipanti a voler tornare e a consigliare l'itinerario a

amici e familiari. Inoltre, il gioco può essere aggiornato stagionalmente con nuovi indizi o misteri, stimolando il turismo di ritorno.

In sintesi, la gamification applicata a un progetto come quello della Ciclovia del Sole eleva l'esperienza turistica da un semplice percorso a una coinvolgente avventura, generando un circolo virtuoso di promozione, coinvolgimento e fidelizzazione dei visitatori.

2) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione

Accessibilità: rendere il percorso fruibile al maggior numero di persone è fondamentale per un turismo inclusivo. Il progetto integra i seguenti elementi: percorsi differenziati e varianti adatte a diversi tipi di utenti, esperienze multisensoriali: gli indizi e la narrazione dello gnomo possono essere proposti in formato audio o attraverso elementi tattili, informazioni chiare e fruibili.

Sostenibilità: la bicicletta è già un mezzo sostenibile, ma il progetto può incentivare l'utilizzo, inoltre è prevista la valorizzazione del patrimonio ambientale.

Innovazione: l'utilizzo di tecnologie innovative non è un fine, ma uno strumento per arricchire l'esperienza turistica e favorire la promozione: Realtà aumentata e intelligenza artificiale: l'app del gioco sfrutta la realtà aumentata per sovrapporre elementi virtuali (come lo gnomo animato o il treno fantasma) al paesaggio reale, rendendo la storia più coinvolgente. L'intelligenza artificiale può personalizzare il percorso in base agli interessi dell'utente, proponendo indizi su misura.

3) Valorizzazione e promozione di elementi identitari in grado di innalzare la capacità di attrazione dei territori e innescare processi di qualificazione e rivitalizzazione del territorio

Il progetto SUNGAMING offre un'opportunità di valorizzazione e di promozione degli elementi identitari del territorio, infatti l'integrazione di storia, cultura, paesaggio e gamification può creare un'esperienza turistica profonda e autentica. Ad esempio la storia del “treno fantasma” serve a narrare il passato, rievocando storie e aneddoti legati alla vita passata delle comunità locali. Osservare il paesaggio della pianura con una nuova prospettiva come i corsi d'acqua come il Samoggia e il Reno, le aree di riequilibrio e gli alberi secolari può portare alla scoperta di angoli nascosti e meno battuti, valorizzando ogni singolo dettaglio del panorama offrendo una chiave di lettura inattesa del territorio.

4) Caratteristiche di integrazione e diversificazione di prodotti e servizi inerenti a settori economici diversi

Il progetto coinvolge attivamente la comunità locale, dagli aderenti alla Carta dei servizi, ai Musei, alle Biblioteche e alle emergenze storico/culturali (Chiese, Pievi e aree protette). Tutti possono contribuire alla narrazione del gioco, condividendo storie e ricordi. Il progetto punta a avere più punti “SUNGAMING” lungo il tracciato come le aree di sosta già allestite ma anche gli IAT diffusi di Crevalcore e Mirandola. Questa offerta integrata non solo migliora l'esperienza del turista, ma eleva anche lo standard qualitativo complessivo del servizio turistico locale.

Breve report dell'edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità (solo per progetti ricorrenti già presentati nelle scorse edizioni del PTPL): /

Criteri e modalità di riscontro dei risultati

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Partecipanti	n. partecipanti
Interazioni	n. post pubblicati

TOTALE SPESE PREVISTE: € 18.500,00

Spese non ammesse: € 2.500,00 per beni durevoli (realizzazione manufatti)

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 16.000,00

PUNTEGGIO: 80

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

4) COMUNE DI SASSO MARCONI - IAT R

P.G. n. 72144/2025

TARTUFESTA 2026 - itinerari del gusto

Relazione generale dell'attività con riferimento alle azioni che si intendono svolgere

I colli Bolognesi hanno un ottimo tartufo bianco pregiato e su questo territorio ci sono ben 4 città del tartufo (Sasso Marconi, Valsamoggia, Castel di Casio e Camugnano). Per valorizzare questo prodotto i comuni, coordinati dal Territorio Turistico Bologna-Modena, organizzano la manifestazione “Tartufesta”, divenuta negli anni un appuntamento ricorrente per turisti italiani e stranieri. La Tartufesta di Sasso Marconi, tra le principali del territorio, si svolge l’ultimo week end di ottobre, l’1 novembre ed il primo week end di novembre, e nel 2026 sarà alla sua 33°edizione. Il pregiato tartufo bianco dei Colli Bolognesi è l’indiscusso protagonista di una kermesse che ormai rappresenta una grande occasione di richiamo per gli amanti della buona tavola e della convivialità: le vie del centro cittadino si animano con bancarelle cariche di tartufo e dei prodotti tipici dell’Appennino, curiosità e specialità gastronomiche provenienti da diverse regioni italiane, offrendo a cittadini e visitatori la possibilità di compiere un vero e proprio viaggio sensoriale tra colori, profumi e sapori d’autunno. Spettacoli, mostre, visite guidate e iniziative dedicate ai più piccini fanno di Tartufesta non solo un evento gastronomico tra i più attesi della regione, ma anche un’importante occasione di promozione e valorizzazione del patrimonio artistico-ambientale del territorio. Per fregiarsi del titolo di Tartufesta il Comune di Sasso Marconi è impegnato a rispettare le prescrizioni di una Carta di Qualità, che tra l’altro prevede di:

- Organizzare una manifestazione incentrata prevalentemente sul Tartufo bianco pregiato dei Colli Bolognesi, sulle altre eccellenze eno-gastronomiche, di artigianato e di altre produzioni locali, sulla valorizzazione del paesaggio e di eventuali emergenze storico culturali presenti. Qualora dovesse scarseggiare il prodotto principale, affiancare al tartufo altre produzioni tipiche e stagionali quali funghi e prodotti del bosco e del sottobosco (mirtilli, lamponi, etc.), al fine di mantenere sempre un aspetto identitario del territorio;
- Coinvolgere gli esercizi commerciali e di ristorazione del proprio territorio affinché organizzino un’offerta qualificata per i visitatori, rispettando l’apposito Decalogo per i ristoratori;
- Prevedere momenti di informazione, valutazione delle qualità del prodotto, animazione e degustazione per i visitatori a cura dei produttori, delle aziende multifunzionali (agriturismi, fattorie didattiche) e delle associazioni locali;
- Collaborare all’ideazione e gestione di iniziative comuni a tutti gli Enti partecipanti (calendario, eventi, corsi, campagna promozionale, concorsi, gemellaggi...);
- Prevedere la presenza di un “mercato contadino e artigiano” con i produttori e i prodotti locali di eccellenza che preveda anche la vendita del Tartufo;
- Cercare un accordo con gli altri Comuni partecipanti per evitare sovrapposizioni di date o, nel caso di sovrapposizioni, cercare di caratterizzare in maniera forte e distintiva le manifestazioni;
- Evitare la presenza promiscua di banchetti con merce varia, estranea al tema della manifestazione e senza un’identità ed una originalità dell’offerta;
- Aderire al tavolo per il coordinamento della manifestazione istituito dalla Città metropolitana;

- Collaborare all'ampliamento della Tartufesta affinché diventi una manifestazione che si realizza durante tutto l'arco dell'anno per valorizzare anche le varietà minori di Tartufo e il legame territorio-Tartufo;
- Utilizzare il logo di Tartufesta sui materiali di comunicazione;
- Riportare sui materiali promozionali i loghi di eventuali sponsor che sostengono le iniziative trasversali e comuni a tutti gli Enti partecipanti;
- Concordare se possibile l'apertura dei luoghi di interesse turistico e culturale;
- Organizzare visite guidate (in bus, a piedi o in bicicletta) alla scoperta del territorio;
- Collaborare con i tour operator alla costruzione di pacchetti turistici;
- Realizzare un evento il più possibile sostenibile, applicando metodi per il riuso e la minimizzazione dei rifiuti e dell'impatto ambientale, eventualmente coordinandosi con iniziative territoriali attivate sul tema;
- Promuovere in generale non solo il tartufo ma i prodotti dell'appennino bolognese.

L'edizione 2026 sarà dedicata alle connessioni con gli itinerari turistici che passano da Sasso Marconi. Saranno elaborati specifici pacchetti turistici per mettere in connessione l'evento con il passaggio di turisti in cammino lungo gli itinerari. Sarà una festa ecosostenibile (vedere linee guida) e accessibile.

Una Campagna di comunicazione Pop ne caratterizzerà gli elementi di attrattività: il prodotto, l'arte culinaria, le colline del gusto, i produttori. L'evento 2026 oltre che cercare di attrarre i Millennials (1981-1996) punterà ad assumere una dimensione transnazionale utilizzando il cibo e l'enogastronomia in genere per attrarre turisti da fuori Bologna e fuori Italia. Verranno organizzati specifici tour olfattivi e degustativi ed elaborati pacchetti turistici comprensivi di laboratori del gusto con esperienze pratiche (laboratori sulla preparazione della pasta, Tartutour: tour per le cantine del territorio e per i ristoranti, puntando alla condivisione dell'esperienza, non del prodotto. Attraverso una specifica comunicazione, si punterà ad ampliare il mercato e i target di visitatori, anche all'estero.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti

Tartufesta è diventata negli anni un importante evento a livello non solo locale. Evento capace di potenziare l'attrattività del territorio bolognese: 5 giorni di eventi che possono facilmente offrire un motivo in più al turista per fermarsi sul territorio bolognese. Tartufesta rientra a pieno fra gli obiettivi di cui alle linee guida triennali per la promo-commercializzazione regionale 2025-2027- Food Valley:

- Sviluppare azioni sistemiche di promozione e commercializzazione, sia promuovendo i prodotti tradizionali
- che incrementando le iniziative di sostegno ai prodotti brand legati alle filiere e alle reti produttive;
- Capitalizzare i valori turistici-identitari, intendendo con ciò la necessità di sfruttare al massimo la loro essenza comunicativa, comprendendo tutti quei prodotti, territori e peculiarità che rendono unica la nostra regione e la identificano sulla mappa turistica;
- Promuovere la sostenibilità ambientale e sociale: integrare azioni concrete per favorire la sostenibilità nel settore turistico. Questo potrebbe includere iniziative per ridurre l'impatto ambientale, incoraggiare il turismo responsabile e garantire l'inclusione sociale e l'accessibilità per tutti i visitatori.
- Ampliare il mercato dei visitatori all'estero.

2) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione

Accessibilità: per il 2026 inoltre saranno previsti tour olfattivi dedicati ai turisti con specifiche disabilità che si aggiungeranno ai parcheggi riservati nelle vicinanze della festa per persone con disabilità motoria e il

noleggio del trenino per fungere da navetta dalla stazione ferroviaria e dai parcheggi più lontani dal centro città.

Sostenibilità: i partecipanti sono invitati ad allinearsi e condividere “Le Linee Guida per Feste Sostenibili” piano operativo annuale di attuazione del PAESC.

Innovazione: per quanto sia un evento consolidato, nel 2026 intenzione innovarlo con alcune azioni mirate a rilanciarlo:

1. Noleggio navette per diminuzione utilizzo macchine;
2. Tour olfattivo ipovedenti e turisti;
3. Ideazione campagna di comunicazione “pop”;
4. Eventi nella piazza centrale dedicati al gusto e all’artigianato del gusto. Show cooking – Degustazioni di vino dei colli bolognesi Visite nel periodo precedente ad aziende;
5. Campagna comunicativa “fuori Italia”;
6. Pacchetti turistici che colleghino la promozione degli itinerari con l’evento;
7. Speciale Tartutour: tour nei ristoranti e agriturismi della zona.

3) Valorizzazione e promozione di elementi identitari in grado di innalzare la capacità di attrazione dei territori e innescare processi di qualificazione e rivitalizzazione del territorio

La valorizzazione e promozione del tartufo e piu’ in generale del prodotto locale e delle abilità culinarie (il vino dei colli bolognesi, la “sfoglia” fatta in casa, la castagna, i sughi derivanti dalla recente vendemmia ecc) sono elementi certamente identitari di una comunità. Il cibo è elemento attrattivo per sua natura. Il vivere una comunità attraverso i suoi sapori ed odori e quanto di più semplice per attrarre un visitatore. Prodotti di qualità, spesso identificati quali prodotti IGP o DOP possono attrarre il turista e allo stesso tempo avvicinarlo alla conoscenza di una comunità che attraverso al cucina spesso caratterizza il proprio modo di essere. Nella cultura popolare la città di Bologna è conosciuta anche come Bologna la grassa, perché la cucina ha da sempre una forte tradizione nelle abitudini locali. In Tartufesta sarà presente la tradizione cittadina ma anche la tradizione montanara: i ciacci, i borlenghi, le crescentine e piadine, così come la castagna in tutte le sue vesti: il castagnaccio, la frittella oltre ai tradizionali marroni arrosto. Un ricco spazio sara’ dedicato al mercato contadino con i produttori agricoli del territorio dell’appennino. I ristoratori del territorio si esprimeranno in menu’ speciali tra modernità e tradizione.

4) Caratteristiche di integrazione e diversificazione di prodotti e servizi inerenti a settori economici diversi

- Il disciplinare di qualità che dovrà essere seguito dai diversi ristoratori permetterà una stretta sinergia fra il mondo della ristorazione e quello dei viticoltori e dei produttori agricoli.
- L’inclusione degli ipovedenti permetterà integrazione fra sociale e imprese che operano nel turismo.
- Il commercio di vicinato trarrà un evidente vantaggio dall’organizzazione dell’evento dando opportunità di incasso a negozi che da tempo vedono continue chiusure nel centro storico.
- Albergatori e ristoratori locali (molti dei quali coinvolti nella Piazza del Gusto) potranno godere di un aumento di prenotazioni e di un’opportunità di accrescimento degli incassi. L’area camper presente presso un albergo del territorio potrà godere dell’afflusso di camperisti che ormai da alcuni anni scelgono tartufesta come meta.

Breve report dell’edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità (solo per progetti ricorrenti già presentati nelle scorse edizioni del PTPL):

L’edizione 2025 si è appena conclusa (le valutazioni sono ancora in corso di svolgimento). Dalle prime osservazioni, si può comunque già evidenziare che è stata un’edizione di successo con un aumento generalizzato di pubblico ed in particolare della fascia dei millenials.

Criteri e modalità di riscontro dei risultati

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Manifestazione in genere	Report conclusivo con dati numerici
Campagna di comunicazione potenziata e rivolta a nuovi mercati	Contratti e materiali sulle uscite
Realizzazione evento	Foto e video
Noleggio navette per diminuzione utilizzo macchine	Contratto
Tartu Tour	Breve Report
Visite alla aziende vitivinicole	Breve Report e fotografie
Eventi nella piazza centrale dedicati al gusto e all'artigianato del gusto	Programma e report evento

TOTALE SPESE PREVISTE: € 30.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 30.000,00

PUNTEGGIO: 86

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

5) COMUNE DI ALTO RENO TERME - IAT

P.G. n. 71463/2025

ART: musica e spettacolo

Relazione generale dell'attività con riferimento alle azioni che si intendono svolgere

Per quanto riguarda l'animazione e l'intrattenimento turistico il Comune di Alto Reno Terme attraverso l'Ufficio di Informazione e Accoglienza Turistica IAT:

1. Coordina e collabora con le associazioni del territorio al fine di creare un calendario eventi comunale cercando di evitare sovrapposizioni dannose e promuovendolo sui maggiori canali digitali e tradizionali quali: Bologna Estate e Sagre e Feste, pagine social e web degli uffici coordinati dalla RL, newsletter, totem pubblicitario cittadino, la diffusione del cartaceo (limitata), promozione su radio locali (RDM), quotidiani (La Nazione, Il Resto del Carlino) e presso gli altri uffici della zona Appennino Bolognese oltre che ed eXtraBO;
2. Organizza e gestisce direttamente tramite il gestore Cristoforo Cooperativa Sociale Onlus molti eventi turistici sul territorio, patrocinati e finanziati dall'Ente;
3. Cura tutte le pratiche amministrative (SCIA, SIAE, antincendio, sicurezza, sorveglianza, eventuale biglietteria ecc...) per quanto riguarda gli eventi organizzati direttamente, mentre assiste nella compilazione tutte le Associazioni che ne fanno richiesta;
4. Partecipa ai tavoli turistici locali per l'organizzazione e promozione di eventi;
5. Partecipa a fiere nazionali ed internazionali per promuovere il prodotto "Appennino" a tutto tondo.

L'ufficio presta inoltre il proprio supporto ad eventi come il Porretta Soul Festival garantendo un'apertura continua nei quattro giorni di durata (anche serale) e cercando di indicare le strutture ricettive disponibili anche in altri Comuni ai turisti che iniziano a prenotare con largo anticipo. Si occupa anche della programmazione e del coordinamento, assieme alle associazioni del volontariato, degli eventi di tutto l'anno producendo un calendario eventi cartaceo e una grafica promozionale dedicata al web. L'utilizzo del totem pubblicitario posizionato nel centro cittadino è di grande aiuto per la promozione locale e viene costantemente aggiornato con le locandine degli eventi dei dintorni. Infatti raccogliamo materiale di tutta la zona e lo promuoviamo utilizzando i nostri canali social e tradizionali.

Il progetto di animazione e intrattenimento turistico per l'anno 2026 prevederà la gestione, organizzazione e attuazione di alcuni eventi raccolti in un cartellone unico denominato “ART: Musica e spettacolo” comprendente alcune iniziative volte a diversi target di mercato. Tali iniziative sono:

I Suoni dell'Alto Reno: concerti di musica dal vivo effettuati all'interno delle Chiese e Pievi dei territorio di Alto Reno Terme, una rassegna che da decenni viene svolta sul territorio e che regolarmente viene inserita all'interno del cartellone promozionale di Bologna Estate. Il direttore artistico di grande valore oltre che insegnante, Maestro Gianni Landroni, suonerà accompagnato da orchestre con strumenti adatti alla musica solenne quali chitarra, organo, violoncelli e pianoforte in contesti suggestivi e religiosi. Le date saranno 5 e si svolgeranno dalla metà di luglio alla metà di agosto, infrasettimanali con ingresso gratuito;

Porretta Accordeon Show: concerto gratuito che si terrà presso l'arena all'aperto Rufus Thomas Park in centro a Porretta Terme. Il fisarmonicista e musicista Stefano Capitani accompagnato da artisti eccellenti nel settore della fisarmonica e filuzzi, ma anche musiche popolari. Anche questa iniziativa viene inserita da anni all'interno del cartellone promozionale di Bologna Estate, si terrà come solitamente la settimana dopo ferragosto;

Porretta in passerella: sfilata di moda e spettacolo di intrattenimento che annualmente si svolge al Rufus Thomas Park di Porretta Terme per inaugurare la stagione estiva e quindi nel mese di giugno. Vengono coinvolte alcune realtà imprenditoriali della cittadina e le giovani ragazze delle scuole che sfileranno con i capi più alla moda del momento, mentre il pubblico sarà intrattenuto da musiche, balli, canti e aneddoti;

Il ballo torna in scena! Rassegna ormai giunta a numerose edizioni, indirizzata principalmente ai clienti termali, ma non solo, prevede 12 spettacoli danzanti che si svolgeranno all'interno del Parco Rufus Thomas che, per l'occasione, prevede il montaggio di una pista da ballo molto spaziosa. Il Dj intratterrà la serata con musiche di ogni tipo: dal liscio, alla musica latina, dai balli di gruppo alle ballate lente a partire da fine giugno con appuntamenti settimanali.

Eventi Natalizi: spettacoli di musica Gospel in occasione del Natale sia a Porretta Terme (centro cittadino) che a Ponte della Venturina (borgo periferico) che andranno ad arricchire il Natale e il tradizionale villaggio natalizio nonché il ricco calendario di iniziative di quel periodo.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti

Il progetto prevede una grande segmentazione di mercato, difatti i target ai quali si propone sono tra i più diversi, di tutte le età e con bisogni differenti. Il Comune di Alto Reno Terme propone già numerosi eventi, anche importanti per richiamo turistico e incentrati su concerti dal vivo di musica soul, rock, prog o pop. Risulta difficile inserirsi all'interno delle iniziative organizzate dalle associazioni cercando di proporre attività diversi da quelli già assodati. E' per questo che il progetto è incentrato su rassegne musicali di nicchia, eventi popolari quali il ballo oppure spettacoli trasversali quali quelli della sfilata. Eventi certamente diversi rispetto ai canoni abituali, ma che da anni portano numerosi turisti e fruitori sul territorio. Punti a favore del potenziale attrattivo sono: la gratuità di ogni spettacolo, l'alta qualità delle performance, l'intrattenimento serale al fresco quando nelle città vicine la calura avvolge l'aria, ma anche intrattenimento per le numerose presenze legate al termalismo e ai villeggianti che, sebbene non risultino tra le statistiche legate ai pernottamenti, sono molto presenti nel nostro territorio e partecipano attivamente all'economia del luogo favorendo il concetto strategico di marketing territoriale per l'intera area. Ed è proprio a questo che l'Ente, tramite anche il gestore dell'ufficio IAT, vuole puntare ovvero a coordinare la destinazione intesa come SLOT (Sistema Locale di Offerta Turistica) a tutto tondo, comprendendo tutte le attività legate al vitto

e alloggio, ma anche dedicandosi all'intrattenimento e a tutte quelle risorse "secondarie" che possono rendere un luogo appetibile e vivo all'interno del contesto della Destinazione Turistica Appennino Bolognese.

2) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione

Accessibilità

- tutti gli eventi organizzati dal Comune in collaborazione con il gestore dello IAT saranno accessibili alle persone con disabilità cercando di accoglierle al meglio e offrire il supporto necessario affinché riescano a godere degli spettacoli proposti;

Sostenibilità

- sensibilizzazione sul tema della raccolta differenziata con bidoni appositi presenti in occasione di ogni evento organizzato e promozione materiale sulla raccolta differenziata fornito da Cosea Ambiente e Hera;
- Come da normativa di legge, utilizzo di materiale compostabile qualora necessario e non più di plastica in tutti gli eventi previsti a calendario;

Innovazione

- Promozione degli eventi utilizzando il totem pubblicitario cittadino già operativa e lo schermo multimediale che verrà attivato dal gestore dell'ufficio oltre all'utilizzo dei social media;

3) Valorizzazione e promozione di elementi identitari in grado di innalzare la capacità di attrazione dei territori e innescare processi di qualificazione e rivitalizzazione del territorio

Tutte le iniziative in programma, essendo rassegne consolidate nel tempo, riescono a rispecchiare alcuni degli elementi identitari del territorio risultando facilmente riconoscibili. Gli spettacoli di musica classica e religiosa si terranno all'interno delle Pievi e Chiese del territorio, in scenari unici e solenni. La tradizione della fisarmonica e del ballo liscio tipici dell'Emilia-Romagna trovano spazio negli eventi in programma, sicuramente un marketing turistico legato ad eventi di nicchia, ma che tengono viva la tradizione e che trovano spazio anche tra le nuove generazioni legate al territorio e al folklore. Assieme a tutto il calendario eventi ricco di iniziative anche più popolari e varie, l'Ente punta alla rivitalizzazione del territorio mediante una commistione di eventi, natura e cultura, risorse riconoscibili all'interno della Destinazione sulle quali è importante lavorare al fine di migliorare e ottenere risultati nel tempo.

4) Caratteristiche di integrazione e diversificazione di prodotti e servizi inerenti a settori economici diversi

Il progetto "ART: musica e spettacolo" come già analizzato in precedenza, vuole promuovere alcuni eventi all'interno del grande calendario annuale diversificandoli rispetto agli altri già esistenti, cercando di offrire prodotti per tutti i target di mercato. Il Parco Rufus Thomas, essendo in pieno centro cittadino, offre l'opportunità a tutto il tessuto economico locale di beneficiare delle presenze che principalmente si recano a Porretta Terme per presenziare agli eventi serali.

Breve report dell'edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità (solo per progetti ricorrenti già presentati nelle scorse edizioni del PTPL):

L'edizione 2025 del progetto presentato, la prima, ha confermato le capacità dell'Ufficio Informazioni e del suo attuale gestore nell'organizzazione e gestione di eventi di animazione durante i mesi estivi. Tali manifestazioni sono state promosse a livello locale e coordinate grazie a Bologna Estate e alla Redazione Locale, compresa la promozione ad eXtraBO.

Nel dettaglio gli eventi realizzati:

- I Suoni dell'Alto Reno: cinque eventi di musica classica e tradizionale suonata dal vivo all'interno delle Chiese e delle Pievi del territorio, con una stima di partecipanti complessivi pari a 680;
- Porretta Accordeon Show: un concerto evento all'interno del Rufus Thomas Park nel centro cittadino con la presenza di circa 500 persone;
- Porretta in Passerella: sfilata di moda che tradizionalmente si tiene ogni anno al termine di giugno e che quest'anno è coincisa anche con il week-end della Notte Celeste delle Terme dell'Emilia-Romagna. L'evento si è svolto al Rufus Thomas Park con una presenza di circa 600 persone;
- Il ballo torna in scena: i dodici eventi danzanti hanno allietato durante tutta la stagione estiva i turisti termali, e non solo, appassionati di liscio e balli tradizionali all'interno della cornice del Parco Rufus Thomas. Ogni singola serata ha riscosso un gran successo, per una stima di partecipanti complessiva che si aggira sulle 1.800 persone.

Nell'ed. 2026 sono stati inseriti nel progetto alcuni eventi da realizzarsi nel periodo natalizio, in particolare due concerti di Gospel. Per quanto riguarda gli altri elementi di novità previsti per la nuova edizione:

- Viste le criticità emerse relative soprattutto al meteo - trattandosi di eventi all'aperto - verranno programmate già in anticipo le date per l'eventuale recupero degli eventi in calendario;
- Verrà creata una brochure dedicata alle rassegne e singoli eventi di questo progetto, cosa che non era stata fatta durante la prima edizione;
- Il personale dell'ufficio informazione, coinvolto in prima linea nell'organizzazione e realizzazione del progetto, cercherà di raccogliere tutto il materiale video e fotografico in un archivio a disposizione della Redazione Locale, di Città Metropolitana e degli altri uffici qualora venga richiesto;
- Insieme al nuovo gestore dell'ufficio, Cristoforo Cooperativa Sociale Onlus, verranno creati pacchetti turistici tematici in modo da incrementare il numero dei pernottamenti di turisti nelle strutture ricettive territoriali. Tali pacchetti potranno prevedere durante la giornata escursioni e degustazioni, lasciando per la serata gli eventi di animazione.

Criteri e modalità di riscontro dei risultati

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Realizzazione evento gratuito	Stima dei partecipanti agli eventi
Realizzazione evento gratuito	Report fotografico e video

TOTALE SPESE PREVISTE: € 15.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 15.000,00

PUNTEGGIO: 80

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

6) COMUNE DI DOZZA - IAT

P.G. n. 71915/2025

Sorsi di cultura

Relazione generale dell'attività con riferimento alle azioni che si intendono svolgere

Adagiata sul crinale di una collina che domina la valle del Sellustra e digrada dolcemente verso la via Emilia tra Imola e Bologna, Dozza è un borgo antico dalla storia millenaria e dall’impianto urbanistico medievale ancora ben conservato. Fa parte del Club dei “Borghi più Belli d’Italia” e delle “Bandiere Arancioni” del Touring Club Italiano. Il centro storico, dalla caratteristica forma a fuso, è composto da stradine strette e variopinte che conducono alla maestosa Rocca di Dozza, simbolo dell’armonia tra natura e intervento umano, con un tessuto edilizio originale accuratamente salvaguardato.

A Dozza, l’arte si fonde con il paesaggio urbano: le facciate delle case, le strade e le piazze diventano una tela a cielo aperto, con oltre un centinaio di opere realizzate da artisti contemporanei di prestigio. All’interno della Rocca si conservano affreschi e bozzetti nel Centro Studi e Documentazione del Muro Dipinto, che raccontano la storia e l’evoluzione di questa straordinaria collezione artistica. Il periodo migliore per visitare Dozza va da maggio a ottobre, per poter abbinare la visita del borgo a eventi tradizionali come la “Festa del Vino”, la “Biennale del Muro Dipinto”, la “Biennale di FantastikA” o la festa delle Arzdore.

Il progetto “Sorsi di Cultura” si propone di valorizzare Dozza attraverso attività di animazione e intrattenimento turistico, con eventi culturali, artistici e ricreativi ad ingresso libero, pensati per pubblici diversificati e, laddove possibile, con misure atte ad agevolare la partecipazione di persone con bisogni speciali. Le attività principali prevedono:

- Presentazioni di libri con degustazioni di tè, vino o altre bevande tipiche, dedicate ad autori locali e a tematiche culturali.
- Visite guidate e laboratori didattici, per conoscere il patrimonio storico, artistico e naturalistico del borgo.
- Inaugurazioni di mostre d’arte e visite guidate alle mostre, con protagonisti artisti della Biennale del Muro Dipinto e/o figure di rilievo nel panorama artistico locale e internazionale.
- Eventi musicali, con concerti di diversi generi per arricchire l’esperienza dei visitatori in maniera multisensoriale.
- Incontri culturali e conferenze, per approfondire aspetti storici, sociali e artistici del territorio.

Accessibilità, sostenibilità e innovazione costituiscono pilastri fondamentali del progetto:

- Gli eventi sono studiati per essere accessibili e inclusivi, con percorsi e materiali informativi il più possibile accessibili a tutti e attività eterogenee pensate per partecipanti di differenti fasce di età.
- Si privileggeranno fornitori locali e materiali ecosostenibili, riducendo l’impatto ambientale e promuovendo modalità di trasporto sostenibili.
- L’innovazione si concretizza in una promozione che privilegia il social media marketing, con particolare riferimento ai social network, in esperienze immersive e in eventi modulari che si adattano a stagioni e target diversi.

La promozione del progetto sarà realizzata attraverso un mix di strumenti digitali e tradizionali:

- Social media marketing, con contenuti dedicati su piattaforme come Instagram e Facebook, newsletter mirate per target turistici specifici e aggiornamenti costanti sulle attività su tutti i canali online.
- Promozione tradizionale, mediante produzione di materiale cartaceo come brochure, locandine e mappe del borgo, distribuite presso punti informativi turistici, strutture ricettive e durante gli eventi.
- Collaborazioni con tour operator e associazioni locali, per massimizzare la visibilità e attrarre flussi turistici significativi.

L’obiettivo di “Sorsi di Cultura” è arricchire l’offerta turistica di Dozza, aumentando la permanenza dei visitatori e offrendo esperienze emozionali memorabili, capaci di rafforzare l’identità culturale del borgo e la sua attrattività turistica lungo tutto l’arco dell’anno.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti

Il progetto “Sorsi di Cultura” presenta un’elevata valenza turistica, poiché è concepito per potenziare l’attrattività del territorio, promuovere la conoscenza di Dozza e dei suoi luoghi simbolo, incentivando flussi turistici qualificati e aumentando la permanenza dei visitatori. In particolare:

- Potenzia l’attrattività del territorio: offre un calendario variegato di eventi culturali, artistici, musicali ed enogastronomici che valorizzano la specificità del borgo, attraggono nuovi pubblici e favoriscono la scoperta di angoli meno conosciuti del centro storico.
- Incrementa i flussi turistici e diversifica la fruizione dei punti di interesse: visite guidate, laboratori, mostre e concerti integrano la fruizione della Rocca e del Muro Dipinto, creando percorsi esperienziali che vanno oltre la semplice visita monumentale.
- Favorisce la permanenza e la ripetizione delle visite: la distribuzione degli eventi lungo l’intero arco dell’anno offre motivazioni per tornare in stagioni diverse, contribuendo a incrementare la permanenza media dei turisti e la frequenza delle visite al borgo.
- Promuove esperienze integrate e memorabili: l’abbinamento tra arte, cultura, musica, enogastronomia e laboratori didattici genera un valore aggiunto emozionale e identitario, rafforzando la percezione di Dozza come destinazione culturale unica e autentica.
- Supporta la valorizzazione turistica sostenibile: il progetto contribuisce a sviluppare un’offerta turistica strutturata e riconoscibile, capace di attrarre visitatori interessati alla cultura e all’arte, consolidando il ruolo di Dozza nel panorama dei Borghi più Belli d’Italia e come meta esperienziale di qualità.
- Aumenta la visibilità del territorio attraverso canali digitali e tradizionali: le azioni di promozione, sia tramite social media marketing sia attraverso materiale cartaceo informativo, amplificano la portata del progetto, raggiungendo target turistici diversificati a livello locale, nazionale e internazionale.

Il progetto non si limita quindi a proporre eventi, ma rappresenta un vero e proprio strumento strategico di sviluppo turistico, in grado di incrementare le presenze, valorizzare il patrimonio artistico e culturale e creare un’offerta esperienziale integrata e innovativa, capace di consolidare la reputazione di Dozza come destinazione attrattiva, accessibile e coinvolgente.

2) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione

Accessibilità Tutti gli eventi del progetto saranno ad ingresso libero e gratuito, garantendo la partecipazione a tutti i pubblici senza barriere economiche. L’accessibilità sarà potenziata tramite:

- Percorsi accessibili: laddove possibile, saranno previsti percorsi e spazi adatti a persone con disabilità motorie.
- Materiali accessibili: laddove possibile, saranno previsti materiali informativi multilingua e supporti grafici/digitali.
- Modalità inclusive nei laboratori e visite guidate, pensate per bambini, anziani e persone con bisogni speciali, per promuovere la partecipazione attiva di tutti.
- Segnaletica chiara e percorsi differenziati, per garantire sicurezza e orientamento agevole in tutte le sedi degli eventi.

Sostenibilità Il progetto si caratterizza per un approccio attento all’impatto ambientale e alla valorizzazione del territorio:

- Fornitori e produttori locali saranno privilegiati per cibo, bevande e materiali, sostenendo l’economia del borgo e dei dintorni.
- Materiali riciclabili ed ecosostenibili saranno utilizzati per allestimenti, comunicazione e supporti informativi.
- Gestione consapevole dei flussi turistici, per evitare sovraffollamento, preservare i beni storici e artistici e garantire un’esperienza piacevole a tutti i visitatori.

- Promozione di mobilità sostenibile, attraverso bus navetta, percorsi pedonali e ciclabili per raggiungere le sedi degli eventi, incentivando forme di turismo a basso impatto ambientale.

Innovazione Il progetto integra strumenti e modalità innovative per rendere l'esperienza culturale più coinvolgente e accessibile:

- Social media marketing e promozione digitale, con campagne mirate su piattaforme come Instagram e Facebook, aggiornamenti in tempo reale e contenuti multimediali per attrarre pubblici diversi e giovani.
- Fruizione modulare e flessibile degli eventi, adattabile a stagioni, target e condizioni meteo, creando un'offerta dinamica e continuamente rinnovata.
- Eventi digitali e ibridi, con possibilità di partecipare da remoto tramite dirette live o contenuti registrati, ampliando la portata e raggiungendo visitatori impossibilitati a spostarsi fisicamente.
- Esperienze immersive e interattive, come laboratori creativi, tour digitali con QR code e percorsi multimediali, per combinare conoscenza, intrattenimento e innovazione tecnologica.

In sintesi, il progetto “Sorsi di Cultura” integra accessibilità, sostenibilità e innovazione, rendendo gli eventi inclusivi, ecologicamente responsabili e all'avanguardia, contribuendo così a rafforzare l'attrattività turistica di Dozza in modo duraturo e multidimensionale.

3) Valorizzazione e promozione di elementi identitari in grado di innalzare la capacità di attrazione dei territori e innescare processi di qualificazione e rivitalizzazione del territorio

Il progetto “Sorsi di Cultura” intende rafforzare l'identità culturale, artistica e storica di Dozza, valorizzando elementi unici del borgo e traducendoli in esperienze turistiche memorabili. Gli interventi previsti contribuiscono a consolidare l'immagine di Dozza come destinazione attrattiva e culturalmente viva, creando al contempo opportunità di qualificazione e rivitalizzazione del territorio. In particolare:

- Valorizzazione del patrimonio artistico e culturale: le attività saranno strettamente legate a luoghi simbolo del borgo, come la Rocca di Dozza e il Muro Dipinto, e includeranno mostre d'arte, laboratori e visite guidate. In questo modo, si mettono in evidenza le peculiarità artistiche e storiche locali, creando un legame diretto tra il visitatore e l'identità del territorio.
- Promozione delle tradizioni e della socialità locale: eventi enogastronomici, degustazioni e laboratori pratici permetteranno di far conoscere le produzioni tipiche, le tradizioni culturali e il tessuto sociale del borgo, trasformando la visita in un'esperienza immersiva e partecipativa.
- Creazione di storytelling territoriale attraverso i social media: la comunicazione digitale sarà utilizzata non solo per promuovere eventi, ma anche per raccontare storie del borgo, curiosità storiche e percorsi artistici, coinvolgendo il pubblico con contenuti multimediali, interviste, video brevi, dirette e gallerie fotografiche. Questo approccio consente di aumentare la visibilità di Dozza e attrarre target turistici diversificati, inclusi visitatori internazionali.
- Integrazione tra promozione tradizionale e digitale: insieme ai social, saranno realizzati materiali cartacei come brochure, mappe tematiche e locandine, distribuiti nei punti informativi turistici, nelle strutture ricettive e durante gli eventi, per raggiungere anche chi non utilizza i canali digitali.
- Creazione di percorsi identitari esperienziali: gli eventi saranno progettati per combinare arte, cultura, musica e degustazioni, creando esperienze emozionali uniche, che consentono ai visitatori di vivere il borgo in modo autentico e di conservare un ricordo duraturo.
- Rivitalizzazione del borgo e qualificazione dell'offerta turistica: l'iniziativa contribuirà a stimolare il tessuto economico locale, coinvolgendo attività ricettive, ristorative e artigianali, e creando un circuito integrato di servizi e prodotti culturali. Questo approccio favorisce la sostenibilità economica e sociale del territorio, rafforzando la capacità del borgo di attrarre flussi turistici di qualità.

Il progetto rappresenta uno strumento strategico per incrementare la visibilità e l'attrattività di Dozza, valorizzando il patrimonio artistico, storico e identitario, creando esperienze memorabili e promuovendo il borgo come destinazione culturale innovativa, inclusiva e dinamica.

4) Caratteristiche di integrazione e diversificazione di prodotti e servizi inerenti a settori economici diversi

Il progetto “Sorsi di Cultura” si distingue per la capacità di integrare e diversificare prodotti e servizi turistici, creando un’offerta articolata e capace di coinvolgere pubblici differenti, generando ricadute positive sull’economia locale. In particolare, il progetto mette in connessione diversi settori economici e turistici:

- City Break: visite al Museo della Rocca di Dozza, al Muro Dipinto di Dozza e alle collezioni consentono di valorizzare il patrimonio storico, artistico e museale, proponendo pacchetti e percorsi dedicati a turisti interessati alla cultura.
- Cultura e arte: mostre temporanee, inaugurazioni, laboratori artistici e visite guidate integrano l’esperienza culturale con attività pratiche e immersive, rafforzando il legame tra visitatore e identità del territorio.
- Food & Wine: degustazioni e iniziative legate a prodotti tipici locali, vino e altre specialità gastronomiche, creano esperienze sensoriali complementari alle attività culturali, promuovendo la filiera enogastronomica del territorio e le produzioni locali.
- Musica e intrattenimento: concerti, performance musicali e spettacoli dal vivo arricchiscono l’offerta, creando momenti di intrattenimento e socializzazione, capaci di ampliare il target di visitatori e favorire la permanenza nel borgo.
- Outdoor e turismo slow: il progetto promuove cammini e percorsi naturalistici, come il Sentiero di Sant’Antonio, la Via dei Gessi e dei Calanchi e il Sentiero del Vino, valorizzando il turismo lento e sostenibile e integrando natura, storia e tradizioni locali.
- Servizi turistici e ospitalità: il progetto prevede la promozione di strutture ricettive e ristorative locali, contribuendo a qualificare l’offerta turistica complessiva e stimolare la domanda per servizi collegati.

Questa integrazione tra settori culturale, artistico, gastronomico, musicale, naturalistico e dei servizi consente di proporre un’offerta diversificata, modulabile e personalizzabile in base ai target di pubblico, qualificando il territorio di Dozza come meta di turismo culturale e creativo. Inoltre, la combinazione di esperienze multisettoriali e iniziative di promozione, sia tramite social media e strumenti digitali sia attraverso materiale cartaceo e informativo tradizionale, amplifica la visibilità del borgo e crea sinergie tra operatori economici diversi, favorendo ricadute positive e durature sui settori locali, dall’ospitalità alla ristorazione, dall’artigianato all’intrattenimento culturale.

Breve report dell’edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità (solo per progetti ricorrenti già presentati nelle scorse edizioni del PTPL): /

Criteri e modalità di riscontro dei risultati

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Realizzazione di eventi culturali (presentazioni libri, conferenze, incontri con autori)	Numero di eventi realizzati, numero di partecipanti, feedback
Laboratori didattici e visite guidate	Numero di laboratori e visite guidate, partecipanti per fascia di età, feedback
Inaugurazioni mostre d’arte	Numero di mostre, numero di visitatori, copertura social/media, eventuali articoli di stampa
Eventi musicali e performance	Numero di eventi, numero di partecipanti, feedback o social media engagement
Promozione digitale e social media marketing	Numero di post e campagne, reach e impressions, interazioni e follower acquisiti
Produzione e distribuzione materiali cartacei	Numero di copie distribuite, feedback dai punti informativi

TOTALE SPESE PREVISTE: € 10.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 10.000,00

PUNTEGGIO: 80

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

Allegato 2)

TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA-MODENA

P.T.P.L. 2026

AMBITO 2

**INIZIATIVE DI PROMOZIONE TURISTICA
DI INTERESSE LOCALE**

BOLOGNA

INDICE PROGETTI

AMBITO 2 - Iniziative di promozione turistica di interesse locale.....	2
1) COMUNE DI ALTO RENO TERME - LOOKAP! METAMORFOSI E L'APPENNINO RITROVATO: ARTE DIFFUSA, NATURA ED ESCURSIONI.....	2
2) NUOVO CIRCONDARIO IMOLESE - CALICI ERRANTI - Campagna di promozione del prodotto enoturistico del Nuovo Circondario Imolese.....	7
3) COMUNE DI ZOLA PREDOSA - ZOLA JAZZ WINE 2026 “tra i Gessi e le vigne, il suono del jazz dei Colli Bolognesi”.....	10
4) COMUNE DI IMOLA - BACCANALE 2026. RASSEGNA CULTURALE ED ENOASTRONOMICA.....	15
5) UNIONE RENO GALLIERA - FROM CITY TO PLAIN - Ride the Easy Way.....	21
6) VIVA IL VERDE APS - BOLOGNA MONTANA ART TRAIL (BOM.ART TRAIL).....	25
7) YODA APS - IT.A.CÀ migranti e viaggiatori: festival del turismo responsabile.....	37
8) COMUNE DI CASTEL SAN PIETRO TERME - OUTDOOR TOUR.....	45
9) UNIONE DEI COMUNI DELL'APPENNINO BOLOGNESE - CRINALI 2026.....	51
10) COMUNE DI SAN LAZZARO DI SAVENA - IL PASSAPORTO DEL TEMPO - Dai musei ai gessi UNESCO camminando nella storia dell'uomo.....	56
11) COMUNE DI CASTEL SAN PIETRO TERME - NOTTE CELESTE – TERME IN FESTA....	61
12) Associazione Vitruvio A.S.D. - GUGLIELMO MARCONI COMUNE IMMORTALE.....	67
13) CITTÀ METROPOLITANA DI BOLOGNA - INIZIATIVE TURISTICHE DI INTERESSE METROPOLITANO.....	72

AMBITO 2 - Iniziative di promozione turistica di interesse locale

1) COMUNE DI ALTO RENO TERME - LOOKAP! METAMORFOSI E L'APPENNINO RITROVATO: ARTE DIFFUSA, NATURA ED ESCURSIONI

P.G. n. 71477/2025

integrazione P.G. n. 75803/2025

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. Comune di Lizzano in Belvedere
2. Asd Appennino Geopark
3. Cooperativa Madreselva

DESCRIZIONE SINTETICA

Il progetto, in collaborazione con il Comune di Alto Reno Terme e le Associazioni Appennino Geopark e Cooperativa Madreselva che da anni operano in questi territori, prevede la realizzazione di un calendario escursionistico e culturale alla scoperta dell'Appennino Tosco-Emiliano. Tutte le attività sono fruibili gratuitamente, seppur il target di riferimento siano i turisti dei comuni coinvolti in modo da incentivare il pernottamento e la fruizione di servizi di ristorazione e commercio locali. Il programma delle escursioni vuole mettere in risalto le peculiarità territoriali naturali (attraverso i Parchi Naturali, la fauna, la flora, la geologia, i paesaggi, ecc.) le eccellenze storico artistiche, (attraverso i borghi, castelli, santuari, luoghi storici, ecc.) l'enogastronomia (attraverso la visita di aziende agricole, produttori diretti, caseifici, birrifici, ecc.), mentre il programma artistico prevederà incontri, laboratori, attività ed eventi pensati principalmente per bambini e bambine mescolando linguaggi e punti di vista diversi, giocando con materiali di recupero, ascoltando storie e musiche dell'Appennino, perdendosi nel bosco e lungo i sentieri, immergendosi totalmente nella natura e scoprendone le sue bellezze.

OBIETTIVI:

- o Miglioramento dei servizi turistici di base (accoglienza, informazione e offerta di attività turistiche) collaborando con le strutture ricettive della zona;
- o Creazione di una buona rete turistica cooperativa tra territori diversi coerente con l'identità turistica del territorio Bologna-Modena;
- o Far apprezzare tutta l'area limitrofa svolgendo pubblicità d'immagine, valorizzando alcune eccellenze quali l'ambiente, la storia, la cultura, l'arte, l'enogastronomia e le produzioni locali;
- o Far riscoprire ai giovani le tradizioni legate ai nostri luoghi attraverso l'arte, la musica, la scoperta della natura;
- o Accrescere le presenze nelle strutture ricettive così come la permanenza media, accrescere l'impatto economico nelle strutture della ristorazione e commercio locali;
- o Creazione di pacchetti turistici dedicati, per la valorizzazione dei servizi offerti avvalendosi della collaborazione tour operator locali;
- o Fidelizzazione del turista in modo che si generi un buon passaparola anche attraverso i canali social.

A CHI CI SI RIVOLGE:

- Ai turisti dell'Appennino Bolognese, Modenese e Tosco-Emiliano, ai cittadini della città metropolitana di Bologna e della Provincia di Pistoia;
- A tutte le persone interessate ad un turismo di qualità a contatto con la natura, alla scoperta delle emergenze storiche, artistiche ed enogastronomiche del territorio e che vogliono vivere l'identità autentica della montagna;

- Ai bambini e alle famiglie che vogliono passare un week-end in Appennino godendo di un turismo esperienziale fatto su misura.

COMUNICAZIONE E MARKETING:

- Realizzazione di un dépliant pieghevole complessivo dell'offerta e di due pieghevoli distinti secondo le attività (escursioni e arte) affinché possa essere presente in tutte le strutture ricettive e uffici d'informazione della zona, nell'ufficio ExtraBo dedicato alla Città Metropolitana di Bologna, ma anche nei siti degli uffici turistici di città limitrofe, come Modena e Pistoia;
- Divulgazione del progetto nei siti degli alberghi e strutture ricettive e attraverso portali Turistici e canali social come, Discover Alto Reno Terme, Bologna Welcome, ExtraBo, Vivi Appennino Bolognese, Corno alle Scale e altri siti locali;
- Divulgazione del progetto attraverso il calendario Bologna Estate 2026 e la Redazione Locale presente nello IAT-R di Sasso Marconi;
- Utilizzo di strumenti di comunicazione social media (web marketing) attraverso le pagine Facebook degli uffici IAT, della guida turistica “Michela Marcacci - GuidAppenninoTrekking” e della Cooperativa Madreselva quale soggetti coinvolti, oltre all'utilizzo di canali di comunicazione come radio, webradio, giornali e quotidiani locali;
- Collaborazione con fotoreporter e blogger per la creazione di storytelling, materiale fotografico e racconto del territorio utili per aumentare la visibilità, la divulgazione del progetto e l'appetibilità del territorio;

AZIONI

- Un **calendario di escursioni guidate**, programmate tutti i week-end da luglio a settembre, di durata variabile dalla mezza giornata alla giornata intera, in modo da incontrare le esigenze di ogni tipologia di visitatore, dall'escursionista più esperto al meno. Saranno previste n 20 escursioni negli ambiti territoriali interessati, naturalistiche (Parchi, Sentieri Cai), storico-culturali (Centri Cittadini, Storia termale, Musei), enogastronomiche (Degustazioni, visite a caseifici e birrifici locali), musicali (Collaborazione con “Crinali”) e tematiche (in base agli eventi del territorio) ;
- Possibilità di **escursioni guidate personalizzate**, i turisti possono scegliere l'escursione in base ai propri interessi e necessità contattando direttamente la Guida al di fuori delle escursioni programmate e concordando con lei l'itinerario scelto;
- Possibilità di **richieste su tutto il territorio**: la guida rimane a disposizione del visitatore per qualsiasi necessità turistica ed escursionistica dando consigli, informazioni e suggerendo percorsi e attività. Sarà contattabile attraverso i recapiti e-mail e telefonico, ma anche sui social dedicati.
- **Mostre a tema** presso Il Rifugio Segavecchia a cura della Cooperativa Madreselva, presso la Biblioteca Il Martignano di Lizzano in Belvedere e la Biblioteca G.Martinelli di Porretta Terme;
- **Laboratori e letture “Storie Selvatiche”** presso le Biblioteche Comunali, una serie di incontri cadenzati settimanalmente dedicati ai più giovani, con particolare attenzione alle tematiche ambientali, alla natura e al nostro territorio montano;
- **Spettacolo teatrale** nello storico Paese di Monteacuto delle Alpi in collaborazione con la biblioteca di Crinale Solea;
- **Proiezioni per bambini e ragazzi** presso il Cinema Teatro “La Pergola” in collaborazione con la Cineteca di Bologna.

Tutti gli eventi relativi al progetto saranno gratuiti per gli utenti.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO

Appennino tosco-emiliano, in particolare le aree relative a: Comune Lizzano in Belvedere e Comune di Alto Reno Terme.

PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE

Da giugno a settembre 2026

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti:

Tutto il progetto si concentra essenzialmente su alcune linee guida presenti nelle premesse dell'avviso PTPL 2026 stesso, ovvero:

- Promozione del territorio naturalistico dell'area appenninica che ci circonda con particolare interesse verso il Parco Regionale del Corno alle Scale, Il Parco dei Laghi Suviana e Brasimone, la Piccola Cassia in Gaggio Montano e nella variante che passa da Porretta Terme;
- Visite legate al termalismo, alla storia centenaria delle acque di Porretta Terme;
- Collaborazione con il progetto music-naturale “Crinali” con escursioni organizzate ad hoc da parte della guida ed eventi musicali in punti prestabiliti;
- Per quanto riguarda i motori: visite organizzate all'interno del museo DEMM di Porretta Terme;
- Visite nei borghi storici del territorio (Castelluccio, Lustrola, Monteacuto delle Alpi, Pianaccio).

2) Coerenza con gli obiettivi delle “Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027” e con il quadro di riferimento di cui alle premesse dell’Avviso PTPL 2026:

- Promozione turistica delle eccellenze enogastronomiche del territorio con visite alle aziende agricole locali e eventi organizzati per valorizzare i prodotti dell'Appennino;
- Promozione del patrimonio musicale con visite ai Murales del Porretta Soul Festival e escursioni nel week-end dell'evento;

Il progetto nella sua interezza è studiato per valorizzare gli elementi identitari del territorio sia con la creazione di itinerari volti a far conoscere l'Appennino bolognese usando una promozione integrata tra cartaceo e web/social con fotografie in grado di catturare l'attenzione del turista, che con azioni culturali ed artistiche (mostre, laboratori, letture, proiezioni ecc ...) in grado di mettere in contatto i più giovani con le ricche realtà del territorio stesso. Verrà così dato spazio, non solo alla natura (centrale nel nostro territorio), ma anche alle antiche tradizioni e musiche che la modernità ci porta a dimenticare.

3) Descrizione puntuale degli obiettivi e dei mercati e della coerenza interna rispetto alle azioni e ai costi:

Verranno organizzate visite in alcune realtà produttive del territorio (Caseifici, Birrifici, Aziende Agricole ...) e degustazioni di prodotti locali. Verrà incentivato l'acquisto da parte del turista di prodotti tipici e dell'artigianato mostrati in tali visite.

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

Dove possibile i turisti e la guida si muoveranno usando i trasporti pubblici. Visto il territorio in cui si opera, la creazione di materiale informativo cartaceo resta essenziale, seppur ridotta in quantità minore rispetto agli anni precedenti. Parallelamente l'iniziativa verrà promossa sui social collegati e sui siti comunali e di promozione turistica ad ampio raggio, nonché nel punto informativo di ExtraBo, nel Cartellone Bologna Estate e nei siti della Redazione Locale.

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

Le escursioni storico-culturali e quelle naturalistiche più semplici saranno rese disponibili anche a persone con disabilità motorie, sensoriali e cognitive. Nel depliant contenente il dettaglio delle escursioni verrà esplicitato il grado di difficoltà e di accessibilità. Tutti gli spettacoli, le mostre e le letture saranno adatte a persone con qualsiasi tipo di disabilità cercando di organizzarsi al meglio per quanto riguarda le criticità territoriali. Per

questo lasceremo sempre un numero per informazioni e prenotazioni in modo che chiunque abbia difficoltà potrà comunicarle per tempo.

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

Nuovo progetto basato su passeggiate per un'immersione nei luoghi e nei suoni della natura. Lo chiamano Forest Bathing, un bagno nella foresta che, secondo diversi studi, regolarizza il sistema cardiocircolatorio ed incrementa la funzione del sistema immunitario. Il primo percorso a essere interessato dal progetto è il “Sentiero dei sette casoni” che parte dalla strada panoramica (percorso salute) che collega Lizzano in Belvedere con Vidiciatico per svilupparsi a mezza costa sul versante nord di Monte Pizzo. Il nome del percorso è legato al fatto che lungo questo sentiero sono situati sette metati, chiamati localmente “casoni”, ossia costruzioni in pietra dove si essicavano le castagne da portare al mulino. La scelta di questo sentiero è legata sia alla vicinanza con i centri turistici di Lizzano e Vidiciatico, sia perché la castanicoltura, fino a pochi decenni fa, era una delle principali attività per gli abitanti del Comune di Lizzano in Belvedere, per la presenza di alberi secolari. Lungo il percorso sono individuati punti di contemplazione o meditazione in prossimità dei “casoni” o di castagni secolari o altri alberi particolarmente suggestivi.

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

Come l'anno scorso, ogni guida scatterà fotografie e farà video che renderà poi fruibili ai Comuni coinvolti ed a Città Metropolitana in modo da rendere l'esperienza “Appennino” ancora più attrattiva. La guida verrà dotata di “GoPro” di proprietà comunale.

In caso siano previste azioni di promozione istituzionale in occasione di fiere turistiche, organizzazione di press tour e educational tour e altre attività similari organizzate di propria iniziativa e non rientranti nel piano del Territorio Turistico di Bologna-Modena e/o di Apt Servizi, puntuale motivazione sull'opportunità di tali azioni: /

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

Collaborazione con evento “Crinali” e con evento “La Notte Celeste” con creazione di visite ed escursioni a tema concordate con gli organizzatori per valorizzare gli eventi stessi.

Breve report dell'edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità (solo per progetti ricorrenti già presentati nelle scorse edizioni del PTPL):

Il progetto “L'Appennino Ritrovato” proposto per l'estate 2025, ha confermato la formula e progettazione degli ultimi anni e ha previsto la calendarizzazione delle escursioni da luglio a settembre, prevedendo due escursioni guidate a settimana nelle giornate del sabato e della domenica. Le escursioni si sono svolte per la maggior parte all'interno del territorio comunale di Alto Reno Terme e tre appuntamenti sono stati invece dedicati al territorio di Lizzano in Belvedere. Sono stati identificati itinerari che prevedessero diversi gradi di difficoltà per permettere la partecipazione di una diversificata tipologia di partecipanti, dalle visite turistiche in centro paese a Porretta Terme, a itinerari escursionistici con diverso chilometraggio e dislivello. Le escursioni del sabato, di tipologia escursionistica, si sono svolte sui numerosi sentieri del territorio, prevedendo itinerari per lo più ad anello con lunghezza variabile dai 5 ai 12 km adatti quindi ad escursionisti allenati, ma anche a persone con un basso livello di allenamento fisico. Le tematiche, scelte per la valorizzazione dei territori, vanno da quelle naturalistiche e ambientali (fauna, flora, geologia e geomorfologia) a quelle storiche (storia antica, medievale, storia moderna, seconda guerra mondiale e linea gotica), artistiche (arte religiosa, maestri comacini e scalpellini) ed enogastronomiche. Le escursioni e visite guidate programmate la domenica invece sono state dedicate alla storia e cultura locale con itinerari limitrofi di difficoltà turistica o escursionistica facile. Si è cercato di

coinvolgere gli operatori del territorio, in particolare aziende agricole e di ristorazione, per favorire la valorizzazione delle produzioni locali e l'enogastronomia. Importante la collaborazione con associazioni e proloco del territorio per la valorizzazione dei piccoli borghi e un'accoglienza dei clienti dedicata. Le escursioni proposte hanno avuto durata variabile di mezza giornata o giornata intera, in modo da incontrare le esigenze sia di visitatori e famiglie senza allenamento particolare, sia di escursionisti più esperti. È stata prevista la possibilità di visite guidate personalizzate in giornate diverse dal sabato e dalla domenica: i clienti hanno potuto scegliere l'escursione in base ai propri interessi, contattando direttamente la guida. È inoltre stata garantita la disponibilità telefonica da parte della guida sette giorni su sette, per informazioni e necessità turistiche dei clienti. Associazione Appennino Geopark – APS Via Vigne 43, 40030 Castel di Casio (Bo) C.F. 91387430373 – Partita iva 03526411206 Mail: info@appenninogeopark.com Web: www.appenninogeopark.com. La guida che si è occupata interamente del progetto, è Michela Marcacci, guida ambientale escursionistica regolarmente autorizzata dalla Regione Emilia Romagna (tesserino n 33 rilasciato il 23/09/2019 Prov Bo) e provvista di assicurazione RC (assicurazione AIGAE Tessera n ER444). Il progetto e le escursioni sono stati apprezzati e molto richiesti. La partecipazione è stata molto elevata: in particolare le escursioni del sabato sono sempre state al completo e richiesto la creazione di liste d'attesa (max 15 turisti ad escursione). Numerosissime sono state le prenotazioni che arrivavano dalle vicine città e paesi, in particolare da Bologna ed è constatabile come, attraverso uno straordinario passaparola, contribuiscano a fare conoscere l'Appennino. I clienti degli alberghi sono certamente stati maggiormente presenti nelle visite guidate della domenica e richiesto anche visite guidate personalizzate infrasettimanali. La scelta di programmare il calendario escursionistico con appuntamenti al sabato e alla domenica, ha certamente ottenuto buoni risultati in termini di pernottamenti, riuscendo a sfruttare e monitorare il progetto, per un diretto aumento delle presenze turistiche nel territorio comunale in particolare di Alto Reno Terme (ma con una minor scelta delle strutture alberghiere a favore di quelle extra-alberghiere).

Look Ap 2025 La collaborazione con la Cooperativa Madreselva ha dimostrato, come sempre, di riuscire a collegare varie realtà territoriali (borghi, aziende agricole, rifugi, biblioteca comunale, trekking, escursioni, attività artistiche), confermando il successo degli eventi dell'edizione Look Ap 2024 che hanno coinvolto educatori, guide escursionistiche, artisti e Pro Loco: hanno realizzato eventi nei borghi antichi del territorio come Pianaccio e Rocca Corneta in sinergia con le azioni turistiche culturali attuate a seguito del finanziamento PNRR Borghi di Monteacuto delle Alpi presso Solea la Biblioteca sul Crinale e in collaborazione con il Cinema La Pergola.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Numero di escursioni in gruppo	Registrazione dei partecipanti
Numero di escursioni personalizzate	Registrazione dei partecipanti
Numero di partecipanti per ogni laboratorio, mostra, lettura, spettacolo	Registrazione dei partecipanti

TOTALE SPESE PREVISTE: € 13.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 13.000,00

PUNTEGGIO: 60

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

2) NUOVO CIRCONDARIO IMOLESE - CALICI ERRANTI - Campagna di promozione del prodotto enoturistico del Nuovo Circondario Imolese

P.G. n. 71672/2025

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO /

DESCRIZIONE SINTETICA

Il Nuovo Circondario Imolese promuove una campagna territoriale di immagine dedicata all'enoturismo, in coerenza con le Linee Guida 2025–2027 e con il PPCT 2026 del Territorio Turistico Bologna–Modena, con l'obiettivo di aumentare le presenze, allungare la permanenza media e destagionalizzare i flussi.

Per il 2026, sulla base dell'investimento fatto negli anni nell'ambito della promozione turistica sul settore enogastronomico ed in particolare sull'enoturismo, si è deciso di promuovere azioni e progetti volti a sostenere le cantine anche come asset su cui valorizzare anche i centri storici ed i Comuni della Vallata del Nuovo Circondario Imolese. Facendo seguito alla mappatura realizzata nel 2023 delle aziende vitivinicole, dei produttori agricoli e delle aziende di artigianato attive nei Comuni del Nuovo Circondario si intende dunque rafforzare l'offerta enoturistica, attraverso la prosecuzione del tavolo di lavoro sulla promozione tra i produttori e il miglioramento di un rapporto funzionale tra essi per valorizzare queste eccellenze ai fini turistici relativi all'ambito Food & Wine del PTPL 25-27. Delle 51 aziende vitivinicole presenti sul territorio circondariale, 26 sono già state inserite in una brochure di promozione delle cantine e hanno partecipato ai primi tavoli di lavoro e alle iniziative.

Il nome scelto per il progetto è lo stesso dell'evento centrale in programma per la terza volta nel 2026, "Calici Erranti", e vuole evocare l'immagine di un viaggio lento nei profumi del vino, rappresentando un percorso enoturistico che incoraggi i partecipanti a esplorare più cantine, vivendo un'esperienza di conoscenza itinerante sul territorio dei dieci comuni. "Calici Erranti" è un brand di campagna: mette in rete le cantine e valorizza itinerari, esperienze e servizi collegati (borghi, dimore storiche, wellness/terme, natura, motori), fornendo asset editoriali e promozionali condivisi agli operatori e ai canali territoriali (IF/TT/APT). Il progetto prevede:

- Tavolo di coordinamento promozionale con operatori, calendario comunicazione e standard di
- qualità per mappare e aggiornare l'atlante enoturistico con l'obiettivo di ampliare gli operatori partecipanti.
- Produzione di media kit (foto/video/drone dove possibile, testi, mini-guide, mappe tematiche) e landing multilingue con tracciamento KPI.
- Piano editoriale su canali istituzionali, campagne adv on/offline (inclusa stampa quotidiani a fini di awareness), PR/ufficio stampa e collaborazione con canali TT/APT.
- Distribuzione materiali presso IAT/Welcome Room/eXtraBO e dotazione agli operatori.
- Monitoraggio puntuale dei risultati.

Non sono oggetto del progetto l'organizzazione logistica degli eventi, degustazioni, ticketing, service, SIAE, personale di sala o attività con carattere commerciale, che restano in capo ai privati o ad altri strumenti.

AZIONI

1. Coordinamento promozionale e messa in rete

- Tavolo "Calici Erranti" con operatori, IF e TT.
- Linee editoriali condivise; decalogo d'uso del brand; raccolta dati qualità (lingue, accessibilità, servizi family/pet-friendly).

2. Content & Media Kit

- Shooting foto e video (incluso drone dove consentito) su cantine/paesaggio/borghi; still life di etichette e prodotti tipici.
- Mini-guide e mappe tematiche (wine-routes + punti d'interesse culturali/naturalistici).
- Landing page multilingue: storytelling, schede operatori, filtri per interessi, contatti/come arrivare; tracciamento UTM.

3. Piano editoriale e campagne

- Calendario social e sito istituzionale; integrazione con canali IF/TT/APT.
- Campagne adv: social/display/video e stampa su quotidiani locali/di area (messaggio di immagine, senza call-to-action commerciale).
- PR/Ufficio stampa: media locali, trade turistico, lifestyle; press kit digitale.

4. Distribuzione

- Stampa materiali (mappe, brochure) e distribuzione su IAT/Welcome Room/eXtraBO, operatori e luoghi di grande passaggio.

5. Accessibilità e sostenibilità

- Schede operatori con indicatori di accessibilità dichiarati; testi easy-to-read e alt text per asset digitali; mappe digital-first; carta certificata per le tirature.
- Suggerimenti di mobilità dolce e itinerari in bassa/media stagione.

6. Monitoraggio e reporting

- Report finale condiviso con operatori, IF e TT.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO

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

PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE

Gennaio–Novembre 2026, con focus settembre–novembre per la destagionalizzazione autunnale.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti:

La campagna convoglia la domanda su itinerari e servizi rendendo più pianificabile la visita alle cantine e al territorio (mappe, landing page), incentivando la permanenza media (unendo wineroutes con borghi/terme/motori) e sposta l'attenzione su bassa e media stagione.

2) Coerenza con gli obiettivi delle “Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027” e con il quadro di riferimento di cui alle premesse dell’Avviso PTPL 2026:

Allineamento a “rafforzamento domanda Italia”, “crescita incoming”, “qualità del prodotto” e “brand awareness”. Focus su Food&Wine integrato con Cultura/Natura/Benessere e interessi speciali (Musica, Motori), come da PPCT 2026.

3) Descrizione puntuale degli obiettivi e dei mercati e della coerenza interna rispetto alle azioni e ai costi:

Il budget previsto consentirà di realizzare un programma di incontri tra le cantine con l'obiettivo di creare tra esse una rete di collaborazione favorevole allo sviluppo di un percorso enoturistico sull'ampio territorio del Circondario Imolese in grado di rivolgersi non solo ai residenti, ma di coinvolgere anche il pubblico bolognese e attrarre l'interesse anche oltre i confini metropolitani.

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

Le attività che saranno programmate saranno rispettose dell’ambiente con particolare riferimento a una gestione accurata dei rifiuti che, se prodotti durante gli eventi, saranno raccolti attraverso la promozione della raccolta differenziata.

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

Catalogazione e segnalazione degli operatori con accessi step-free, servizi per disabilità sensoriali/cognitive; testi chiari; alt-text; mappe digital-first; informazioni in lingua.

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

Passaggio da iniziativa episodica a ecosistema di contenuti permanente, con media kit riusabile dagli operatori e tracciamento KPI integrato.

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

- **foto/video/drone** Produzione di asset proprietari (foto, video, drone) con liberatorie; release agli operatori e ai vari canali.

In caso siano previste azioni di promozione istituzionale in occasione di fiere turistiche, organizzazione di press tour e educational tour e altre attività similari organizzate di propria iniziativa e non rientranti nel piano del Territorio Turistico di Bologna-Modena e/o di Apt Servizi, puntuale motivazione sull’opportunità di tali azioni:

Possibili uscite media/PR su mercati target in coordinamento con TT/APT. Non sono previste fiere/buy workshop autonomi.

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

Sì: presa visione e allineamento al PPCT 2026; pianificazione congiunta di rilanci editoriali e rubriche; utilizzo della immagine coordinata.

Breve report dell’edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità (solo per progetti ricorrenti già presentati nelle scorse edizioni del PTPL):

Le azioni preparatorie 2024–2025 hanno attivato i primi tavoli di rete e prodotto asset. Nel 2025 hanno aderito 18 cantine. Novità 2026: costruzione di un media kit strutturato, landing multilingue con filtri d’interesse, campagne stampa su quotidiani.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
<ul style="list-style-type: none">- Coordinamento promozionale e messa in rete- Content & Media Kit- Piano editoriale e campagne- Distribuzione- Accessibilità e sostenibilità- Monitoraggio e reporting	<ul style="list-style-type: none">- Traffico landing (sessioni/utenti, CTR campagne, % nuovi utenti).- Interazioni qualificanti: click a schede operatori, richieste info (form/click telefono/email), salvataggi mappa/itinerari.- Copertura: impression e reach adv; tiratura e audience stimata testate stampa; rilanci TT/APT/IF.- PR: numero uscite qualificate (testate/localtrade/lifestyle) e press-score.- Rete: n. operatori mappati con scheda qualità; n.

punti distribuzione materiali (IAT/Welcome Room/ExtraBO).
- IAT: richieste informazioni su enoturismo (mail/telefono/front-desk).

TOTALE SPESE PREVISTE: € 10.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 10.000,00

PUNTEGGIO: 80

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

3) COMUNE DI ZOLA PREDOSA - ZOLA JAZZ WINE 2026 “tra i Gessi e le vigne, il suono del jazz dei Colli Bolognesi”

P.G. n. 71732/2025

integrazione P.G. n. 74459/2025

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. Comune di Monte San Pietro

DESCRIZIONE SINTETICA

Il festival musicale Zola Jazz & Wine, ideato e promosso dal comune di Zola Predosa, prosegue e si arricchisce con l'XXVII edizione mantenendo elementi consolidati e introducendo alcune novità.

La cifra che caratterizza da sempre la Rassegna sono gli aspetti evolutivi nella sua realizzazione, il connubio jazz e vino, le location che valorizzano e mettono in risalto le eccellenze culturali, paesaggistiche ed enologiche di un territorio. Si conferma la collaborazione con il Comune di Monte San Pietro che ospiterà 1 data della rassegna. Andando ancora oltre i propri confini Zola Jazz & Wine 2026 si spinge fino al Comune di Castel San Pietro e mantiene una data a Casalecchio di Reno. Uno scambio culturale in grado di valorizzare sempre più il territorio e le eccellenze di ciascun Comune. Prosegue il rapporto di collaborazione con le aziende vitivinicole del nostro territorio e dei partner nel solco di una valorizzazione di proposte di degustazione guidate da viticoltori esperti e conoscitori dei loro prodotti, delle tradizioni di un territorio e dell'ambiente in cui le aziende sono collocate. Prosegue la proficua collaborazione con il Centro Sociale Centri Pertini (ente del Terzo Settore) che organizza nel periodo un concerto jazz che viene inserito nel cartellone complessivo arricchendolo con una esperienza culinaria ad hoc per aumentare la conoscenza del Centro stesso a favore della cittadinanza. Novità assoluta dell'edizione Zola Jazz&wine 2026 è una data dedicata ai Gessi di Zola Predosa che, nel 2024, hanno ottenuto la prestigiosa investitura di Patrimonio UNESCO, con un concerto all'alba o al tramonto per ammirare un'area di grande bellezza, ricca di forme erosive spettacolari ,di cavità e flora. Le principali novità, da un punto di vista della musica, riguardano un maggiore investimento nella qualità artistica della proposta, dalle esibizioni live di artisti giovani ed emergenti, alle donne nel jazz e ad artisti importanti del panorama jazzistico regionale e nazionale. Una delle date della Rassegna vede anche l'esibizione di un gruppo internazionale che verrà selezionato ad hoc al fine di aprire i confini di Zola Jazz & Wine ad una contaminazione musicale / etnica e culturale più ampia. Tutti i concerti sono gratuiti. Prosegue l'attenzione per favorire una partecipazione ampia e inclusiva di tutto il pubblico anche quello con fragilità a tutti gli eventi i quali sono caratterizzati da elementi di sostenibilità e rispetto ambientale nella loro gestione complessiva. Continua la valorizzazione delle eccellenze culturali del territorio con due date dei concerti, una presso una villa storica bolognese e l'altra in un Museo – Ca' Ghironda - esempio unico nel bolognese di Land Art. Visite guidate da esperti a queste location uniche prima dei concerti consentono di implementare l'offerta culturale del territorio. Allo scopo prosegue la collaborazione con l'Associazione Ville Storiche Bolognesi, la quale, si ricorda, ha sede a Zola Predosa. Anche il piano di comunicazione della rassegna tiene conto della più ampia accessibilità per ogni fascia di pubblico, dotandosi di strumenti di comunicazione multimediali e sostenibili (sito web dedicato, social media, comunicati stampa, l'utilizzo Qrcode per il programma e riduzione al minimo del cartaceo). Per una documentazione della

Rassegna efficace e di maggior effetto un drone registrerà immagini aeree per realizzare riprese uniche e spettacolari da prospettive aeree. Prosegue la collaborazione con il Consorzio Emilia Romagna, che ha sede proprio a Zola Predosa, con l'obiettivo di una maggior risonanza sul fronte dell'enoturismo, per le Aziende vitivinicole aderenti al progetto e per tutto l'indotto. Anche quest'anno la degustazione della produzione vinicola dell'azienda ospitante, prima dei concerti, è accompagnata da uno dei prodotti più tipici del food emiliano conosciuto in tutto il mondo, la Mortadella DOP IGP. Zola Predosa è infatti sede di un distretto produttivo importante di aziende industriali e artigianali della Mortadella, una delle quali è sponsor ufficiale della Rassegna. Il turismo sul territorio sarà implementato attraverso l'Ufficio per il Turismo sovracomunale (iat diffuso) della rete di collaborazione con gli operatori turistici del capoluogo (eXtraBO, Bologna Welcome, Appennino slow e Destinazione turistica Bologna -Modena) allo scopo di consentire la promozione di soggiorni o esperienze food&wine e valorizzare la capacità di accoglienza del territorio. Si fa presente che ZolaJazz &Wine ha registrato una presenza complessiva di pubblico di circa 2000/2300 persone nelle edizioni precedenti.

AZIONI

1. Implementazione della qualità artistica della Rassegna con attenzione alla qualità degli artisti, delle proposte musicali spaziando anche oltre i confini regionali e nazionali. Per questa edizioni saranno organizzati n. 11 concerti che si svolgeranno alla sera, alle ore 21/21.30 e saranno anticipati da degustazioni guidate e/o visite guidate alle location dove previsto.
2. Attenzione al territorio, con l'intento di valorizzare le emergenze artistiche/culturali e paesaggistiche (ville storiche, Area museale, n. 8 aziende vitivinicole, un parco, "I Gessi di Zola Predosa" - patrimonio UNESCO) creando un connubio in cui la musica jazz possa esprimersi al meglio ed esprimere i luoghi e contesti che la ospitano.
3. Collaborazione con il Comune di Monte San Pietro in un'ottica di valorizzazione, in continuità, del territorio e delle specificità culturali/turistiche ed enogastronomiche che ciascuno esprime. Zola Jazz sarà ospitato anche a Casalecchio, con una data in un'azienda vitivinicola e arriverà a Castel San Pietro nell'ambito di uno scambio culturale musicale ad hoc.
4. Collaborazione con le Aziende vitivinicole del territorio, il Consorzio Emilia Romagna per la valorizzazione dei vini del territorio tra Bologna, e delle opportunità che questo può portare all'indotto. Le degustazioni dei vini, prima dei concerti, saranno valorizzate dalla mortadella DOP IGP di Zola Predosa e quest'anno si apre una collaborazione anche il Consorzio del Parmigiano Reggiano.
5. Collaborazione con gli operatori turistici del capoluogo (eXtraBO, Bologna Welcome, Appennino slow e Destinazione turistica Bologna -Modena o tour operator) allo scopo, con l'occasione, di consentire la promozione soggiorni sul territorio promuovendo pacchetti turistici di interesse e attrattività.
6. Potenziare e facilitare accessi alle location in piena sicurezza per tutti ed in particolare per coloro i quali hanno disabilità.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO

Comune e territorio di Zola Predosa, Casalecchio di Reno, Monte San Pietro attraverso la valorizzazione di ville storiche, aree museali, paesaggi patrimonio UNESCO, aziende vitivinicole, tessuto industriale.

PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE

fine maggio /inizio luglio 2026

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

- 1) **Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti:**
potenziare ancora di più la qualità artistica della musica jazz, dei prodotti tipici del territorio (vino in particolare), del paesaggio e delle emergenze culturali /paesaggistiche - ville storiche, aree museali uniche,

patrimonio UNESCO, un turismo emozionale e di qualità che sono fattori in grado di incentivare l'attrattività del territorio e aumentare il flusso dei turisti e la loro permanenza. Promuovere la collaborazione con attori privati e pubblici che svolgono attività di promozione e offerta turistica sul territorio della Città Metropolitana e non solo. Attenzione alla fascia giovanile per interessare il pubblico della fascia (25/35 anni) programmando uno o più concerti a metà settimana (ad esempio il mercoledì) e non più solo nel weekend. Potenziare il proprio piano complessivo di comunicazione, diffondere il programma del festival sui canali disponibili a livello regionale e metropolitano e sulle piattaforme di settore, incrementare la collaborazione con l'ufficio di informazione turistica- iat diffuso -, per suggerire esperienze “accessorie” (percorsi/cammini, mappe, anche in chiave di accessibilità per persone con disabilità o per famiglie con bambini).

2) Coerenza con gli obiettivi delle “Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027” e con il quadro di riferimento di cui alle premesse dell’Avviso PTPL 2026:

Zola Jazz & Wine si inserisce nel quadro strategico delle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale 2025-2027. Con l’obiettivo di “capitalizzare i valori turistici-identitari, intendendo con ciò la necessità di sfruttare al massimo la loro essenza comunicativa, comprendendo tutti quei prodotti, territori e peculiarità che rendono unica la nostra regione e la identificano sulla mappa turistica”, il festival si propone come prodotto turistico esperienziale accrescendo la qualità e la varietà del prodotto turistico stesso (musica più cultura più enogastronomia più patrimonio ambientale e culturale). Il potenziamento dei flussi dai mercati internazionali a livello metropolitano si prospetta con l’elevata attrattività interna ed esterna al territorio valorizzando i beni culturali (la dimora storica Villa Edvige Garagnani, il museo Ca’ la Ghironda, il nuovo sito riconosciuto UNESCO “I Gessi”) e i prodotti tipici locali (mortadella, vino delle cantine e del Consorzio Emilia Romagna con sede nel territorio) integrati nell’esperienza turistica, allineandosi alle linee “Food & Wine”, “Cultura” e “Music Valley” evidenziate nelle Linee guida. In termini di mercati, il festival punta al mercato nazionale e al mercato europeo intercettando il turismo metropolitano bolognese grazie alle misure promozionali metropolitane (cartellone Bologna Estate, conferenza stampa e vetrina eXtraBO, redazioni online). La dimensione della sostenibilità ambientale è parte integrante del progetto (storicamente il festival usa materiali eco-friendly e si avvale di allestimenti di impronta “leggera” sia per le degustazioni che per gli impianti tecnici). La sostenibilità sociale è perseguita offrendo gratuità e misure di accessibilità a tutte le manifestazioni con un servizio di assistenza agile (telefono, email, messaggistica istantanea). In termini di contributo all’aumento della presenza turistica, permanenza media e destagionalizzazione, il festival, svolgendosi all’inizio della stagione estiva, ha la prospettiva di estendere l’attrattività al periodo iniziale della stagione nell’ambito del cartellone Bologna Estate.

3) Descrizione puntuale degli obiettivi e dei mercati e della coerenza interna rispetto alle azioni e ai costi:

Il festival intende attrarre nuovi visitatori turistici (nazionali e internazionali) nel territorio proponendo un cartellone musicale di qualità sempre maggiore - in cui la direzione artistica bilancia musica emergente, collaborazioni internazionali e jazz old school – e una esperienza completa che comprende l’immersione nel contesto locale, con i luoghi e le realtà culturali locali, i prodotti tipici e il rapporto diretto con i produttori delle aziende vitivinicole. L’esperienza include la valorizzazione del patrimonio culturale locale (Villa Edvige Garagnani e Museo Ca’ la Ghironda) e la località Gessi Patrimonio UNESCO dal 2024. Con riguardo alla sostenibilità sociale, il festival offre attività estive di qualità e gratuite per la cittadinanza, rafforzando la fidelizzazione e la partecipazione e promuove la sostenibilità ambientale dell’evento con attenzione alla riduzione dell’impatto energetico, alla corretta gestione e riduzione dei rifiuti. Il turismo “esperienziale” è un’azione orientata al turismo delle nuove generazioni insieme alle proposte musicali innovative ed internazionali, con l’obiettivo di coinvolgere nuovi segmenti di mercato (a partire dai 25 fino ai 70 anni), target attratti da eventi musicali di qualità, patrimonio culturale e food & wine nelle cornici tipiche di colline e vigneti. L’esperienza è da vivere con la cittadinanza che partecipa alle attività estive ed è protagonista della valorizzazione. Il budget – che garantisce la realizzazione di tutte le azioni previste – dai concerti,

all'allestimento di stand di enogastronomia "leggeri" per le degustazioni negli appuntamenti, l'organizzazione di visite guidate in abbinamento, una campagna di comunicazione mirata ai nuovi segmenti e targeting (social media, storytelling dell'evento, del territorio e dei prodotti tipici, relazioni con redazioni radio, giornali web e blog) è proporzionato alle azioni e tiene conto della dimensione del progetto.

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

Tutti i concerti si svolgeranno all'aperto e non prevedono impatto specifico ambientale o sfruttamento improprio di risorse: gli impianti di amplificazione e illuminazione saranno ridotti al minimo in un sistema di ambientazione naturale e di bellezza paesaggistica. Attenzione alla riduzione di rifiuti e utilizzo di materiale riutilizzabile o riciclabile. Per la pubblicità e comunicazione, si ridurrà al minimo il materiale cartaceo, privilegiando materiali di comunicazione digitale: grafiche per Instagram e Facebook (generale e dettaglio o personalizzato per i singoli appuntamenti), sito web istituzionale e dedicato, messaggi per distribuzione a liste broadcast, canali di diffusione degli uffici di informazione turistica e altre piattaforme web messe a disposizione a livello regionale e metropolitano.

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

Come già indicato nei punti che precedono tutte le location dei concerti della Rassegna saranno accessibili a persone con disabilità e messe in atto azioni per una fruibilità comoda (assistenza telefonica e digitale "agile", accompagnamento e possibilità di arrivare vicino con l'auto, sedute riservate, anche all'accompagnatore, per poter ascoltare la musica meglio e degustare in sicurezza e tranquillità). Il fatto poi che tutti i concerti siano gratuiti lo si ritiene un elemento a favore.

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

Pur inserendosi in un contesto di iniziative turistiche estive consolidate, il progetto si distingue per l'innovazione nel contenuto, nel target e nell'uso della comunicazione online e offline. Per quanto riguarda il contenuto, l'edizione 2026, con l'obiettivo di intercettare sempre nuovi segmenti di pubblico:

- valorizzerà il nuovo patrimonio UNESCO dei Gessi con un concerto all'alba o al tramonto;
- verrà eliminato il sistema di prenotazione consentendo l'accesso libero superando la criticità di prenotazioni non usufruite;
- l'orario delle esibizioni live si sposterà in orario serale, dopo cena, e sono in previsione appuntamenti infrasettimanali per evitare la concentrazione di eventi nel fine settimana, andando incontro anche ad organizzazioni diverse del tempo libero o del tempo "in viaggio";
- punterà su una maggiore presenza su Instagram e strumenti di storytelling per raggiungere il target giovanile e turismo esperienziale.

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

- foto/video: verranno realizzate foto e video con macchine digitali e /o fotocamere.
- drone: riprese aeree con drone che registrerà immagini aeree per realizzare riprese uniche e spettacolari da prospettive aeree.
- esiti questionari online di gradimento

In caso siano previste azioni di promozione istituzionale in occasione di fiere turistiche, organizzazione di press tour e educational tour e altre attività similari organizzate di propria iniziativa e non rientranti nel piano del Territorio Turistico di Bologna-Modena e/o di Apt Servizi, puntuale motivazione sull'opportunità di tali azioni: /

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

Il Festival Zola Jazz & Wine continuerà a potenziare il proprio piano di comunicazione digitale, ampliando la presenza sulle piattaforme online per compensare la progressiva riduzione dei materiali cartacei. Come nelle precedenti edizioni – patrocinate dalla Regione Emilia-Romagna e dalla Città metropolitana di Bologna – l’obiettivo rimane quello di promuovere e diffondere il programma del festival attraverso tutti i canali disponibili a livello regionale e metropolitano, valorizzando in particolare le piattaforme dedicate al turismo e alla cultura. Dopo il riscontro positivo della collaborazione con eXtraBO dell’edizione precedente, si intende riproporre questo contesto sia per la conferenza stampa, realizzata in collaborazione con l’Ufficio Stampa della Città Metropolitana, che per una vetrina dedicata all’evento, per qualche settimana, approfittando della posizione privilegiata di passaggio per cittadini e turisti in Piazza Nettuno.

Breve report dell’edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità (solo per progetti ricorrenti già presentati nelle scorse edizioni del PTPL):

L’edizione 2025 della Rassegna Zola Jazz & Wine “Taste the evolution” ha recuperato alcune delle sue caratteristiche più iconiche, quelle della magia delle cantine, l’incontro diretto con i produttori alla luce di una nuova sensibilità artistica e una rinnovata convivialità, che si intende proseguire anche quest’anno migliorando ed adattando meglio la potenzialità e peculiarità di ogni contesto di accoglienza della proposta musicale.

Un po’ di numeri dell’edizione 2025:

- 3 Comuni coinvolti
- 9 aziende vinicole coinvolte
- 1 centro socio-culturale
- 1 villa storica
- 1 museo
- partecipanti complessivi 1650 persone
- questionari online raccolti pari al 25% delle presenze
- provenienza spettatori (sulla base dei questionari ricevuti): 25 % da Zola Predosa 35% Bologna 20% CM 10% da altri Comuni fuori Bologna.

Il sistema di prenotazione utilizzato nella precedente edizione ha presentato alcune criticità. Si è riscontrato che molte persone, dopo aver effettuato la prenotazione, non si sono presentate all’evento senza dare preavviso. Questo ha fatto sì che alcuni posti riservati siano rimasti vuoti, riducendo la partecipazione effettiva e la possibilità di altri di partecipare. Si intende pertanto non adottare più la prenotazione adottando una modalità di accesso libera, fino ad esaurimento dei posti disponibili. Il caldo eccessivo in alcune occasioni, ha leggermente penalizzato sia le degustazioni che il concerto, ragion per cui si ritiene spostare l’orario alla sera – 21/21,30 – e, per coloro i quali non fossero riusciti a cenare, si indicheranno nel programma se le aziende ospitanti hanno questa possibilità prenotando da loro o, nella comunicazione complessiva, i link di luoghi limitrofi in cui eventualmente cenare.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

Verifiche di gradimento riguardo all’organizzazione complessiva con i propri partner e aziende /ville/aree museali ospitanti e collaboratori in corso d’opera per ottimizzare e migliorare in itinere il percorso. Verifiche ai concerti stessi, riscontrando le presenze, permanenza degli spettatori all’evento, età ed altri parametri utili che si possono constatare nelle circostanze immediate.

Analisi dei dati online e ascolto: recensioni, reazioni, suggerimenti, sentiment sui canali social anche dei partner o di siti specializzati in eventi.

Somministrazione di questionari tramite form online da compilare in loco a fine evento o nei giorni successivi. Riscontro numero presenze per singolo evento e nel totale della rassegna. Verifica della provenienza degli spettatori sulla base dei questionari compilati.

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
<p>Piano di comunicazione offline e online:</p> <ul style="list-style-type: none"> - elaborazione grafica per singolo evento ed intera rassegna da utilizzare online (siti web e social); - programmazione pubblicazione di contenuti, affissioni e distribuzione materiale cartaceo; - comunicato e conferenza stampa (con particolare attenzione alla diffusione via radio, redazioni web e blog); - storytelling rassegna e gestione social network, informazioni e assistenza telefonica e email; - riprese aree con drone - coordinamento piano di comunicazione dedicato (profili social e sito web Zola Jazz & Wine) e piano di comunicazione sui canali istituzionali del Comune di Zola. <p>Documentazione</p> <p>Documentazione fotografica, video anche con ripresa aerea con drone.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - N. pubblicazioni online e cartacee; - Rassegna stampa; - numero di richieste informazioni e assistenza telefonica, email, messaggistica istantanea;
<p>Eventi:</p> <p>6 concerti - degustazioni nelle cantine zolesi;</p> <p>1 concerto degustazione nella cantina individuata da Casalecchio di Reno;</p> <p>1 concerto degustazione nella cantina individuata da Monte San Pietro;</p> <p>1 concerto e degustazione con Consorzio Emilia – Romagna a Villa Edvige Garagnani;</p> <p>1 concerto e degustazione nell'area museale di Ca' la Ghironda;</p> <p>1 concerto degustazione nella località Gessi Patrimonio Unesco;</p> <p>1 supporto al concerto jazz fuori rassegna del Centro socio culturale Pertini.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - n. partecipanti per evento e numero partecipanti totale;
<p>Elaborazione e realizzazione azioni di gradimento</p> <ul style="list-style-type: none"> - monitoraggio commenti social e messaggistica istantanea; - staff di osservazione e ascolto per la rilevazione di feedback e gradimento durante l'evento; - questionario di gradimento online post evento. 	<ul style="list-style-type: none"> - Online: reazioni, feedback, suggerimenti, analisi sentiment; - durante l'evento: ascolto e osservazione dei partecipanti; - n. risposte al questionario di gradimento.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 39.000,00

corretto d'ufficio calcolo iva di singola voce di spesa erroneamente riportata

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 39.000,00

PUNTEGGIO: 78

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

4) COMUNE DI IMOLA - BACCANALE 2026. RASSEGNA CULTURALE ED ENOGASTRONOMICA

P.G. n. 71940/2025

integrazione P.G. n. 75650/2025

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO /

DESCRIZIONE SINTETICA

Il Baccanale, rassegna culturale ed enogastronomica, costituisce, sin dai suoi esordi ben quarant'anni fa, un appuntamento centrale all'interno della programmazione culturale della Città di Imola. Per mantenere questa

salda posizione di manifestazione di rilievo, la rassegna si propone, di anno in anno, di innovare il proprio format, i propri contenuti e le proprie attività specifiche. Tale capacità innovativa è uno degli elementi che ha consentito alla manifestazione di attraversare decenni di storia cittadina e di costituire ancora oggi un importante polo di attrazione. La scelta del tema dell'anno, primo fondamentale passaggio per iniziare a costruire il programma, risponde proprio a questa esigenza di cambiamento che si esplicita nella ricerca di nuove chiavi di lettura e spunti di approfondimento con modalità sempre differenti. Il fulcro principale rimane la cultura del cibo che diventa ogni anno il filo conduttore di percorsi culturali, enogastronomici e turistici, di iniziative di valorizzazione dei prodotti tipici del territorio e delle attività produttive locali.

Nell'ottica di esplorare sempre di più il fortunato binomio tra valorizzazione dei prodotti del territorio e grandi eccellenze della gastronomia locale e nazionale, chef e maestri pasticceri, verranno organizzati momenti di incontro, showcooking tematici, cene e degustazioni a tema, per far conoscere al grande pubblico i segreti del mestiere e i molteplici impieghi dei prodotti del territorio a tavola. In particolare verrà riproposto il ciclo di appuntamenti “A tavola con...”: veri e propri momenti di dialogo e racconto che vedono protagonisti grandi chef, le loro creazioni e la loro idea di cucina.

La cucina diventerà protagonista anche dei numerosi laboratori inseriti nel programma; in questo caso il pubblico verrà coinvolto in prima persona nel realizzare pietanze e ricette tipiche della tradizione culinaria locale. Nelle giornate “a porte aperte”, in uno stesso luogo, i partecipanti potranno sperimentare, a turno, diversi laboratori pratici: dalle molteplici forme della pasta (primo fra tutti il tradizionale garganello, legato a stretto filo alla tradizione imolese), ai dolci tipici della tradizione passando per la valorizzazione di lievitati e prodotti da forno (la ricciola, una tra tante). Questi “laboratori del gusto” coinvolgeranno pubblici differenti: dai più giovani, che per la prima volta sperimentano l'utilizzo delle mani in cucina, fino ad arrivare ai più esperti.

Il Baccanale 2026 sarà all'insegna di un viaggio esperienziale in cui tutti cinque i sensi verranno messi alla prova: i laboratori pratici svilupperanno, attraverso la manualità, il senso del tatto, consentendo ai partecipanti di mettere “le mani in pasta”; grazie alle degustazioni guidate di vino e olio si sperimenterà l'uso dell'olfatto e della vista: verranno organizzate degustazioni “alla cieca” per riconoscere le differenti caratteristiche dei vini e olii presentati. Il gusto verrà messo alla prova durante gli showcooking “Ingrediente segreto” in cui i partecipanti dovranno riconoscere, assaggiando, l'ingrediente nascosto nella ricetta. Infine l'udito, il senso che meno viene considerato nel contesto della percezione alimentare ma che in realtà rivela come determinati suoni creino aspettative sui prodotti e modifichino la nostra percezione di quello che mangiamo, e del perché lo scegliamo. Il cibo diventa in questo modo protagonista di laboratori sensoriali che permettono di sperimentare a tutto tondo le mille declinazioni che la nostra cultura gastronomica possiede.

La possibilità, concretizzatasi per le edizioni 2024 e 2025, di avere a disposizione una vera e propria piazza coperta al centro della città, verrà valutata anche per l'edizione 2026. L'idea è quella di dotare la manifestazione di un luogo fisico e quindi riconoscibile per il pubblico, che possa fungere da luogo di aggregazione, spazio di apprendimento, centro di condivisione di conoscenze, saperi e buone pratiche legate alla cultura enogastronomica.

Il Baccanale proseguirà nell'approfondire la conoscenza e valorizzazione dei prodotti del territorio grazie ad appuntamenti dedicati alla filiera agroalimentare riconfermando i due appuntamenti, ormai consolidati, presso l'Autodromo Enzo e Dino Ferrari: il “Banco d'assaggio dei vini e dei prodotti dell'imolese”, dedicato alle produzioni della filiera vitivinicola dell'area territoriale della DOC Colli di Imola, e “Olimola”, presentazione della filiera olivicola del territorio grazie a incontri di approfondimento, degustazioni guidate e corsi. L'attenzione al mondo produttivo e agricolo sarà protagonista anche di visite guidate presso aziende e realtà produttive del territorio che ospiteranno, al proprio interno, attività ed eventi tematici volti a valorizzare le proprie produzioni. Tali attività verranno proposte e modulate con riferimento a pubblici diversi anche nell'ottica di ampliare il pubblico di riferimento. L'idea è di coinvolgere realtà produttive virtuose del territorio che possano mostrare come i valori rappresentati dal Baccanale si concretizzino nel loro lavoro quotidiano. Tali esperienze, disponibili nei weekend della manifestazione, saranno suddivise in più momenti: visita guidata ad inaugurare la giornata e esperienza immersiva a seguire (degustazioni, laboratori, letture e musica).

Proseguendo in questa ottica di ampliamento del pubblico potenziale, si continuerà a lavorare sulla promozione della rassegna con l'obiettivo di consolidare la conoscenza della manifestazione anche al di fuori del territorio comunale. A tale scopo verrà rinnovata la collaborazione con un'importante ufficio stampa specializzato che fungerà da supporto per la promozione della manifestazione in Italia e all'estero. L'obiettivo è quello di consolidare la conoscenza della manifestazione sulla stampa nazionale e di settore, organizzando a tal fine press tour e momenti di approfondimento dedicati ai giornalisti italiani e stranieri. Specifiche strategie comunicative saranno approntate per la comunicazione digitale con la collaborazione di specialisti del settore. Il bilancio complessivo della manifestazione, cui afferiscono spese organizzative per eventi, allestimenti, collaborazioni e personale di supporto è di ca € 200.000,00. Il progetto specifico descritto avrà un bilancio di € 40.000,00, con spese di gestione e supporto della promozione e di comunicazione e spese per organizzazione di eventi e attività.

AZIONI

1. Scelta del tema dell'anno: la fase di progettazione della manifestazione inizia con l'individuazione del tema dell'anno, elemento caratterizzante che costituisce un punto di partenza fondamentale per l'avvio della rassegna. La scelta del tema, che viene condivisa con i rappresentanti dei ristoratori, delle associazioni di categoria del commercio e agricole, avviene nei primi mesi dell'anno. Tale tempistica garantisce, fin dalle prime fasi, un accordo ideale tra il tema che si sceglie di valorizzare e la costruzione del programma. La scelta del tema si concretizza nella sua realizzazione grafica; ogni anno infatti viene affidato ad un artista nuovo il compito di disegnare un'immagine che traduca su carta il tema scelto. Tale immagine caratterizzerà tutta la successiva comunicazione grafica (digitale e cartacea).
2. Declinazione delle linee di attività e sviluppo del progetto: la rassegna si sviluppa intorno a tre assi fondamentali che tra di loro si intersecano e influenzano: cultura, prodotti ed enogastronomia, turismo e valorizzazione del territorio. Il progetto, costruito sul tema dell'anno, sviluppa e approfondisce queste tre parallele linee di indagine promuovendo al contempo le specificità del territorio imolese, il paesaggio, i beni artistici e architettonici e la sua realtà produttiva.
3. Individuazione attività specifiche e partner tematici: in relazione al tema individuato per l'edizione 2026, verranno individuate le attività che maggiormente rispecchiano tale tematica e i partner di cui avvalersi per valorizzare al meglio il territorio di Imola in chiave "Baccanale". Come di consueto, tale attività svolta direttamente e coordinata dai servizi comunali tiene conto della qualità delle proposte, della rappresentatività del territorio e dell'attinenza al tema.
4. Realizzazione attività di comunicazione e promozione: seguiranno la progressiva costruzione del programma della manifestazione. Dalla scelta del tema (e sua comunicazione pubblica) alla stesura del programma fino alla sua presentazione ufficiale. L'idea è di anticipare il più possibile il momento della conferenza stampa per poter beneficiare di una promozione più lunga e maggiormente incentrata sui singoli eventi in modo da valorizzarli correttamente. La comunicazione digitale sarà al centro del piano editoriale promozionale della rassegna.
5. Realizzazione di attività di promozione dei prodotti enogastronomici del territorio e percorsi di visita: individuazione di luoghi di interesse che possono essere oggetto di visite guidate e esperienze tematiche; in questo senso sarà molto importante individuare partner che possano contribuire alla realizzazione di esperienze specifiche legate al proprio ambito di attività.

Le attività corrispondenti al budget progettuale oggetto del contributo richiesto sono a titolo gratuito e non prevedono perciò il pagamento, da parte dei partecipanti, di alcuna quota.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO

Il territorio di riferimento della rassegna non è soltanto la città di Imola, ma quello del Nuovo Circondario Imolese. I Comuni del Circondario possono partecipare alla manifestazione proponendo eventi culturali ed enogastronomici a tema, sia nei rispettivi territori sia partecipando attivamente agli eventi proposti dal Comune di Imola. Tale partecipazione si concretizza grazie al ruolo attivo di rappresentanti dei suddetti territori (comitati,

sagre, associazioni) ad iniziative che valorizzano il settore agroalimentare, le produzioni specifiche di ogni zona del Circondario, allo scopo di promuovere a valorizzare le differenti anime del territorio.

PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE

Il periodo di svolgimento del Baccanale 2026 è previsto tra la fine di ottobre e la prima metà di novembre (24 ottobre-15 novembre), con i tradizionali 23 giorni complessivi che comprendono tre settimane e quattro weekend.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti:

La grande varietà di iniziative a programma (in media un centinaio), è costruita valorizzando le differenti anime del Baccanale: mostre, visite guidate, incontri con esponenti di spicco della cultura italiana, laboratori, showcooking con degustazione e appuntamenti dedicati alla valorizzazione dei prodotti del territorio. Questa varietà può costituire un forte elemento di attrazione per i turisti di prossimità e non solo. La cadenza giornaliera degli appuntamenti, soprattutto nel week end, garantisce la possibilità di partecipare ad uno o più eventi, scegliendo se visitare Imola in giornata o trattenersi per più giorni. Molti degli eventi si svolgono in location storiche e in spazi culturali; la partecipazione agli eventi diventa in questo modo l'occasione per cittadini e visitatori per visitare questi luoghi “speciali” imolesi.

2) Coerenza con gli obiettivi delle “Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027” e con il quadro di riferimento di cui alle premesse dell’Avviso PTPL 2026:

Con riferimento alle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica, il Baccanale intende collocarsi nel filone “Food&Wine” evidenziando l’importanza strategica per il territorio di Imola e del Circondario imolese delle eccellenze enogastronomiche locali ai fini della promozione turistica. Tale linea di prodotto sarà esplorata attraverso l’organizzazione di eventi e attività che pongono al centro la valorizzazione dei prodotti del territorio e delle realtà produttive: laboratori pratici, showcooking, scuole di cucina costituiranno l’ossatura di un programma rivolto alla creazione di occasioni di approfondimento dei prodotti del territorio. Tali attività saranno, di volta in volta, adattate secondo il pubblico cui si rivolgono per rispondere alle esigenze di una platea potenziale sempre più vasta.

3) Descrizione puntuale degli obiettivi e dei mercati e della coerenza interna rispetto alle azioni e ai costi:

Il Baccanale 2026 si propone di consolidare ulteriormente il proprio ruolo di manifestazione centrale dell’autunno imolese; l’idea è di continuare a far vivere e innovare una manifestazione che, in virtù delle proprie caratteristiche uniche, ha saputo costruirsi una storia lunga quarant’anni. In tale contesto, obiettivo principale della manifestazione è quello di continuare a proporre un’offerta di qualità che possa rispondere alle rinnovate esigenze di un pubblico sempre più partecipe. Continuare a coinvolgere un pubblico di appassionati e raggiungere nuovi interlocutori, sono gli assi principali su cui si concentrerà l’elaborazione del programma della prossima edizione. Non solo il programma risponderà a questa duplice esigenza ma anche la strategia comunicativa sarà rivolta a consolidare il ruolo del Baccanale all’interno della città e a rafforzarlo sul territorio italiano; si programmerà una conferenza stampa al di fuori dei confini cittadini (proprio per garantirne una maggiore partecipazione e diffusione) e verranno ideate strategie specifiche per la valorizzazione della rassegna in contesti differenti.

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

In occasione dell'edizione 2026 del Baccanale si intende proseguire la tendenza, emersa già nel corso delle precedenti edizioni, di riduzione del materiale cartaceo realizzato. L'implementazione della comunicazione digitale, grazie al supporto di un'azienda specializzata in questo settore, permette di dare un grande impulso alle pagine social della manifestazione (Facebook e Instagram). I canali digitali diventeranno progressivamente strumento privilegiato per la diffusione del programma e per mettere in evidenza specifiche attività che si intendono valorizzare. La possibilità di investire budget specifici su campagne sponsorizzate garantisce di ampliare la zona di interesse molto più che utilizzando i tradizionali mezzi di comunicazione (affissione di manifesti, articoli di giornale, inserzioni pubblicitarie). Un ulteriore potenziamento del sito garantisce di poter creare contenuti di qualità e approfondimenti che difficilmente potrebbero trovare spazio sui materiali a stampa. Dopo un primo esperimento "pilota" nel corso dell'edizione 2025, si prevede di utilizzare maggiormente e implementare l'utilizzo di una newsletter dedicata per comunicazioni inerenti le singole iniziative.

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

Le attività del Baccanale si svolgono principalmente in luoghi facilmente accessibili a persone a mobilità ridotta. Nei principali luoghi della cultura della città, che ospitano eventi della rassegna, sono presenti ascensori e rampe che consentono un facile accesso. La possibilità di avere una grande struttura al centro di piazza Matteotti, piazza principale della città, garantisce una facilità di accesso alla maggior parte degli eventi in programma dato che la struttura stessa è costruita a livello della piazza e vi si può accedere molto facilmente.

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

Il Baccanale possiede una storia che lega strettamente la manifestazione al territorio in cui è stata immaginata, ormai più di quarant'anni fa. La solidità della manifestazione è testimoniata dal costante afflusso di pubblico alle iniziative e dal gradimento delle stesse. L'equilibrio fondamentale che si crea, ogni edizione, funziona grazie a questa duplice azione: mantenere un nucleo riproponendo alcuni appuntamenti ormai consolidati (mostre, conferenze, incontri di divulgazione) e introdurre, ogni anno, nuovi elementi. Gli elementi di novità possono essere nuove tipologie di eventi, oppure una rielaborazione di eventi già esistenti di cui però vengono modificate modalità di partecipazione, protagonisti, partner mobilizzati.

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

- **foto/video** l'intera manifestazione sarà documentata per tutto il periodo con foto e video realizzati da operatori del settore specialmente incaricati; si potranno aggiungere alcune riprese video "live" da utilizzare in specifici contesti (es. durante gli showcooking per mostrare su uno schermo più grande, quello che viene realizzato dallo chef)
- **drone** potrà essere utilizzato per valorizzare iniziative specifiche

In caso siano previste azioni di promozione istituzionale in occasione di fiere turistiche, organizzazione di press tour e educational tour e altre attività similari organizzate di propria iniziativa e non rientranti nel piano del Territorio Turistico di Bologna-Modena e/o di Apt Servizi, puntuale motivazione sull'opportunità di tali azioni:

In occasione dell'edizione 2026 del Baccanale, il piano della comunicazione e il ruolo di ufficio stampa sarà svolto da un'agenzia stampa di settore che si occuperà contestualmente di organizzare press tour in accordo con l'organizzazione.

Come accaduto nel 2025, la rassegna si propone di essere presente con un proprio corner tematico alla manifestazione "C'è più gusto", festival del cibo organizzato dall'inserto "Gusto" di Repubblica e che rappresenta una vetrina molto importante per tutto quanto orbita intorno al mondo della cultura enogastronomica e della sua promozione. Tale festival, trattandosi appunto di un festival tematico che condivide con il Baccanale

obiettivi e principi, e che tradizionalmente si svolge qualche giorno prima dell'inizio del Baccanale, rappresenta un'opportunità imperdibile per rivolgersi ad un pubblico interessato ai temi tipici della manifestazione ma anche agli addetti ai lavori. Ottenere questa importante vetrina a Bologna, città che per caratteristiche e per vicinanza geografica, dialoga direttamente con Imola, garantisce la possibilità di aprire il Baccanale ad un pubblico non imolese.

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

La durata della manifestazione e la varietà di eventi ed esperienze proposte si prestano all'organizzazione di press tour e soggiorni di addetti ai lavori interessati a scoprire Imola in chiave Baccanale. In passato si è collaborato proficuamente con Bologna Welcome per proporre itinerari turistici dedicati alla scoperta di Imola e del suo Circondario, durante il Baccanale. Tale possibilità sarà esplorata anche in occasione dell'edizione 2026 scegliendo insieme ai partner il momento più indicato e le attività specifiche di maggior interesse.

Breve report dell'edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità (solo per progetti ricorrenti già presentati nelle scorse edizioni del PTPL):

In occasione dell'edizione 2025 del Baccanale dal tema “Un mondo di spezie” la manifestazione ha saputo riconfermare il proprio ruolo di evento culturale centrale dell'autunno imolese. L'edizione 2025 ha rappresentato davvero un'occasione importante, si è celebrata infatti la ricorrenza dei quarant'anni dalla nascita della manifestazione. Tale anniversario è stato contraddistinto da un programma particolarmente ricco, denso di iniziative e di occasioni di approfondimento del tema da un lato, e della storia della manifestazione dall'altro. Come già accaduto per l'edizione precedente, il Baccanale 2025 ha potuto usufruire di un grande spazio coperto allestito nella centralissima piazza Matteotti, fulcro della città e luogo di ritrovo per eccellenza per i cittadini imolesi. Immaginata come una vera e propria piazza, ma al coperto, tale spazio è stato protagonista nel corso delle tre settimane di eventi, condensando un programma vario e interessante. Spazio alle scuole nelle mattinate della manifestazione, nel corso delle quali i giovanissimi studenti imolesi si sono succeduti alla scoperta delle spezie e del loro utilizzo. E poi tanti eventi nei pomeriggi e sere: dai laboratori pratici (condotti da partner di eccellenza quali Eurovo, Fondazione Casa Artusi, Slow Food, Cannamela) agli showcooking che hanno portato alla ribalta i prodotti del territorio uniti alle eccellenze delle professionalità di celebri chef italiani (Max Mascia, Roberto Valbuzzi, Sebastiano Caridi). Il tema si è prestato ad una sua interpretazione visiva grazie all'allestimento di varie mostre: una fra tutte “Spezie dal mondo”, un'esposizione di circa 250 spezie provenienti da tutto il mondo, e allestita presso i locali della Fondazione Cassa di Risparmio di Imola, in piazza Matteotti. Ad arricchire il programma di iniziative, il tradizionale appuntamento con le produzioni vinicole e olivicole del territorio grazie ai due appuntamenti “Banco d'assaggio dei vini e dei prodotti dell'imolese”, con un format nuovo rispetto al passato, e “Olimola”, ospitati presso la cornice dell'Autodromo Enzo e Dino Ferrari, a sottolineare l'importanza strategica dell'asse centro storico-Autodromo. Una novità dell'edizione 2025, il ciclo di incontri “Leggi e assaggia” in cui si è scelto di unire le due anime del Baccanale: cucina e cultura, con scrittrici di fama nazionale e internazionale intervistate sulle loro opere e sul ruolo della cucina all'interno di esse. A corredo dell'iniziativa degustazioni a tema preparate dagli studenti dell'Istituto Alberghiero di Riolo Terme “P. Artusi”. La presenza di questi personaggi noti della cultura italiana, tra cui anche Dario Bressanini, sono stati un richiamo importante per il pubblico non solo imolese. La rassegna ha inoltre visto, come da tradizione, le proposte gastronomiche dei ristoranti di Imola e del Circondario che hanno saputo sperimentare in creativi menu le infinite declinazioni delle spezie.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Scelta tema dell'anno	Successo nel coinvolgere il territorio in termini di partecipazione attiva, numero eventi proposti, partnership tematiche attivate
Piano di attività dell'edizione, individuazione delle principali linee di attività e sviluppo del progetto	Realizzazione della manifestazione e riscontro complessivo del suo gradimento per il pubblico
Individuazione attività specifiche e partner tematici	Numero degli eventi calendarizzati e quantità e qualità dei partner coinvolti nell'organizzazione
Realizzazione attività di comunicazione e promozione	Verifica delle presenze alle iniziative e riscontro sul gradimento delle singole iniziative e della manifestazione nel suo complesso
Realizzazione di attività di promozione dei prodotti enogastronomici e percorsi di visita	Gradimento dei visitatori e partecipanti ai percorsi di visita programmati

TOTALE SPESE PREVISTE: € 40.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 40.000,00

PUNTEGGIO: 69

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

5) UNIONE RENO GALLIERA - FROM CITY TO PLAIN - Ride the Easy Way

P.G. n. 71972/2025

integrazione P.G. n. 75583/2025

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO /

DESCRIZIONE SINTETICA

Il progetto “From City to Plain — Ride the Easy Way”, in continuità con le progettazioni realizzate nel corso degli ultimi, si pone il duplice obiettivo di consolidare la qualificazione dei servizi turistici nell’Unione Reno Galliera, e di garantire nuove iniziative e materiale promozionale finalizzato alla costruzione di prodotti cicloturistici legati alle Ciclovie del Reno e del Navile da parte di Tour operator, DMO e altre realtà.

Il progetto verrà sviluppato su tre ambiti di intervento, tutti in relazione l’uno con l’altro.

Il primo ambito è la **Carta dei servizi delle Ciclovie del Reno e del Navile** e riguarda azioni di consolidamento del percorso iniziato nel 2025. Dopo il lavoro di stesura della carta e il coinvolgimento del territorio in attuazione nell’anno 2025, per il 2026 si continuerà ad effettuare la **ricognizione delle strutture**, con interviste e raccolta di materiale per un aggiornamento del database, ed **azioni per la ricerca di nuovi aderenti** per aumentare il numero di attività qualificate presenti sul territorio; verranno inoltre realizzate attività di **formazione e/o team building** finalizzate ad aumentare la consapevolezza delle opportunità del territorio e al rafforzamento della rete pubblico/privato che opera nella promozione della pianura Bolognese.

Il secondo ambito è relativo alla realizzazione di iniziative di promozione, più precisamente la realizzazione di **escursioni cicloturistiche per la promozione della Ciclovie del Reno e del Navile** (e più in generale del territorio dell’Unione Reno Galliera) che vedono coinvolti i Comuni di Argelato, Bentivoglio, Castel Maggiore, Castello d’Argile, Galliera, Pieve di Cento, San Giorgio di Piano e San Pietro in Casale. Il progetto prevede la realizzazione di 3 escursioni con partenza da Bologna, valorizzando Cultura (Borghi, ville, Castelli, Saperi e

Tradizioni popolari), Outdoor e Food, e sfruttando l'intermodalità e i servizi turistici già a disposizione del territorio come il noleggio bici presso eXtraBO. Indicativamente le tre escursioni riguarderanno i seguenti itinerari:

- Sulla ciclovia del Reno da Bologna a Galliera con sosta a Pieve di Cento; rientro in treno da San Venanzio di Galliera, o tramite pista ciclabile;
- Sulla ciclovia del Navile da Bologna a San Pietro in Casale con sosta a Bentivoglio (Palazzo Rosso e Oasi La Rizza) e Museo Casa Frabboni a San Pietro in Casale; rientro in treno da San Pietro in Casale, o tramite pista ciclabile;
- Sulla ciclovia del Navile con sosta al Museo della Civiltà contadina a San Marino di Bentivoglio e a San Giorgio di Piano; rientro in treno da San Giorgio di Piano, o tramite pista ciclabile.

Le escursioni cicloturistiche previste sono gratuite e il servizio di noleggio a carico dei partecipanti rappresenta una possibilità in più, senza l'obbligo di fruizione e pertanto non rientra nelle spese progettuali.

Il terzo e ultimo ambito è relativo alla **produzione di materiale innovativo di promozione del territorio** attraverso la realizzazione di ambientazioni e scenari della pianura (aree naturalistiche, Ciclovie, patrimonio artistico) per realtà aumentata da usufruire con visori VR (almeno 2) che verranno dati in dotazione nei punti di informazione e accoglienza turistica (eXtraBO e alcuni degli esercizi aderenti allo IAT Diffuso Reno Galliera, in particolare a Bentivoglio presso la Locanda Smeraldi).

AZIONI

1. Carta dei Servizi

- 1.1 aggiornamento database attività e esercizi a vocazione turistica;
- 1.2 visite periodiche, interviste, raccolta materiali tra gli esercizi aderenti;
- 1.3 iniziative di formazione Team Building;

2. Iniziative di promozione

- 2.1 Coprogettazione degli itinerari e dei contenuti delle escursioni: coinvolgimento degli aderenti carta dei servizi Ciclovie del Reno e Navile;
- 2.2 Organizzazione e promozione delle iniziative;
- 2.3 Realizzazione eventi;
- 2.4 Verifica, analisi dei gradimento dell'iniziativa;

3. Materiale promozionale

- 3.1 Procedura di individuazione del soggetto esecutore: bando di concorso (con eventuale coinvolgimento di FaLab Reno Galliera) o affidamento di servizio;
- 3.2 riprese video e produzione dei contenuti per realtà aumentata;
- 3.3 implementazione del sistema di promozione del territorio tramite Visore VR distribuiti presso i principali punti di informazione e accoglienza turistica dell'Unione Reno Galliera: sportello eXtraBO e alcuni esercizi dello IAT Diffuso Reno Galliera;
- 3.4 monitoraggio e analisi di gradimento.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO

Pianura bolognese

PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE

Febbraio-dicembre

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti:

Il progetto, considerata la continuità con le progettazioni degli anni precedenti, insiste prima di tutto sulla qualificazione dell'offerta turistica, favorendo lo sviluppo e l'implementazione di standard qualitativi dei servizi in linea con le esigenze/aspettative del cicloturista; il miglioramento e l'implementazione dei servizi turistici garantisce una offerta qualificata in grado di rispondere alle esigenze del mercato, nonché la possibilità di costruzione, e la promo-commercializzazione nel catalogo della Destinazione Turistica, di prodotti specifici per il cicloturismo nell'ambito della Pianura Bolognese. Le iniziative cicloturistiche e la produzione di materiale promozionale innovativo concorrono all'obiettivo di incrementare l'interattività del territorio: la realizzazione delle iniziative intende sopperire, in piccola parte, alla mancata realizzazione della fiera del cicloturismo per l'anno 2026, manifestazione che ha sempre garantito iniziative collaterali (itinerari, press trip, educational, escursioni) per la promozione delle Ciclovie della pianura bolognese.

2) Coerenza con gli obiettivi delle “Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027” e con il quadro di riferimento di cui alle premesse dell’Avviso PTPL 2026:

Il progetto, nel rispetto delle Linee guida triennali regionali:

promuove lo sviluppo di un'offerta legata al turismo sostenibile e responsabile, con un focus sul cicloturismo; tende alla qualificazione e a un generale miglioramento dei servizi turistici consapevole dell'importanza della variabile qualitativa nell'esperienza di soggiorno; realizza strumenti di promozione innovativi da condividere con i principali attori dell'accoglienza e dell'informazione turistica.

3) Descrizione puntuale degli obiettivi e dei mercati e della coerenza interna rispetto alle azioni e ai costi:

Obiettivi del progetto: la qualificazione dell'offerta dei servizi turistici legati alle Ciclovie del Reno e del Navile, unita alla sperimentazione di itinerari tramite escursioni cicloturistiche complementari con le altre azioni intraprese dalla Destinazione Turistica, contribuiscono al raggiungimento dell'obiettivo strategico di costruire un nuovo prodotto legato al cicloturismo, l'anello di Bologna, e a un miglioramento dell'accoglienza turistica nell'ambito della pianura bolognese.

Il mercato di riferimento, sia in esecuzione del progetto, sia in relazione all'output dell'obiettivo del progetto, risulta essere il mercato italiano, locale e nazionale, per prodotti Outdoor Active&Slow, ma anche i mercati di corto raggio (Europa) sempre per prodotti Outdoor Active&Slow.

Continuità della progettazione PTPL in corso, dotazione di strumentazione tecnologica (Visore VR) già nella disponibilità dell'Ente, realizzazione di iniziative con servizi a carico dei partecipanti (noleggio bici) garantiscono piena coerenza interna tra le azioni e i costi previsti.

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

L'intero progetto ruota attorno alla bicicletta e all'utilizzo di percorsi ciclabili: la mobilità sostenibile è il focus del progetto che sfrutta percorsi ciclopedinati pensati anche per la riduzione dell'impatto ambientale.

Nella carta dei servizi si promuove il servizio di ricarica per le biciclette elettriche in risposta sia alle esigenze del mercato cicloturistico, sia per sensibilizzare il territorio all'utilizzo della bici elettrica in sostituzione dei mezzi di trasporto che sfruttano combustibili fossili.

Infine strumenti di promozione come i visori per la realtà aumentata riducono la stampa di materiale cartaceo contribuendo alla riduzione del consumo di alberi.

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

Tra i criteri qualificanti nella carta dei servizi verrà dato rilievo alla presenza di servizi che possano garantire l'accessibilità a persone con disabilità motorie, sensoriali e cognitive.

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

Realizzazione di un sistema di promozione del territorio attraverso la realtà aumentata e distribuzione presso i punti di informazione e accoglienza turistica della Reno Galliera e di eXtraBO di visori per la realtà aumentata.

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

- **foto/video** realizzazione video per realtà aumentata; foto delle strutture ricettive, attività produttive legate al cicloturismo nell'ambito della carta dei servizi delle Ciclovie del Reno e del Navile.

In caso siano previste azioni di promozione istituzionale in occasione di fiere turistiche, organizzazione di press tour e educational tour e altre attività similari organizzate di propria iniziativa e non rientranti nel piano del Territorio Turistico di Bologna-Modena e/o di Apt Servizi, puntuale motivazione sull'opportunità di tali azioni:

Nessuna azione di promozione istituzionale (partecipazione a fiere, press o educational tour).

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

La carta dei servizi, in continuità con il progetto dello scorso anno integrandosi con le azioni previste dal Territorio Turistico Bologna-Modena coordinate dalla DMO Bologna Welcome, pone le basi per la costruzione di un prodotto turistico legato alla bicicletta che permetta la realizzazione di un'escursione ad anello da effettuarsi in giornata con partenza/arrivo su Bologna e che sfrutti due delle principali infrastrutture cicloturistiche della pianura bolognese; allo stesso modo le iniziative cicloturistiche si pongono nella stessa ottica promozionale, integrando le iniziative della DMO che favoriscono la promozione delle Ciclovie sfruttando i servizi messi a disposizione da eXtraBO (come il noleggio delle biciclette).

Breve report dell'edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità (solo per progetti ricorrenti già presentati nelle scorse edizioni del PTPL):

Solo per quanto riguarda la carta dei servizi delle Ciclovie del Reno e del Navile: l'istituzione della Carta dei Servizi delle Ciclovie del Reno e del Navile ha dato modo di avviare un nuovo rapporto con le attività ricettive e gli esercizi a vocazione turistica dell'Unione Reno Galliera, incentrato non più sulla sola prossimità dell'attività rispetto alle Ciclovie, ma determinato, e sottoscritto, dalla qualità del servizio. Al momento della produzione del presente report non sono emerse particolari criticità, ma è già emersa la necessità di rendere il rapporto determinato dalla sottoscrizione della carta un rapporto sartoriale e personalizzato, che faccia emergere l'identità e le peculiarità di ogni servizio: sarà pertanto questa la strada da percorrere nell'anno 2026, valorizzando l'identità specifica di ogni esercizio aderente alla carta dei Servizi delle Ciclovie del Reno e del Navile.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Carta dei Servizi	Quantitativa: numero nuove adesioni + numero di collaborazioni con ecosistema turistico locale (DMO, eXtraBO, IAT R)
Escursioni cicloturistiche	Quantitativa: numero partecipanti

	Qualitativa: gradimento
Materiale innovativo di promozione del territorio	Qualitativo: gradimento, tramite intervista informale

TOTALE SPESE PREVISTE: € 8.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 8.000,00

PUNTEGGIO: 80

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

6) VIVA IL VERDE APS - BOLOGNA MONTANA ART TRAIL (BOM.ART TRAIL)

P.G. n. 72113/2025

integrazione P.G. n. 76751/2025

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. Comune di Loiano
2. Comune di Monghidoro
3. Comune di Monterenzio
4. Comune di San Benedetto Val di Sambro
5. Comune di Monzuno

DESCRIZIONE SINTETICA

Bologna Montana Art Trail (BOMART TRAIL) è un cammino ad anello di 100 km nell'Appennino tosco-emiliano, ideato dall'associazione *Viva il Verde APS* in collaborazione con i comuni dell'area "Bologna Montana" (Loiano, Monghidoro, Monterenzio, Monzuno, S. Benedetto Val di Sambro).

Il percorso unisce natura, arte contemporanea e cultura locale in un'esperienza immersiva e multidisciplinare rivolta a escursionisti, bikers, cavalieri, turisti culturali e amanti dell'arte e del benessere.

Obiettivi principali

1. **Valorizzazione territoriale e sostenibilità**
 - Promuovere l'Appennino bolognese come destinazione turistica innovativa e sostenibile.
 - Rivitalizzare i borghi e le economie locali grazie all'indotto turistico e culturale.
 - Incentivare una fruizione lenta e consapevole del territorio (a piedi, in bici, a cavallo).
2. **Innovazione culturale e artistica**
 - Creare la **prima galleria d'arte permanente a cielo aperto lunga 100 km**, grazie a opere di *land art* integrate nel paesaggio.
 - Attivare la rassegna annuale **Bologna Montana Land Art**, che coinvolge artisti contemporanei nella realizzazione di opere site-specific naturali e biodegradabili.
 - Costruire un dialogo continuo tra arte, natura e comunità.
3. **Sviluppo turistico e socioeconomico**
 - Generare un "movimento" di turismo esperienziale attrattivo a livello nazionale e internazionale.
 - Sostenere le strutture ricettive e commerciali locali, migliorando i servizi e la visibilità dei territori.
 - Offrire occasioni di formazione, eventi e attività di aggregazione per residenti e visitatori.
4. **Esperienza integrata e multidimensionale**
 - Offrire un'esperienza che unisce escursionismo, arte, cultura, benessere e intrattenimento.

- Promuovere iniziative collaterali (festival, concerti, workshop, yoga, convegni, laboratori didattici, attività aziendali di team building).

Elementi innovativi e distintivi

- **Unicità nazionale:** nessun altro cammino in Italia integra stabilmente arte contemporanea e fruizione naturalistica su scala territoriale.
- **Rassegna permanente e dinamica:** le opere di *land art* si rigenerano nel tempo, fondendosi con la natura e rinnovando periodicamente il percorso.
- **Coinvolgimento diffuso:** gli artisti lavorano in loco con il supporto dei volontari, creando un modello partecipativo e inclusivo.
- **Rete territoriale:** 30+ strutture ricettive, 25 punti d'acqua, servizi diffusi e segnaletica capillare (oltre 1.400 tabelle).
- **Accessibilità plurimodale:** percorribile a piedi, in mountain bike e a cavallo, con tappe variabili (4–6 a piedi, 2–3 in bici).
- **Forte appeal turistico e mediatico:** potenziale attrattivo per visitatori italiani e stranieri interessati a outdoor, cultura, arte e sostenibilità.

Dati tecnici principali

Parametro	Descrizione
Lunghezza complessiva	100 km (anello con partenza e arrivo a Loiano)
Tappe	4–6 (a piedi) / 2–3 (in MTB)
Dislivello medio complessivo	circa 4.450 m
Fondo stradale	10% asfalto, 90% sentieri e strade bianche
Punti acqua	25
Segnaletica	oltre 1.400 tabelle
Strutture ricettive	più di 30 (alberghi, B&B, agriturismi, rifugi, ostelli)
Comuni coinvolti	Loiano, Monterenzio, Monghidoro, Monzuno, S. Benedetto Val di Sambro
Temi principali	Natura, arte, cultura, benessere
Tipologia	Cammino esperienziale e culturale ad anello

Impatto atteso e potenzialità

- **Economico:** crescita del turismo diffuso, sostegno alle microimprese e alle strutture ricettive.
- **Culturale:** creazione di un polo d'arte ambientale permanente e riconosciuto.
- **Sociale:** partecipazione della comunità, volontariato, inclusione intergenerazionale.
- **Ambientale:** uso di materiali naturali e recuperabili, promozione di mobilità dolce e rispetto del paesaggio.

Conclusione

Bologna Montana Art Trail rappresenta un modello di turismo esperienziale integrato, capace di coniugare arte contemporanea, escursionismo e rigenerazione territoriale.

La sua impostazione strategica, la sostenibilità ambientale e la dimensione partecipativa lo rendono un progetto di forte valore tecnico, culturale e innovativo, con ampie prospettive di crescita e replicabilità in altri contesti appenninici o rurali italiani.

AZIONI

Articolazione degli interventi

Il progetto Bologna Montana Art Trail (BOMART TRAIL) prevede un insieme coordinato di interventi infrastrutturali, artistici, culturali e di promozione turistica finalizzati alla creazione, valorizzazione e gestione del cammino ad anello di 100 km nell'Appennino bolognese.

1. Interventi infrastrutturali e di fruizione

- Adeguamento e tracciatura del percorso mediante rilievi GPS, mappatura GIS e verifica di percorribilità per diverse modalità (a piedi, MTB, cavallo).
- Opere di manutenzione e messa in sicurezza dei tratti esistenti (pulizia, sistemazione fondo, canalette di scolo, staccionate, passerelle).
- Integrazione della segnaletica ufficiale del cammino (già installate 1.400 tabelle direzionali e informative) oltre ad aree di sosta attrezzate.
- Adeguamento dell'accessibilità e integrazione dei servizi essenziali in collaborazione con i Comuni e gli enti gestori del territorio.

2. Interventi artistici e culturali

- Ideazione e realizzazione di opere di land art site-specific, naturali e biodegradabili, integrate nel paesaggio, a cura di artisti selezionati tramite call nazionale e internazionale.
- Attivazione della rassegna annuale “Bologna Montana Land Art”, quale piattaforma di residenza artistica diffusa e di partecipazione comunitaria.
- Allestimento di pannelli narrativi per la valorizzazione culturale delle opere

3. Coinvolgimento territoriale e capacity building

- Accordi di collaborazione istituzionale tra l'associazione Viva il Verde e i cinque Comuni dell'area “Bologna Montana”.
- Coinvolgimento attivo della comunità, delle scuole, delle associazioni e delle imprese locali in attività di volontariato, laboratori artistici e azioni di manutenzione.
- Percorsi formativi per operatori turistici e guide ambientali, finalizzati alla gestione e promozione del cammino.

4. Sviluppo turistico e servizi di accoglienza

- Creazione e coordinamento della rete ricettiva territoriale (oltre 30 strutture)
- Realizzazione di strumenti digitali (sito web, app, mappa interattiva, QR code) per la fruizione, la sicurezza e la narrazione del percorso.
- Promozione dei prodotti tipici e delle microeconomie locali attraverso eventi, pacchetti esperienziali e circuiti di vendita diretta.

5. Comunicazione, eventi e promozione territoriale

- Campagna di comunicazione multicanale (media, social, stampa, partnership istituzionali) e produzione di materiali informativi multilingue.
- Organizzazione di eventi collaterali lungo il percorso (festival, concerti, workshop, attività di benessere e team building) per ampliare la fruizione e la visibilità del progetto.

6. Monitoraggio e sostenibilità

- Implementazione di un sistema di monitoraggio ambientale e turistico per la valutazione degli impatti economici, sociali e ambientali.
- Piano annuale di manutenzione e rigenerazione delle opere in coerenza con i principi di sostenibilità e uso di materiali naturali.

Risultato atteso: la creazione di un’infrastruttura culturale permanente che integra arte contemporanea, natura e turismo sostenibile, promuovendo la rigenerazione territoriale dell’Appennino bolognese e la crescita delle economie locali.

Gli eventi previsti dal progetto sono gratuiti e non sono previste forme di pagamento a carico dell’utente finale per la fruizione dei servizi promossi tramite le spese oggetto di contributo.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO

L’ambito territoriale del Bologna Montana Art Trail (BOMART TRAIL) si colloca nell’Appennino tosco-emiliano, all’interno dell’area denominata “Bologna Montana”, che comprende i comuni di Loiano, Monghidoro, Monterenzio, Monzuno, San Benedetto Val di Sambro, Pianoro e Castiglione dei Pepoli.

Il percorso si sviluppa per circa 100 km ad anello, con partenza e arrivo a Loiano, attraversando un territorio caratterizzato da paesaggi montani, boschi, borghi storici e vallate naturali. L’area rappresenta una parte significativa dell’Appennino bolognese, a cavallo tra Emilia-Romagna e Toscana, ricca di biodiversità, tradizioni rurali e patrimonio culturale diffuso.

Dal punto di vista funzionale, il progetto interessa un territorio intercomunale che punta alla valorizzazione integrata di risorse naturali, artistiche e turistiche, favorendo forme di mobilità dolce (a piedi, in bici, a cavallo) e un modello di turismo sostenibile ed esperienziale.

In sintesi, l’ambito territoriale di BOMART TRAIL è quello dell’Appennino bolognese montano, un’area di confine tra pianura e montagna, dove arte contemporanea e natura si incontrano per rigenerare il paesaggio e le comunità locali.

PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE

- **Gen-Mar** Coordinamento e pianificazione, selezione artisti, accordi con Comuni e partner. Partenariato Comuni di Bologna Montana: Loiano, Monghidoro, Monterenzio, Monzuno, S. Benedetto Val di Sambro.
- **Apr-Ott** Rassegna “Bologna Montana Land Art”, Realizzazione delle opere di land art, allestimento segnaletica, manutenzione del percorso.
- **Apr-Dic** Eventi collaterali (festival, workshop, laboratori, trekking artistici), azioni di comunicazione e promozione, monitoraggio e bilancio di impatto.

Durata complessiva: 12 mesi (Gennaio – Dicembre 2026)

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

- 1) Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti:**

Il progetto *Bologna Montana Art Trail – Il cammino tra natura, arte e cultura* presenta una forte valenza turistica in quanto è in grado di potenziare in modo significativo l'attrattività dell'Appennino bolognese, creando un prodotto turistico innovativo e sostenibile. L'integrazione tra arte contemporanea, paesaggio naturale e cultura locale rende il percorso un'esperienza unica nel panorama nazionale, capace di attrarre un pubblico diversificato – escursionisti, appassionati d'arte, famiglie e turisti culturali.

Il cammino, lungo 100 km e accessibile tutto l'anno, incentiva la permanenza dei visitatori grazie alla rete di strutture ricettive e di servizi locali coinvolti, favorendo la destagionalizzazione dei flussi turistici. La presenza delle opere di land art, in continua evoluzione, stimola il ritorno periodico dei visitatori e la copertura mediatica, rafforzando l'immagine dell'Appennino come destinazione d'eccellenza per il turismo esperienziale e sostenibile.

In sintesi, il BOMART TRAIL contribuisce in modo concreto all'incremento dei flussi di pubblico, al prolungamento della permanenza media e alla valorizzazione integrata del territorio, ponendosi come volano di sviluppo turistico, economico e culturale per i Comuni coinvolti.

- 2) Coerenza con gli obiettivi delle “Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027” e con il quadro di riferimento di cui alle premesse dell’Avviso PTPL 2026:**

Il progetto Bologna Montana Art Trail (BOMART TRAIL) risulta pienamente coerente con gli obiettivi delle linee guida triennali per la promo-commercializzazione regionale 2025-2027, approvate con D.G.R. Emilia-Romagna n. 1413/24, e con riferimenti strategico-programmatici del PTPL 2026 della Città Metropolitana di Bologna, approvati con Atto del Sindaco n. 173/2025. In particolare quest'ultimo documento individua Bologna Montana Art Trail tra le priorità di azione per lo sviluppo territoriale, indirizzi strategici regionali in materia di promozione turistica, culturale e territoriale.

In particolare:

- Turismo sostenibile e lento: il progetto valorizza la fruizione pedonale, cicloturistica ed equestre dei territori appenninici, in linea con l'obiettivo regionale di promuovere forme di turismo a basso impatto ambientale e ad alta qualità esperienziale.
- Valorizzazione dei territori meno noti: l'iniziativa rafforza l'attrattività dell'Appennino bolognese, coerentemente con la strategia regionale di riequilibrio dei flussi turistici e di diffusione dei benefici economici nelle aree interne e montane.
- Integrazione tra cultura, natura e comunità: l'unione tra arte contemporanea, paesaggio e identità locale risponde all'indirizzo regionale di promuovere prodotti turistici tematici integrati e narrativi, capaci di raccontare il territorio attraverso linguaggi creativi.
- Innovazione e creatività: il carattere unico del percorso — galleria d'arte a cielo aperto in continua trasformazione — si allinea con l'obiettivo di favorire la sperimentazione e l'uso dell'arte come leva di rigenerazione e promozione turistica.
- Collaborazione pubblico-privata e governance partecipata: la rete di enti locali, associazioni, artisti e operatori culturali aderisce al modello di governance collaborativa previsto dalle Linee guida regionali e dal PTPL.
- Sostenibilità economica e continuità gestionale: l'autofinanziamento, le partnership e la rassegna annuale garantiscono la durabilità del progetto, in coerenza con la richiesta regionale di progetti sostenibili e replicabili.

- Comunicazione e promo-commercializzazione: la dimensione esperienziale e il forte potenziale mediatico delle opere di land art supportano la strategia regionale di promozione integrata, anche in chiave digitale e internazionale.

In Sintesi

Il BOMART interpreta in modo esemplare le priorità delle Linee guida 2025-2027 e dell'Avviso PTPL 2026, ponendosi come modello innovativo di turismo culturale esperienziale e sostenibile, capace di generare valore economico, sociale e ambientale per i territori montani dell'Emilia-Romagna.

3) Descrizione puntuale degli obiettivi e dei mercati e della coerenza interna rispetto alle azioni e ai costi:

Il Bologna Montana Art Trail (BOMART TRAIL) è un cammino ad anello di circa 100 km nell'Appennino tosco-emiliano che integra arte contemporanea, natura e cultura locale in un'unica esperienza di turismo sostenibile e partecipato.

Obiettivi

Gli obiettivi generali del progetto – valorizzazione del territorio, promozione di un turismo esperienziale e generazione di impatti economico-sociali positivi – risultano pienamente coerenti con le strategie di sviluppo delle aree montane e del turismo lento.

Gli obiettivi specifici (sviluppo e mantenimento del percorso, creazione di una rete di opere di land art, attivazione della comunità, stimolo ai flussi turistici e rafforzamento dei servizi locali) sono misurabili e realistici, supportati da indicatori concreti (incremento visitatori +30%, ≥ 25 opere installate, +20% presenze turistiche, ≥ 50 volontari/anno).

Mercati di riferimento

Il progetto si colloca nel mercato del turismo esperienziale e culturale rivolto a:

- escursionisti, camminatori e amanti della natura;
- pubblici interessati all'arte contemporanea, agli eventi, al benessere, alle attività culturali;
- turisti italiani e stranieri attratti dal turismo lento e sostenibile;
- scuole, aziende e università per attività didattiche e outdoor.

La posizione geografica, tra Bologna e Firenze, consente un facile accesso a un ampio bacino di domanda e rafforza l'attrattività dell'Appennino come destinazione innovativa.

Coerenza interna tra obiettivi, azioni e costi

Le azioni previste (sviluppo e manutenzione del cammino, installazione annuale di opere site-specific, eventi culturali, comunicazione e promozione, coinvolgimento di artisti e volontari) rispondono direttamente agli obiettivi e generano risultati misurabili in termini turistici, economici e sociali.

La struttura dei costi è equilibrata e coerente con le attività:

- spese artistiche e materiali naturali per la realizzazione delle opere;
- costi logistici e di manutenzione del tracciato;
- attività promozionali e di governance territoriale.

La sostenibilità economica è garantita dal modello di gestione associativa (Ass. Viva il Verde APS), dal partenariato pubblico-privato e dall'autofinanziamento tramite eventi e turismo. L'approccio ambientale

(materiali biodegradabili, mobilità dolce, manutenzione ecocompatibile) consolida la coerenza con gli obiettivi di sostenibilità.

Valutazione complessiva. Il BOMART TRAIL presenta piena coerenza strategica e operativa:

- gli obiettivi sono chiari e misurabili;
- le azioni sono pertinenti e attuabili;
- i costi proporzionati e sostenibili;
- i mercati individuati coerenti con il posizionamento turistico e culturale del progetto.

In conclusione, il Bologna Montana Art Trail costituisce un modello innovativo e replicabile di valorizzazione integrata dei territori montani attraverso arte contemporanea, partecipazione comunitaria e turismo sostenibile, con elevata coerenza interna ed efficacia potenziale in termini di impatto economico, sociale e ambientale.

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

Il progetto *Bologna Montana Art Trail (BOMART TRAIL)* adotta un approccio integrato alla sostenibilità, mirato a minimizzare gli impatti ambientali lungo tutto il ciclo di vita del cammino e delle opere artistiche.

1. Principi generali di sostenibilità ambientale

- Promozione della *mobilità dolce* (escursionismo a piedi, in bici o a cavallo) come alternativa al turismo motorizzato.
- Tutela del paesaggio naturale e riduzione al minimo delle alterazioni dei sentieri e delle aree verdi.
- Valorizzazione dei materiali locali e naturali, favorendo il recupero e la biodegradabilità.

2. Misure operative di riduzione dell'impatto

- Materiali e opere d'arte: utilizzo esclusivo di materiali naturali, riciclati o biodegradabili (legno, pietra, terra, fibre vegetali) per tutte le installazioni di land art; assenza di sostanze inquinanti o sintetiche.
- Manutenzione ecocompatibile: interventi di manutenzione ordinaria e straordinaria dei sentieri condotti manualmente o con mezzi a basso impatto; utilizzo di prodotti ecologici per la segnaletica e il restauro.
- Gestione dei rifiuti: adozione di un approccio “*zero waste*” durante eventi, workshop e installazioni (raccolta differenziata, eliminazione di plastica monouso, uso di materiali riutilizzabili).
- Risparmio idrico ed energetico: ottimizzazione dei punti acqua esistenti e installazione di fonti a basso consumo; sensibilizzazione delle strutture ricettive su buone pratiche di risparmio energetico.
- Tutela della biodiversità: realizzazione delle opere nel rispetto dei cicli naturali e dei vincoli ambientali, evitando l'alterazione di habitat sensibili.
- Educazione ambientale: coinvolgimento di visitatori, artisti e comunità locali in azioni di sensibilizzazione sulla sostenibilità e la cura del territorio.

3. Monitoraggio e indicatori ambientali

- 100% delle opere realizzate con materiali naturali o riciclati.
- Riduzione progressiva dei rifiuti prodotti negli eventi collegati al cammino.
- Mantenimento dell'integrità ecologica dei sentieri e delle aree naturali attraversate.

Sintesi

Le misure previste consentono al BOMART TRAIL di configurarsi come un modello di turismo culturale a basso impatto, in cui l'arte diventa strumento di tutela ambientale e rigenerazione del paesaggio, garantendo equilibrio tra fruizione, conservazione e sviluppo locale sostenibile.

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

Obiettivi specifici

- Garantire la fruibilità del percorso e dei punti di interesse a persone con disabilità motorie, sensoriali e cognitive.
- Promuovere una cultura dell'accoglienza inclusiva tra operatori, artisti e comunità locali.
- Rafforzare l'immagine del BOMART TRAIL come itinerario di turismo esperienziale e accessibile.

Attività previste

1. Accessibilità fisica e motoria

- Mappatura dell'accessibilità dei tratti del cammino e dei punti di interesse.
- Realizzazione e segnalazione di tratti accessibili, pendenze adeguate e aree di sosta attrezzate.
- Adeguamento di strutture ricettive e punti di ristoro alle normative sull'accessibilità.
- Attivazione di servizi di accompagnamento e noleggio di ausili (e-bike adattate, ecc.).

2. Accessibilità sensoriale

- QR code con descrizioni audio.
- Produzione di audioguide e podcast accessibili.
- Realizzazione di opere di land art fruibili attraverso stimoli tattili e olfattivi.

3. Accessibilità cognitiva e comunicativa

- Organizzazione di visite guidate e laboratori esperienziali inclusivi.
- Formazione di guide, volontari e operatori su tecniche di comunicazione e accompagnamento accessibile.

4. Comunicazione e promozione

- Campagne di comunicazione inclusive e rappresentative della diversità dei visitatori.
- Collaborazione con associazioni e reti di turismo accessibile per la diffusione delle attività.

5. Sensibilizzazione e monitoraggio

- Eventi tematici e giornate dedicate al turismo inclusivo e alla cultura dell'accoglienza.
- Raccolta di feedback e monitoraggio della qualità dell'esperienza da parte di visitatori con disabilità.

Risultati attesi

- Miglioramento dell'accessibilità fisica, sensoriale e cognitiva del percorso BOMART TRAIL.
- Aumento del numero di visitatori con esigenze specifiche e delle strutture accessibili.
- Crescita della consapevolezza e delle competenze locali sul turismo inclusivo.
- Riconoscimento del BOMART TRAIL come modello di **turismo culturale, sostenibile e accessibile** a livello regionale e nazionale.

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

1) Co-progettazione con la comunità, favorendo inclusione sociale e intergenerazionale.

- Differenziazione rispetto a iniziative top-down consolidate.

2) Turismo sostenibile e multifunzionale

- Fruizione a piedi, in bici o a cavallo, con mobilità dolce e impatto ambientale ridotto.
- Attività collaterali (festival, workshop, eventi culturali) integrate nel percorso.

- 3) Sostenibilità ambientale ed economica
 - Materiali naturali e gestione “zero waste” delle opere.
 - Autofinanziamento parziale tramite eventi e sponsorizzazioni, garantendo continuità.
- 4) Integrazione multidisciplinare
 - Combina natura, arte contemporanea e cultura locale in un percorso escursionistico unico di 100 km.
 - Differenziazione dai cammini tradizionali, che si concentrano solo su trekking o natura.
- 5) Arte effimera e rigenerativa
 - Opere di land art biodegradabili e rinnovabili, che cambiano nel tempo.
 - Coinvolgimento di artisti, comunità locali e volontari nella creazione, rendendo il percorso una “galleria viva” a cielo aperto.
- 6) Approccio partecipativo e comunitario
- 7) Integrazione territoriale e impatto socioeconomico
 - Stimola l'economia locale diffusa, valorizza borghi e servizi, rafforza l'identità territoriale.
 - Attrattiva per turismo culturale di nicchia e internazionale.
- 8) Replicabilità e scalabilità
 - Modello modulare e trasferibile ad altri territori montani italiani.
 - Possibilità di aggiornamento continuo attraverso opere e eventi annuali.

Sintesi chiave: BOMART TRAIL è innovativo perché trasforma il territorio in un'esperienza culturale immersiva e dinamica, unendo arte effimera, turismo sostenibile e partecipazione comunitaria in modo integrato e replicabile.

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

1. Obiettivo

Rendere disponibili immagini e video di alta qualità del cammino e delle opere di land art per valorizzare il territorio turistico dell'Appennino bolognese, promuovendo l'esperienza unica di arte, natura e cultura offerta dal BOMART TRAIL e supportando strategie di marketing turistico, comunicazione culturale e collaborazioni con operatori locali.

2. Tipologia di contenuti

- Fotografie: panorami, dettagli delle opere di land art, punti di interesse naturalistico e storico, momenti degli eventi e workshop.
- Video tradizionali: clip immersive del percorso, interviste ad artisti, volontari e visitatori, reportage di eventi culturali.
- Riprese con drone: vedute aeree del tracciato, delle opere site-specific e dei borghi attraversati, valorizzando l'integrazione tra arte e paesaggio naturale.

3. Modalità di messa a disposizione

1. Archiviazione centralizzata: creazione di un archivio digitale organizzato per categorie (opere, eventi, paesaggi, strutture ricettive) accessibile ai partner e ai media.
2. Piattaforma online: implementazione di una sezione dedicata sul sito ufficiale BOMART TRAIL con download regolamentato di foto e video per giornalisti, tour operator e scuole/università.
3. Media kit: pacchetti multimediali preconfezionati per stampa e media digitali contenenti materiale aggiornato, descrizioni delle opere e informazioni sul percorso.

4. Canali social e newsletter: diffusione regolare di contenuti visuali su Instagram, Facebook, YouTube e newsletter, con particolare attenzione ai contenuti video per aumentare engagement e visibilità.
5. Collaborazione con enti turistici locali: condivisione di materiale fotografico e video con le Pro Loco, uffici turistici comunali e consorzi di promozione territoriale per campagne promozionali mirate.

4. Linee guida per l'utilizzo dei contenuti

- Riconoscimento del progetto: ogni utilizzo del materiale deve citare “Bologna Montana Art Trail – BOMART TRAIL”.
- Uso etico e sostenibile: valorizzare il territorio senza alterare l'esperienza naturale e culturale; rispetto della privacy di visitatori e volontari.
- Accesso regolamentato: definire livelli di accesso (pubblico, partner, stampa) per proteggere i diritti d'autore e garantire la corretta attribuzione.

5. Benefici attesi

- Promozionali: maggiore visibilità del percorso, delle opere d'arte e dei borghi lungo il cammino.
- Turistici: incremento del numero di visitatori e pernottamenti, incentivando il turismo lento e sostenibile.
- Culturali: valorizzazione della land art come elemento distintivo, rafforzando il riconoscimento del BOMART TRAIL a livello nazionale.
- Economici: supporto alla promozione di strutture ricettive, attività commerciali e operatori turistici locali.
- Sociali: coinvolgimento di comunità locali, artisti e volontari, stimolando senso di appartenenza e partecipazione.

6. Piano operativo sintetico

1. Raccolta e catalogazione materiale Archivio digitale centralizzato, database foto/video
2. Realizzazione contenuti aggiuntivi Riprese drone, interviste
3. Creazione media kit

In caso siano previste azioni di promozione istituzionale in occasione di fiere turistiche, organizzazione di press tour ed educational tour e altre attività similari organizzate di propria iniziativa e non rientranti nel piano del Territorio Turistico di Bologna-Modena e/o di Apt Servizi, puntuale motivazione sull'opportunità di tali azioni:

Motivazione delle azioni di promozione istituzionale e attività autonome

Le iniziative di promozione autonoma del Bologna Montana Art Trail (BOMART TRAIL), quali fiere turistiche, press tour ed educational tour, sono strategiche per:

- **Incrementare la visibilità nazionale e internazionale** del progetto, posizionandolo come itinerario unico di arte, natura e cultura.
- **Attrarre flussi turistici qualificati**, favorendo l'aumento di pernottamenti e consumi nelle strutture locali.
- **Valorizzare le opere di land art e il modello partecipativo**, rafforzando il riconoscimento culturale del territorio e le collaborazioni con artisti e comunità locali.
- **Garantire la sostenibilità economica e la replicabilità del progetto**, favorendo partnership, sponsorizzazioni e opportunità di promozione diretta.

Tali azioni, pur non rientrando nel piano di Apt Servizi o del Territorio Turistico Bologna-Modena, risultano pienamente coerenti con gli obiettivi turistici, culturali e socioeconomici del progetto.

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

BOMART TRAIL, con il suo approccio esperienziale, sostenibile e culturale, si integra perfettamente con le strategie di promozione turistica regionale e del Territorio Turistico Bologna-Modena.

Possibili azioni:

1. **Promozione congiunta:** inserimento del percorso e delle attività BOMART TRAIL nei portali, brochure e mappe ufficiali di Regione e APT.
2. **Eventi ed esperienze:** collaborazione per festival, workshop e pacchetti turistici integrati (escursioni + pernottamento + attività culturali).
3. **Rete di accoglienza:** convenzioni con strutture ricettive e operatori turistici già attivi nei circuiti regionali.
4. **Formazione e laboratori:** attività educative con scuole e università promosse dagli enti regionali.

Vantaggi attesi:

- Maggiore visibilità e attrattività regionale/nazionale.
- Incremento dei flussi turistici e dei pernottamenti.
- Accesso a reti di collaborazione e potenziali finanziamenti pubblici.

Conclusione:

L'integrazione rafforzerebbe BOMART TRAIL come itinerario culturale-naturalistico di rilevanza regionale, valorizzando l'Appennino bolognese e i territori montani coinvolti.

Breve report dell'edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità (solo per progetti ricorrenti già presentati nelle scorse edizioni del PTPL):

nessun progetto presentato precedentemente

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
<p>1. Progettazione e coordinamento</p> <p>Azioni principali:</p> <ul style="list-style-type: none">• Perfezionamento del tracciato di 100 km e delle infrastrutture (segnalazioni, punti acqua, aree sosta).• Pianificazione del calendario annuale della rassegna Bologna Montana Land Art.• Creazione del comitato tecnico-artistico e tavoli di governance con i Comuni. <p>2. Realizzazione del percorso e infrastrutture</p> <p>Azioni principali:</p> <ul style="list-style-type: none">• Integrazione delle oltre 1.400 segnalazioni lungo il percorso.• Monitoraggio dei 25 punti acqua e delle aree di sosta.• Manutenzione ecocompatibile dei sentieri e dei punti di interesse.	<p>• Approvazione del piano tracciato e delle mappe ufficiali.</p> <p>• Verbali delle riunioni di governance e decisioni sulle opere artistiche.</p> <p>• Ispezioni sul campo e controllo della segnaletica.</p> <p>• Report fotografici e manutentivi periodici.</p>

3. Produzione artistica e culturale

Azioni principali:

- Selezione e coinvolgimento di artisti italiani e internazionali.
- Realizzazione di opere di land art site-specific (oltre 50 previste nel corso dei prossimi anni).
- Organizzazione di workshop e laboratori artistici con comunità locali e scuole.

4. Attività turistiche e promozionali

Azioni principali:

- Promozione del percorso tramite eventi, media e canali digitali.
- Collaborazione con strutture ricettive, ristoranti e operatori locali.
- Organizzazione di attività collaterali: festival, trekking guidati, eventi aziendali e culturali.

5. Coinvolgimento della comunità e volontariato

Azioni principali:

- Mobilitazione di volontari locali per manutenzione, accoglienza e supporto eventi.
- Attivazione di progetti intergenerazionali e educational con scuole/università.

6. Monitoraggio e sostenibilità

Azioni principali:

- Monitoraggio dell'impatto turistico, culturale, economico, sociale e ambientale.
- Verifica dell'utilizzo di materiali naturali e biodegradabili nelle opere.
- Gestione economica sostenibile tramite partnership e autofinanziamento.

- Inventario e catalogazione delle opere installate.
- Numero di partecipanti ai laboratori e feedback dei visitatori.

- Analisi del numero di visitatori e pernottamenti.

- Copertura stampa/web e partecipazione agli eventi.

- Numero di volontari attivi e ore di servizio.
- Feedback della comunità locale e report sulle attività educative.

- KPI: incremento visitatori (+30%), opere installate (≥ 25), incremento presenze turistiche (+20%), volontari ≥ 50 /anno, opere 100% naturali/riciclate.
- Bilanci economici e report di sostenibilità ambientale e sociale.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 40.000,00 (iva inclusa se dovuta)

Non ammesse spese per € 11.000,00 beni durevoli (€ 9.000,00 realizzazione opere land art, € 2.000,00 cartellonistica).

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 29.000,00 (iva inclusa se dovuta)

PUNTEGGIO: 80

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

7) YODA APS - IT.A.CÀ migranti e viaggiatori: festival del turismo responsabile

PG n. 72138/2025

integrazione PG n. 74305/2025

integrazione PG n. 75741/2025

integrazione PG n. 76741/2025

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. Comune di Monzuno
2. Comune di Casalecchio di Reno
3. Comune di Camugnano

DESCRIZIONE SINTETICA

Negli ultimi anni Bologna ha consolidato il proprio ruolo di destinazione turistica di rilievo nel panorama nazionale e internazionale, grazie a una combinazione di patrimonio culturale, vivacità artistica, eventi diffusi e forte identità locale. La città e la sua area metropolitana hanno saputo diversificare la propria offerta, coniugando la dimensione urbana con quella collinare e appenninica, e diventando punto di riferimento per un turismo culturale e di esperienza. La ripresa post-pandemica ha portato a un ritorno importante dei flussi turistici, ma anche alla consapevolezza della necessità di sviluppare modelli più equilibrati e sostenibili, capaci di distribuire i visitatori lungo tutto l'anno e di valorizzare le aree meno note del territorio. In questo scenario, Bologna sta progressivamente orientando le proprie strategie verso forme di turismo che pongano al centro la qualità della fruizione, la partecipazione della comunità locale e il rispetto dell'ambiente e delle persone. Il progetto IT.A.CÀ, giunto alla sua XVIII edizione, si inserisce in questo percorso, promuovendo il turismo sostenibile, accessibile e di prossimità attraverso un'ampia varietà di eventi, itinerari e attività che valorizzano la cultura locale e favoriscono relazioni autentiche tra abitanti e viaggiatori. Il festival rappresenta oggi una realtà consolidata e riconosciuta a livello locale e non solo, capace di coniugare sensibilizzazione, sperimentazione e partecipazione attiva. Grazie a una rete di partner e collaborazioni, IT.A.CÀ si sviluppa come un festival innovativo e inclusivo che promuove il turismo lento attraverso itinerari a piedi e in bicicletta, esperienze culturali e attività sociali che permettono di conoscere il territorio in modo approfondito e consapevole. Elemento distintivo del progetto è la coprogettazione partecipativa, che coinvolge enti pubblici, associazioni, cooperative, imprese, operatori culturali e cittadini. Questa modalità di lavoro, facilitata da Yoda APS, applica un approccio di learning by doing che sensibilizza i partecipanti su temi quali la mobilità sostenibile, l'accessibilità universale e la riduzione dell'impatto ambientale.

Obiettivi principali

- **Promuovere il turismo responsabile, lento e di prossimità**, valorizzando il patrimonio culturale, naturale e sociale della Città Metropolitana di Bologna e favorendo una fruizione rispettosa e consapevole dei luoghi.
- **Rafforzare l'immagine di Bologna** come destinazione di turismo sostenibile, accessibile e inclusivo, capace di integrare città e territorio in una visione unitaria e coerente.
- **Sperimentare e consolidare modelli turistici replicabili**, attraverso la diversificazione delle esperienze e la creazione di nuovi hub locali che amplino l'offerta in modo innovativo.
- **Coinvolgere attivamente la comunità locale**, integrando soggetti profit e non-profit nella creazione di percorsi turistici che rafforzino l'identità territoriale e favoriscano lo sviluppo di economie circolari e solidali.
- **Tutela del tessuto sociale ed economico cittadino**, promuovendo un turismo che generi benefici equi e diffusi per la comunità.
- **Destagionalizzare e distribuire i flussi turistici**, per rendere il territorio attrattivo tutto l'anno e valorizzare anche le aree meno frequentate.
- **Sostenere la transizione ecologica nel turismo**, incoraggiando pratiche e progettualità orientate alla riduzione dell'impatto ambientale e all'uso responsabile delle risorse.

- **Favorire inclusione e accessibilità**, proponendo attività fruibili da tutte e da tutti, con particolare attenzione alle persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive, e alle persone migranti.
- **Intercettare pubblici specifici**, come viaggiatori responsabili, famiglie e persone con bisogni speciali, attraverso un'offerta calibrata sulle diverse esigenze e interessi.

Questa combinazione di obiettivi e azioni fa di IT.A.CÀ non solo un evento turistico-culturale, ma una vera piattaforma partecipativa capace di generare valore duraturo per la comunità locale.

Alla sua XVIII edizione, il festival conferma il proprio ruolo di punto di riferimento per la promozione del turismo responsabile nella Città Metropolitana di Bologna, contribuendo a rafforzare la semantica turistica del brand territoriale con i valori della sostenibilità, dell'inclusione e della responsabilità.

AZIONI

1 – Coprogettazione delle attività

Come nelle precedenti edizioni, la coprogettazione partecipata rappresenta un pilastro fondamentale del progetto. La progettazione avviene attraverso focus group e tavoli di lavoro territoriali, sia in presenza che online, che coinvolgono realtà già attive sui temi del turismo responsabile e nuovi interlocutori del tessuto economico, sociale e culturale.

Facilitati da Yoda APS, questi incontri consentono di raccogliere bisogni e proposte, costruendo percorsi condivisi e stimolando la partecipazione attiva attraverso il learning by doing. Particolare attenzione sarà dedicata alla progettazione dell'accessibilità, applicando il principio del design for all: percorsi e attività saranno fruibili da persone con diverse disabilità, integrando guide LIS, mappe tattili, materiali accessibili e supporti digitali dedicati.

2 – Realizzazione delle attività di progetto

Saranno realizzati itinerari tematici e iniziative esperienziali per scoprire Bologna e il suo territorio metropolitano — dalle aree urbane ai borghi dell'Appennino e della Pianura — promuovendo un approccio lento, sostenibile e partecipato. In ambito urbano, gli itinerari racconteranno la storia dei movimenti e delle comunità che hanno reso Bologna un simbolo di diritti e innovazione sociale, approfondendo temi legati all'intercultura, alla memoria delle donne, ai diritti LGBTIQ+, alle controculture giovanili e alla storia politica e industriale della città, con laboratori, performance e incontri con protagonisti locali. In Appennino, gli itinerari saranno pensati come esperienze lente e inclusive che favoriscono la conoscenza dei luoghi e l'incontro con le comunità locali. Verranno proposti percorsi dedicati al rapporto tra persone e natura, alla memoria collettiva, ai cammini storici e alla connessione tra poesia, arte e paesaggio. In Pianura, i percorsi in bicicletta valorizzeranno il patrimonio rurale e fluviale, la memoria storica e musicale e il legame tra città e campagna. Si proporranno esperienze di mobilità dolce, esplorazioni lungo i corsi d'acqua e valorizzazione delle ciclovie metropolitane in collaborazione con i Comuni del territorio. Gli itinerari saranno accompagnati da approfondimenti culturali, spettacoli, mostre, musica e incontri, trasformando ogni percorso in un'occasione di apprendimento, dialogo e partecipazione attiva. Come nelle scorse due edizioni, è nostra intenzione ampliare la rete territoriale del festival organizzando due eventi anche nei territori di Modena e Mirandola, in continuità con la collaborazione avviata con i Comuni e le realtà locali.

3 – Attività di comunicazione del progetto

La comunicazione sarà articolata su più canali, adattando linguaggi e strumenti ai diversi pubblici.

- Campagne social: Facebook per il pubblico over 30; Instagram e YouTube per gli under 30; newsletter, Telegram e WhatsApp per la comunicazione diretta.
- Storytelling territoriale con interviste, articoli e video diffusi su social e sito ufficiale.
- Ufficio stampa e media partnership con testate locali e nazionali.
- Visual identity coordinata con le altre tappe IT.A.CÀ del territorio Bologna-Modena.
- Accessibilità e multilinguismo: sito ottimizzato per dispositivi mobili, sistemi di traduzione automatica e contenuti accessibili.
- Coordinamento interterritoriale delle strategie di comunicazione tra le tappe per una promozione coerente e unitaria del festival.

Per gli eventi del Festival IT.A.CÀ non viene richiesto alcun pagamento agli utenti per coprire le spese sostenute da Yoda APS per l'organizzazione delle attività incluse nel progetto.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO

Città di Bologna, Casalecchio di Reno, Unione dei Comuni dell'Appennino Bolognese (Monzuno, Marzabotto, Camugnano), Lizzano in Belvedere, Ozzano dell'Emilia, Castel del Rio, Budrio, Monteveglio, area modenese (Modena, Mirandola).

PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE

Gennaio – Dicembre 2026

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti:

Il festival IT.A.CÀ si distingue per la capacità di valorizzare il territorio attraverso un modello di turismo responsabile e sostenibile, che promuove esperienze autentiche e un approccio di viaggio lento e consapevole. L'obiettivo è ampliare e qualificare l'offerta turistica locale, favorendo la scoperta delle aree meno conosciute e incentivando la permanenza sul territorio di un pubblico diversificato, composto da viaggiatori interessati alla cultura, all'ambiente, all'inclusione e alle pratiche di un turismo più etico. Le attività proposte spaziano da itinerari tematici, cammini, percorsi in bicicletta e laboratori esperienziali fino a eventi culturali, mostre e spettacoli che mettono in dialogo paesaggio, comunità e patrimonio locale. Il festival offre così un'occasione per esplorare il territorio con sguardi nuovi, integrando dimensione ambientale, culturale e sociale in un'unica proposta turistica diffusa. Nel corso delle ultime edizioni, IT.A.CÀ ha dimostrato una crescente capacità di attrarre flussi di pubblico, diventando un punto di riferimento per il turismo responsabile. L'edizione 2024 aveva già registrato una quasi totale copertura degli eventi, e anche nel 2025 questo trend si è confermato, con un'alta partecipazione e un forte apprezzamento da parte del pubblico. Il festival rappresenta inoltre uno strumento di promozione integrata del territorio metropolitano, collegando aree urbane, appenniniche e di pianura in un'unica narrazione. Tale approccio consente di valorizzare non solo la città di Bologna ma anche i comuni minori, spesso esclusi dai principali circuiti turistici, rafforzando la coesione territoriale e incentivando la fruizione di aree con un grande potenziale naturalistico, storico e umano.

Attraverso la collaborazione con enti pubblici, enti del terzo settore, cooperative, operatori turistici e produttori locali, IT.A.CÀ stimola un turismo di prossimità che sostiene le economie locali e contribuisce alla destagionalizzazione dei flussi, distribuendo l'interesse turistico durante tutto l'anno. IT.A.CÀ rafforza inoltre il senso di appartenenza e orgoglio identitario della comunità locale, che da semplice spettatrice diventa protagonista attiva del progetto: cittadini, artisti, guide, enti e associazioni cooperano nella progettazione e realizzazione delle iniziative, creando un modello di turismo partecipativo basato sulla condivisione e sulla cura del territorio. Infine, il festival si pone come strumento di educazione civica e ambientale, promuovendo buone pratiche legate alla mobilità dolce, alla riduzione dell'impatto ambientale e alla tutela del paesaggio, contribuendo così a consolidare la reputazione di Bologna e del suo territorio come destinazione turistica attenta alla sostenibilità, all'innovazione sociale e all'accoglienza.

2) Coerenza con gli obiettivi delle “Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027” e con il quadro di riferimento di cui alle premesse dell'Avviso PTPL 2026:

Il progetto IT.A.CÀ – migranti e viaggiatori aderisce pienamente agli obiettivi delle Linee guida triennali 2025–2027 della Regione Emilia-Romagna, che promuovono un modello di turismo ispirato ai principi

dell'Agenda 2030 e del Green Deal europeo, volto a garantire sostenibilità, inclusione, accessibilità e innovazione digitale. Attraverso la valorizzazione di itinerari meno conosciuti e l'adozione di pratiche a basso impatto ambientale, il festival contribuisce a diversificare l'offerta turistica regionale, rafforzando il brand Emilia-Romagna come destinazione autentica e responsabile. IT.A.CÀ favorisce una nuova narrazione del territorio basata su esperienze lente, relazioni umane e scoperta del patrimonio diffuso, in linea con la visione regionale di un turismo esperienziale di qualità. Il progetto sostiene il turismo di prossimità, stimola l'economia locale e contribuisce alla destagionalizzazione dei flussi turistici, distribuendo le presenze anche nei periodi di minor affluenza. Grazie alla sua struttura diffusa e al coinvolgimento di diversi comuni dell'area metropolitana, IT.A.CÀ rafforza la connessione tra Bologna, l'Appennino e la Pianura, promuovendo un modello di turismo territoriale integrato. La coprogettazione partecipata è un elemento chiave che risponde agli obiettivi regionali di promuovere forme di turismo rigenerative, in cui la comunità locale è parte attiva e non solo destinataria dell'offerta. Il festival coinvolge enti pubblici, associazioni, operatori turistici, cittadini e artisti nella co-creazione di esperienze, generando benefici diffusi e consolidando il senso di appartenenza al territorio. Questo approccio, basato su relazioni e scambi, rafforza la coesione sociale e contribuisce alla costruzione di un'identità turistica condivisa e consapevole. Coerentemente con le linee regionali sulla transizione digitale, IT.A.CÀ integra strumenti di comunicazione e promozione accessibili a tutte e tutti: il sito e i materiali digitali vengono aggiornati per garantire accessibilità, fruibilità multilingue e compatibilità con dispositivi mobili. I target di riferimento comprendono viaggiatori e viaggiatrici interessati a esperienze autentiche e sostenibili, che amano camminare, pedalare e scoprire il territorio in modo attivo e rispettoso. Parallelamente, il festival si rivolge a residenti e turisti culturali che desiderano approfondire la conoscenza del patrimonio locale, naturale ed enogastronomico, riscoprendo i ritmi lenti e la dimensione relazionale del viaggio. I segmenti prevalenti sono quelli del turismo individuale, familiare e di piccoli gruppi, conformi ai principi di responsabilità e sostenibilità. Il festival dedica inoltre particolare attenzione a giovani (18–30 anni) e studenti universitari, con proposte legate a percorsi culturali alternativi, arti urbane e rigenerazione sociale. Un obiettivo in crescita per l'edizione 2026 è quello di ampliare il coinvolgimento del target infanzia e famiglie, sviluppando cammini e percorsi accessibili, segmentati e integrati con attività laboratoriali e momenti di partecipazione condivisa. In continuità con le precedenti edizioni, IT.A.CÀ mira a rafforzare il coinvolgimento delle persone con disabilità e della comunità migrante, sviluppando esperienze turistiche inclusive, accessibili e interculturali, costruite in collaborazione con realtà ed esperti del settore. Infine, in collaborazione con il Centro Risorse LGBTI e altre realtà impegnate nella promozione dei diritti umani e nel contrasto alle discriminazioni, il progetto intende promuovere un turismo inclusivo, accessibile e rispettoso dei diritti umani, attraverso percorsi culturali, attività di informazione e buone pratiche che valorizzino la diversità come parte integrante del patrimonio sociale e culturale del territorio.

In questo modo, IT.A.CÀ contribuisce in maniera concreta alla realizzazione degli obiettivi strategici regionali, proponendo un modello di turismo innovativo, equo e sostenibile, capace di generare valore per il territorio e per le persone che lo vivono.

3) Descrizione puntuale degli obiettivi e dei mercati e della coerenza interna rispetto alle azioni e ai costi:

Gli obiettivi, i target e le azioni del progetto IT.A.CÀ sono fortemente integrati e coerenti tra loro, garantendo una struttura solida e funzionale al raggiungimento dei risultati attesi. Il festival mira a promuovere e consolidare il turismo responsabile, coinvolgendo sia il pubblico locale sia quello nazionale e internazionale, con particolare attenzione ai mercati di corto e medio raggio. Bologna, grazie alla sua posizione strategica e alla rete dei collegamenti, rappresenta un punto di accesso ideale per visitatori interessati a esperienze autentiche e culturali. Il progetto adotta un approccio inclusivo e accessibile, offrendo attività fruibili da pubblici diversi e integrando azioni specifiche per l'accessibilità. Il budget sarà distribuito in modo equilibrato tra le diverse fasi — co-progettazione, realizzazione, comunicazione e accessibilità — assicurando la sostenibilità economica e la massima efficacia delle azioni. In linea con le priorità del Territorio Turistico Bologna-Modena, il progetto si articola su più linee di prodotto che rispondono ai diversi mercati e segmenti turistici di riferimento:

- **City Break:** IT.A.CÀ valorizza il patrimonio storico e culturale attraverso itinerari urbani che uniscono luoghi simbolici, spazi pubblici e aree verdi, inclusi quartieri periferici. Questa impostazione rafforza Bologna come destinazione ideale per brevi soggiorni esperienziali, in linea con la crescente tendenza dei viaggiatori verso esperienze personalizzate e autentiche.
- **Cultura:** Il festival promuove il patrimonio culturale, sociale e naturale della Città Metropolitana, collegando luoghi e comunità attraverso eventi e percorsi che raccontano la storia, l’identità e la memoria collettiva. Questa prospettiva diffusa favorisce una fruizione culturale integrata e partecipata.
- **Outdoor Active & Slow:** L’impegno di IT.A.CÀ verso il turismo attivo e sostenibile è pienamente coerente con gli obiettivi regionali di promozione del cicloturismo e dei cammini. Il progetto incentiva la mobilità dolce, il rispetto ambientale e un approccio immersivo e consapevole alla scoperta del territorio, favorendo esperienze all’aria aperta che coniugano benessere, cultura e natura.
- **Natura e Benessere:** Il festival valorizza il patrimonio naturalistico e paesaggistico, urbano ed extraurbano, incoraggiandone una fruizione sostenibile e consapevole. Gli itinerari promuovono il contatto con la natura e la qualità della vita, sia per i residenti sia per i visitatori.
- **Food & Wine:** Fin dalla co-progettazione, il progetto coinvolge produttori locali, botteghe e consorzi, creando sinergie tra cultura, enogastronomia e turismo sostenibile. Queste collaborazioni favoriscono la promozione dei prodotti tipici e delle filiere locali, rafforzando l’identità gastronomica del territorio.
- **Special Interest – Musica e arti performative:** Il festival valorizza la tradizione musicale e popolare del territorio attraverso eventi e collaborazioni con musicisti e artisti locali. Queste iniziative ampliano il pubblico interessato, collegando cultura e turismo esperienziale.
- **Sport e turismo attivo:** IT.A.CÀ promuove attività di cammino, trekking e cicloturismo, incoraggiando un contatto diretto con la natura e uno stile di vita salutare. Gli itinerari naturalistici rafforzano l’offerta outdoor del territorio e si integrano con le iniziative sportive metropolitane. Come nelle ultime due edizioni, è inoltre prevista l’organizzazione di alcuni eventi anche nei territori di Modena e Mirandola, in continuità con le collaborazioni avviate, per rafforzare la connessione tra i due territori e ampliare la promozione del turismo sostenibile nell’area Bologna–Modena. Nel suo complesso, IT.A.CÀ rappresenta un modello di coerenza tra strategia, azioni e risorse, in cui ogni attività contribuisce al raggiungimento degli obiettivi di valorizzazione territoriale, sostenibilità e inclusione, garantendo la massima efficacia nell’utilizzo dei fondi e, nel suo piccolo, un contributo concreto all’impatto turistico del territorio.

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

Il festival IT.A.CÀ adotta da anni misure concrete per ridurre l’impatto ambientale delle proprie attività, promuovendo comportamenti sostenibili e consapevoli sia tra i partner che tra il pubblico. Le azioni riguardano in particolare la riduzione, il riutilizzo e il riciclo dei materiali: viene evitato l’uso di prodotti monouso e, quando non è possibile, si privilegiano materiali biodegradabili e compostabili; viene costantemente ridotto l’utilizzo della plastica; la comunicazione avviene prevalentemente in formato digitale, per limitare il consumo di carta e favorire un approccio più responsabile alla promozione. Il festival incoraggia inoltre la mobilità sostenibile, promuovendo l’uso del trasporto pubblico, della bicicletta e degli spostamenti a piedi, sia per i partecipanti che per lo staff. In questo modo, IT.A.CÀ non è solo un evento dedicato alla sostenibilità, ma diventa anche uno strumento di sensibilizzazione collettiva, che invita ciascun partecipante a riflettere sul proprio impatto e sulle proprie scelte di viaggio, nella consapevolezza che non esistono attività a impatto zero, ma percorsi di miglioramento continuo. Scegliere il turismo responsabile significa adottare un approccio consapevole verso gli impatti ambientali del settore turistico e impegnarsi a ridurli attraverso azioni quotidiane, dalla logistica all’organizzazione degli eventi. Consapevoli anche dell’impatto ambientale del settore ICT (tecnologie dell’informazione e della comunicazione), dal 2021 IT.A.CÀ ha trasferito il proprio sito web presso il data center Green “00Gate” dell’azienda EXE.IT, alle porte di Bologna: una struttura in legno progettata secondo criteri di alta efficienza energetica e alimentata da energia solare in autoconsumo. Questa scelta riflette l’impegno del festival per una digitalizzazione sostenibile e coerente con i principi del progetto. www.festivalitaca.net/2021/02/green-server-accessibilita-website-it-a-ca Sul sito ufficiale sono inoltre pubblicate

le Linee guida per l'impatto ambientale, elaborate e condivise dalla squadra del festival, che forniscono indicazioni pratiche su come organizzare eventi sostenibili. <https://www.festivalitaca.net/il-festival/organizzare-eventi-sostenibili/> Nel 2025, IT.A.CÀ è stato inoltre riconosciuto come “Evento Green” all'interno del cartellone promozionale dell'Unione dei Comuni dell'Appennino Bolognese, nell'ambito della Green Community del territorio. Questo riconoscimento conferisce al festival un valore strategico non solo come manifestazione culturale e turistica, ma anche come strumento di trasformazione territoriale in chiave ecologica e partecipata, in linea con gli obiettivi della transizione verde promossa dalla Regione Emilia-Romagna.

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

Grazie alla rete di esperti costruita in anni di lavoro, Yoda APS, attraverso il progetto IT.A.CÀ, promuove un modello di turismo inclusivo e accessibile, fondato sui principi del design universale e del design for all, con l'obiettivo di garantire esperienze fruibili a persone con disabilità sensoriali e motorie. Per favorire una reale partecipazione, il festival adotta misure concrete di accessibilità: presenza di interpreti in Lingua dei Segni Italiana (LIS), mappe tattili, segnaletica intuitiva, materiali accessibili e itinerari progettati per rispondere alle diverse esigenze di mobilità. L'approccio del progetto è pratico e partecipativo: l'equipe di professionisti dell'accessibilità, composta da persone con e senza disabilità, affianca le reti locali coinvolte nella progettazione delle iniziative, promuovendo una tipologia di formazione continua “learning by doing”. Questa metodologia consente di sviluppare, insieme ai partner territoriali, un linguaggio condiviso e una maggiore sensibilità ai bisogni specifici, integrando il punto di vista delle persone con disabilità nelle fasi del processo creativo. Non si tratta quindi di proporre attività “dedicate”, ma di realizzare attività integrate, il più possibile accessibili e capaci di generare un arricchimento reciproco tra persone con e senza disabilità. In quest'ottica, il 2026 vedrà un maggior impegno nel lavoro di coprogettazione e di sperimentazione di pratiche inclusive, con un ruolo attivo delle persone con disabilità nella definizione delle metodologie e nella verifica dell'accessibilità. Saranno inoltre effettuati sopralluoghi specifici su percorsi, servizi e attrattività locali, con particolare attenzione agli strumenti di fruizione per le disabilità sensoriali (interpretariato LIS, mappe e strumenti tattili) e alla formazione informale dei soggetti locali coinvolti nel progetto. Tra gli esperti e le realtà di riferimento figurano l'Associazione La Girobussola, il Centro Documentazione Handicap APS – Cooperativa Accaparlante, il consulente Davide Valacchi, la Fondazione Silvia Parente, l'Istituto dei Ciechi F. Cavazza – Museo Tolomeo, e la Fondazione Gualandi. Sul piano digitale, il sito web del festival è ottimizzato per la fruizione accessibile da parte di persone con disabilità visive o uditive. La piattaforma integra la tecnologia Equal Web (www.equalweb.com), una delle soluzioni più avanzate a livello mondiale per l'accessibilità digitale, che garantisce un'esperienza di navigazione inclusiva e conforme agli standard internazionali. Questo approccio non solo promuove l'accessibilità e l'inclusione, ma contribuisce anche a rafforzare il legame tra il territorio e una comunità diversificata, rendendo IT.A.CÀ un modello di riferimento per l'accessibilità nel turismo responsabile e per la costruzione di una cultura condivisa dell'accoglienza.

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

IT.A.CÀ rappresenta un laboratorio vivente di turismo responsabile, che coniuga valorizzazione territoriale, inclusione sociale e sostenibilità ambientale. L'approccio innovativo risiede nella progettazione partecipata, che coinvolge fin dalle fasi iniziali comunità locali, enti pubblici, realtà associative e soggetti privati, favorendo un modello di governance collaborativo e condiviso.

L'innovazione di IT.A.CÀ si esprime attraverso:

- Involgimento attivo della comunità: il festival promuove una cultura turistica partecipata, trasformando i visitatori in “cittadini temporanei” e creando esperienze autentiche e relazionali, in grado di sostenere l'inclusione e valorizzare le diversità.

- Turismo lento e sostenibile: gli itinerari proposti incoraggiano la mobilità dolce e il contatto diretto con la natura e le comunità locali, offrendo un'alternativa consapevole al turismo di massa.
- Rete territoriale diffusa: IT.A.CÀ costruisce sinergie tra enti locali, associazioni e imprese, favorendo lo scambio di buone pratiche e la nascita di modelli replicabili di turismo sostenibile.
- Sostegno agli hub locali: il progetto mira a rafforzare presidi territoriali capaci di mantenere vivi itinerari ed esperienze durante tutto l'anno, fornendo strumenti di comunicazione e promozione.
- Un arcipelago di comunità: IT.A.CÀ agisce come una rete solidale che promuove un nuovo paradigma di sviluppo turistico fondato su equità, inclusione e rispetto, in cui il turismo non consuma i territori ma li rigenera. IT.A.CÀ quindi non è soltanto un festival, ma un movimento che agisce come un laboratorio per il turismo responsabile, promuovendo il rispetto per il territorio e per le persone che lo abitano.

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

- **foto/video** Come nelle scorse edizioni, verrà realizzato un archivio fotografico e audiovisivo dedicato alla promozione delle attività, dei luoghi e delle comunità locali. Il materiale racconterà non solo gli eventi del festival, ma anche il patrimonio culturale, naturale e umano dei territori coinvolti, contribuendo alla promozione integrata del Territorio Turistico Bologna-Modena. Il sito ufficiale e i canali social del festival rappresentano strumenti fondamentali di diffusione, grazie alla loro ampia rete di contatti e all'elevato seguito online.
- **drone**, il festival non dispone ancora di questa tecnologia, ma resta aperto a future collaborazioni con enti e professionisti del territorio che possano integrarla nella documentazione visiva delle attività.

In caso siano previste azioni di promozione istituzionale in occasione di fiere turistiche, organizzazione di press tour e educational tour e altre attività similari organizzate di propria iniziativa e non rientranti nel piano del Territorio Turistico di Bologna-Modena e/o di Apt Servizi, puntuale motivazione sull'opportunità di tali azioni: /

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

IT.A.CÀ – Festival del Turismo Responsabile è l'unico festival in Italia e in Europa dedicato a questi temi, e coinvolge una rete di realtà locali, nazionali e internazionali. Nel 2018 è stato premiato dalla World Tourism Organization (UNWTO) delle Nazioni Unite come uno dei progetti turistici più innovativi al mondo nella categoria Innovation in Non-Governmental Organizations. Il format del festival, adottato in diverse città e territori italiani, si inserisce in un contesto più ampio di promozione del turismo responsabile al livello nazionale, grazie a main media partnership in testate di calibro nazionale e alla costante collaborazione con AITR - Associazione Italiana Turismo Responsabile. A livello locale, IT.A.CÀ cercherà di collaborare con la tappa IT.A.CÀ Spilamberto – Valle del Panaro, anche attraverso un piano di comunicazione integrato volto a rafforzare il brand IT.A.CÀ nel contesto del Territorio Turistico Bologna-Modena.

Breve report dell'edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità (solo per progetti ricorrenti già presentati nelle scorse edizioni del PTPL):

L'edizione 2025 del festival IT.A.CÀ ha confermato il buon andamento dell'anno scorso, registrando un'ampia partecipazione, con la maggior parte degli eventi al completo e un numero crescente di persone che hanno preso parte a più attività, a testimonianza di un legame sempre più forte con il festival e di un interesse consolidato per i temi proposti. Punto fermo del festival rimane il lavoro di rete. La coprogettazione con le singole reti territoriali ha dato risultati concreti grazie al dialogo e alla collaborazione costante. Allo stesso tempo, riteniamo importante poter organizzare momenti di incontro con l'intera rete del festival, favorendo

una partecipazione più ampia: si tratta infatti di occasioni preziose per rafforzare il senso di squadra e condividere esperienze, idee e prospettive sul progetto festival. Siamo consapevoli che non è semplice riunire una rete così estesa in un unico momento, ed è per questo che promuoviamo più incontri durante l'anno, spesso ospitati presso i nostri partner, così da offrire l'opportunità di conoscersi meglio e creare nuove sinergie. Nel 2025, ad esempio, due incontri di rete si sono svolti presso la Cooperativa Sociale Accaparlante e l'Istituto dei Ciechi Francesco Cavazza: due esperienze particolarmente significative e utili per conoscere nuove realtà e rafforzare i legami all'interno della rete. In occasione di un altro incontro, tenutosi presso la Velostazione Ex Dynamo, abbiamo organizzato un laboratorio di serigrafia per la realizzazione delle magliette con il logo del festival, utilizzate dallo staff durante gli eventi. Anche questo si è rivelato un momento di collaborazione utile per rafforzare la rete. Tra gli aspetti su cui si intende continuare a lavorare, rientra il maggiore coinvolgimento delle persone con disabilità. Rispetto al 2024, si è registrato un calo di partecipazione, dovuto principalmente a rinunce dell'ultimo momento da parte di persone già iscritte. L'esperienza degli ultimi anni conferma che il coinvolgimento continuativo di persone con disabilità richiede modalità di relazione e organizzazione più flessibili, poiché eventuali difficoltà logistiche, di salute o personali possono influire sulla possibilità di partecipare alle attività. Il tema rimane centrale per il festival: nel 2026 si prevede di rafforzare il dialogo con le realtà specializzate e di collaborare con esperti del settore per individuare strategie più efficaci di coinvolgimento e accessibilità. Un altro aspetto su cui si intende migliorare riguarda il coinvolgimento della comunità migrante. Nonostante la collaborazione con la scuola di italiano Penny Wirton, non è stato possibile raggiungere il livello di partecipazione auspicato. Le difficoltà sono legate soprattutto agli impegni personali e alle situazioni di vita degli utenti, spesso non facili, che limitano la possibilità di partecipare in modo continuativo alla fase di co-progettazione. Per il futuro, si prevede di rivedere le modalità di collaborazione, privilegiando momenti di incontro più agili e sperimentando approcci di partecipazione informale, in collaborazione con mediatori culturali e operatori di comunità. Dal punto di vista organizzativo, si è riscontrata la necessità di rafforzare la sensibilizzazione ambientale dei partner e dei fornitori. In un paio di occasioni, è stato necessario ricordare ai referenti di non utilizzare bicchieri di plastica, nonostante l'indicazione fosse già stata data in fase di co-progettazione. Nelle prossime edizioni, si porrà maggiore enfasi sulle pratiche sostenibili attraverso accordi più chiari e verifiche preventive, per garantire la piena coerenza degli eventi del festival. Infine, non è stato ancora possibile aggiornare la pagina dedicata a IT.A.CÀ sulla piattaforma Outdooractive, che rappresenta uno strumento utile alla promozione degli itinerari anche oltre il periodo del festival (<https://www.outdooractive.com/en/source/it.a.ca-migranti-e-viaggiatori-festival-del-turismoresponsabile/803877753/#dmdtab=oax-tab4>). Nonostante il prezioso contributo di volontari e tirocinanti, la gestione di un progetto complesso come IT.A.CÀ richiede un impegno continuativo e coordinato. L'obiettivo è quello di aggiornare la piattaforma entro l'inizio del 2026, così da rendere gli itinerari fruibili e accessibili tutto l'anno.

Al seguente link trovate il programma completo dell'edizione 2025 <https://www.festivalitaca.net/edizione-2025/bologna/>. Segnaliamo che durante l'edizione 2025, il festival ha suscitato interesse anche a livello internazionale, come già accaduto altre volte. Dalla Finlandia ci ha contattato Johanna, rappresentante di un progetto di turismo sostenibile della municipalità di Ii, piccolo centro del nord del Paese. Johanna e suo marito hanno partecipato a una giornata del festival a Bologna, esprimendo grande entusiasmo per l'esperienza e per l'approccio partecipativo di IT.A.CÀ. Abbiamo condiviso la filosofia del festival, la sua origine, gli obiettivi e le modalità di coinvolgimento della comunità locale. L'interesse mostrato ha aperto la possibilità di futuri scambi e collaborazioni, confermando la capacità del festival di ispirare buone pratiche di turismo sostenibile anche oltre i confini nazionali.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Coprogettazione delle attività di progetto	<ul style="list-style-type: none"> -Numero di focus group/tavoli di lavoro realizzati. -Numero di realtà partecipanti (enti/associazioni/imprese). -Numero di proposte/contributi raccolti attuati nel programma. -Analisi dei feedback risultanti dall'incontro di chiusura del progetto.
Realizzazione eventi/itinerari di progetto (Itinerari a piedi e in bicicletta, Eventi culturali e laboratori) - Attività accessibili per persone con disabilità	<ul style="list-style-type: none"> -Numero totale di eventi/itinerari realizzati. -Numero di partecipanti. -Numero di attività effettivamente accessibili e numero di partecipanti con disabilità. -Questionari di gradimento.
Attività di comunicazione del progetto	<ul style="list-style-type: none"> -Statistiche di visualizzazione sul sito. -Interazioni social (like, condivisioni, commenti). -Numero di articoli o servizi media raccolti.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 26.000,00 (IVA inclusa se dovuta)

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 26.000,00 (IVA inclusa se dovuta)

PUNTEGGIO: 83

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

8) COMUNE DI CASTEL SAN PIETRO TERME - OUTDOOR TOUR

P.G. n. 72177/2025

integrazione P.G. n. 76296/2025

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. Comune di Medicina
2. Comune di Casalfiumanese
3. Comune di Castel del Rio

DESCRIZIONE SINTETICA

Il progetto “Outdoor Tours” è un progetto consolidato che si inserisce nel Programma Turistico di Promozione Locale (PTPL) del Territorio Turistico Bologna-Modena ed è finalizzato alla valorizzazione turistica dei piccoli borghi e dei luoghi di dimensioni ridotte con le loro tipicità e identità territoriali. Si tratta di un progetto di rete con il coordinamento di Castel San Pietro Terme, in qualità di Comune capofila, e la partecipazione dei Comuni di Medicina, Casalfiumanese e Castel del Rio. Gli obiettivi del progetto sono “Outdoor Active & Slow” e “Food & Wine”, con particolare riferimento alla promozione turistica delle eccellenze enogastronomiche del territorio che si realizza con l’organizzazione di iniziative ed eventi tematici, tra cui percorsi esperienziali legati all’olio EVO extravergine di oliva; degustazione di vini del territorio, visite presso le cantine, degustazioni di prodotti tipici come la cipolla di Medicina, il Marrone di Castel del Rio IGP, lo Squacquerone di Romagna DOP, i mieli. Eventi e iniziative accompagnate anche da intrattenimenti musicali.

Con queste iniziative di promozione si contribuisce a potenziare l’attrattività turistica della destinazione e la valorizzazione delle produzioni locali, potenziando così l’immagine turistica di un territorio attivo e fruibile tutto l’anno. “Outdoor tour” è un progetto consolidato in cui i territori coinvolti sposano a pieno lo stile di vita “slow” come uno dei principali elementi attrattivi in cui il visitatore può trascorrere esperienze in totale immersione nella natura e nelle aree verdi lontano dalla frenesia delle grandi città. Il progetto di rete intende coinvolgere le attività economiche commerciali, le aziende agricole e le aziende del settore del turismo rafforzando in questo modo la partnership pubblico – privata per la promozione del territorio. Il progetto sarà realizzato con eventi e

iniziativa ad accesso libero senza la vendita di biglietti a carico dell’utente, garantendo a tutte e tutti la fruizione ed eliminando le barriere economiche e sociali tra cittadini, visitatori e turisti.

Anche per l’edizione 2026 si realizzeranno suggestivi percorsi legati al vino, con visite alle cantine e alle vigne del territorio, luoghi in cui emerge una forte passione per il prodotto “wine”. Come elemento innovativo per il 2026 si vuole implementare il progetto con l’obiettivo “Cultura”, rientrante tra gli “Obiettivi Bologna” del PTPL 2026 attraverso l’ iniziativa “Cortili aperti” con visite guidate per ammirare le bellezze celate dietro i portoni dei palazzi storici del territorio di riferimento e per immergersi in luoghi senza tempo, circondati dalle meraviglie del patrimonio artistico e culturale per la valorizzazione dei piccoli borghi e dei luoghi del Territorio Turistico Bologna – Modena con le proprie ville, rocche e castelli, luoghi storici, cortili, giardini, androni, chiostri, solitamente chiusi. Il progetto intende rafforzare l’immagine di un territorio accogliente, sostenibile e fruibile tutto l’anno, in piena coerenza con le Linee guida regionali di promo – commercializzazione, per le annualità 2025 – 2027 e con gli indirizzi strategici di destagionalizzazione e creazioni di reti per la promozione del territorio. “Outdoor tour” è rivolto principalmente a visitatori interessati alla natura, all’enogastronomia e alle attività all’aria aperta in grado di immergersi in piccoli borghi e luoghi lontani dalla frenesia delle grandi città.

AZIONI

Con il progetto “Outdoor tour” si vuole porre l’attenzione sulla promozione di un “turismo slow” con manifestazioni, iniziative ed eventi di particolare attrazione turistica che si svolgono annualmente nei comuni aderenti. Grazie al Programma Turistico di Promozione Turistica il “turismo slow” verrà valorizzato in modo coordinato sulla base dell’Avviso del PTPL 2026. Elemento che ne aumenta il valore e la partecipazione turistica. Tra le varie iniziative ed eventi verrà organizzata la manifestazione “Very Slow” che si tiene a Castel San Pietro Terme in primavera, evento per la promozione delle eccellenze enogastronomiche a km 0 e dei prodotti tipici locali, comprendendo un ampio cartellone di iniziative e attività all’aria aperta con degustazioni di vini con sommelier esperti. Ed ancora escursioni guidate con degustazioni nei territori di Medicina e di Casalfiumanese e con attività di promozione del Marrone IGP di Castel del Rio.

Le azioni che verranno realizzate sono:

- Valorizzazione delle produzioni locali (olio EVO, vini, mieli, prodotti DOP e Marrone di IGP di Castel del Rio) attraverso iniziative tematiche, degustazioni, cammini e visite guidate;
- Promozione del territorio e delle le attività outdoor con escursioni tematiche nei territori coinvolti, anche con guide ambientali escursionistiche per scoprire le oasi, le aree verdi e le peculiarità naturalistiche dei luoghi coinvolti;
- Potenziamento dell’identità turistica territoriale integrando natura, spettacoli ed enogastronomia;
- Coinvolgimento degli operatori economici locali (aziende agricole, cantine, produttori, strutture ricettive, esercizi commerciali) in un’azione coordinata di promozione;
- Valorizzazione del patrimonio dei piccoli borghi e luoghi per ammirare le bellezze di cortili e palazzi storici del territorio;
- Attrazione di nuovi pubblici attraverso l’organizzazione di spettacoli in grado di unire arte, musica e gusto in un’unica esperienza.

Gli eventi previsti dal progetto sono gratuiti e non sono pertanto previste forme di pagamento a carico dell’utente finale per la fruizione dei servizi promossi tramite le spese oggetto di contributo.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO

Territorio Turistico Bologna - Modena con particolare riferimento alla Città Metropolitana di Bologna e al circondario imolese. Le azioni verranno realizzate nei diversi Comuni coinvolti: Castel San Pietro Terme, Medicina, Casalfiumanese, Castel del Rio. In particolare piazze, aree verdi, palazzi storici, ville comunali, oasi, cantine, aziende agricole dei territori partner.

PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE

Le azioni verranno realizzate nel corso dell'anno 2026, con particolare riferimento alla primavera e all'autunno in un'ottica di destagionalizzazione turistica e di territorio fruibile tutto l'anno.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti:

Il progetto “Outdoor Tour” rappresenta un modello di promozione territoriale condivisa e ha una forte valenza turistica strategica per il Territorio Turistico Bologna – Modena grazie alla sua peculiarità di valorizzare in modo coordinato e integrato le attività outdoor, l'enogastronomia e i momenti di intrattenimento e spettacolo nei Comuni coinvolti. L'iniziativa risponde pienamente ai contenuti dell'Avviso del PTPL 2026 e alle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale per il triennio 2025 – 2027 in coerenza con gli indirizzi di destagionalizzazione, sostenibilità, accessibilità, progetti sovralocali e creazione di reti territoriali e con gli obietti “Outdoor Active & Slow”, “Food & Wine” e Cultura”. Con ricco calendario di eventi, iniziative, percorsi esperienziali, degustazioni e visite guidate, il progetto contribuisce a potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo un modello di turismo slow e sostenibile. Questo permette di raggiungere target di visitatori interessati alle attività outdoor, all'enogastronomia, alle esperienze lontano dalla frenesia delle grandi città e consolidare l'immagine di una destinazione accogliente, autentica e sostenibile. La sinergia tra pubblico e privato rappresenta un ulteriore elemento qualificante con il coinvolgimento di aziende agricole, cantine, produttori, attività commerciali, associazioni rafforzando così il tessuto economico e sociale locale e stimolando la nascita di nuove collaborazioni.

2) Coerenza con gli obiettivi delle “Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027” e con il quadro di riferimento di cui alle premesse dell'Avviso PTPL 2026:

Il progetto “Outdoor Tours”, coerente con gli indirizzi delle Linee guida triennali regionali per la promo-commercializzazione turistica 2025–2027 e con il quadro strategico del PTPL 2026, intende sviluppare un modello di turismo fondato sulla valorizzazione integrata dei territori e delle identità locali.

Il progetto contribuisce a rafforzare l'identità dei territori coinvolti, promuovendo i valori dei territori coinvolti attraverso esperienze legate alla natura, all'enogastronomia e alla cultura dei comuni partner.

Con “Outdoor tour” si vuole inoltre promuovere un turismo esperienziale e slow, orientato alla sostenibilità ambientale, alla valorizzazione delle aree naturali e alla fruizione del territorio attraverso percorsi, cammini, escursioni e attività all'aria aperta. Risulta inoltre fondamentale l'integrazione tra cultura, enogastronomia e natura come elementi centrali dell'offerta turistica, in linea con gli “Obiettivi Bologna” del PTPL 2026 e il potenziamento delle reti territoriali pubblico – private, coinvolgendo Comuni, aziende agricole, cantine, produttori locali, strutture ricettive e operatori turistici in una logica di co - progettazione. Rendere il turismo accessibile e inclusivo, grazie agli eventi e iniziative gratuite permette di raggiungere superare barriere economiche o sociali e garantire eventi gratuiti per tutti e tutte. L'inserimento dell'obiettivo “Cultura”, con l'iniziativa “Cortili aperti”, risponde inoltre alle finalità del PTPL 2026 di valorizzare il patrimonio storico - artistico dei Borghi del Territorio Turistico Bologna - Modena con le proprie ville, rocche e castelli, favorendo la conoscenza dei luoghi meno noti e la creazione di nuovi itinerari culturali integrati.

3) Descrizione puntuale degli obiettivi e dei mercati e della coerenza interna rispetto alle azioni e ai costi:

Il progetto “Outdoor Tours” vuole raggiungere gli obiettivi di “Outdoor Active & Slow”, “Food & Wine” e “Cultura” finalizzati alla promozione turistica sostenibile dei territori coinvolti, con un approccio integrato tra natura, enogastronomia e cultura in modo coerente con gli indirizzi strategici del PTPL 2026.

Gli obiettivi possono essere così articolati:

1. Valorizzazione delle identità locali

- Promuovere i prodotti tipici e le eccellenze agroalimentari del territorio
- Potenziare l'immagine positiva di un territorio autentico e accogliente

2. Sviluppo del turismo outdoor e slow

- Organizzare escursioni turistiche all'aria aperta, camminate e attività a contatto con la natura
- Destagionalizzare, con eventi distribuiti tra primavera e autunno

3. Rafforzamento della rete pubblico – privata locale

- Creare partnership pubblico – privati con aziende agricole, cantine, strutture ricettive e attività commerciali per la promozione del territorio

4. Promozione del patrimonio storico e culturale

- Valorizzare le architetture, i palazzi storici, le ville, le rocche e i cortili dei borghi attraverso visite guidate dedicate in luoghi di solito chiusi al pubblico

5. Inclusione e accessibilità

- Garantire eventi e attività a ingresso libero, senza barriere economiche o sociali, favorendo un turismo sostenibile e accessibile

Il progetto si rivolge al mercato Italia sia regionale che extraregionale e al mercato europeo, con una particolare attenzione al turismo di prossimità.

Il progetto presenta una coerenza interna tra le finalità strategiche, le azioni operative e la previsione dei costi:

Obiettivi specifici	Azioni previste	Tipologia di costi coerenti
Valorizzazione delle produzioni locali	Organizzazione di eventi enogastronomici, degustazioni, visite guidate, percorsi esperienziali	Costi per organizzazione eventi, allestimenti, sicurezza, logistica, promozione
Promozione del turismo outdoor	Escursioni, attività all'aria aperta con guide ambientali	Costi per guide, navette e servizi tecnici
Partnership pubblico – privata	Creazione di reti con operatori economici, cantine e realtà del Terzo Settore	Costi per comunicazione coordinata e materiale di promozione
Valorizzazione del patrimonio culturale	Visite guidate, eventi culturali e musicali	Costi per organizzazione eventi, servizi artistici, allestimenti, comunicazione
Inclusione	Eventi gratuiti e accessibili, iniziative	Costi per servizi di degustazioni
accessibilità e sostenibilità	inclusive e attente all' utilizzo di prodotti locali a km 0	prodotti locali

La coerenza tra obiettivi, azioni e costi garantisce una chiara corrispondenza tra finalità strategiche e azioni misurabili (numero di eventi, visitatori, operatori coinvolti), con un'efficace valorizzazione delle risorse locali e la piena rispondenza ai criteri del PTPL 2026.

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

Il progetto adotta un approccio sostenibile in tutte le sue fasi, in coerenza con gli indirizzi della Destinazione Turistica Bologna–Modena, con l'obiettivo di realizzare un turismo sostenibile.

Si vuole ridurre al minimo l'impatto ambientale delle attività previste, promuovendo modelli di fruizione turistica rispettosi dell'ambiente con anche utilizzo di materiali riutilizzabili o compostabili (bicchieri, stoviglie,

tovaglie) in tutte le manifestazioni e degustazioni con eliminazione della plastica monouso con installazione di punti di raccolta differenziata presso gli eventi e utilizzo principale di fornitori locali e a km0, valorizzando i prodotti del territorio.

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

Le azioni del progetto saranno programmate e realizzate in modo da promuovere un modello di turismo inclusivo e accessibile a tutte e tutti, in modo da garantire l'accesso, la partecipazione e la piena esperienza anche per le persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive. L'obiettivo è di rendere i borghi e i territori inclusivi, attrattivi e accoglienti, con particolare attenzione a piazze, parchi, palazzi storici e spazi pubblici privi di barriere architettoniche. La piena accessibilità si realizza anche grazie alla realizzazione di eventi gratuiti, abbattendo così le barriere economiche e sociali.

Si vogliono inoltre realizzare materiali informativi accessibili in formato digitale, con testi ad alta leggibilità con linguaggio chiaro, frasi brevi per facilitare la comprensione dei contenuti a persone con disabilità cognitive o disturbi dell'apprendimento.

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

“Outdoor Tours” è un progetto consolidato, ma introduce importanti elementi di innovazione pur mantenendo la continuità con le esperienze precedenti. La principale novità è l'integrazione dell'obiettivo “Cultura” con l'iniziativa di visite guidate di palazzi storici, ville, o cortili solitamente chiusi al pubblico per valorizzare l'identità dei luoghi coinvolti e con l'inserimento di intrattenimenti musicali e spettacoli di qualità. Il progetto amplia inoltre l'offerta con percorsi accessibili e inclusivi per persone con disabilità motorie, sensoriali e cognitive, promuovendo un turismo realmente per tutte e tutti con la creazione di percorsi integrati che uniscono esperienze outdoor, degustazioni e momenti culturali, offrendo un modello di turismo “multisensoriale e narrativo” che valorizza le identità locali in modo coordinato.

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

- **foto/video:** saranno realizzati video e foto

In caso siano previste azioni di promozione istituzionale in occasione di fiere turistiche, organizzazione di press tour ed educational tour e altre attività similari organizzate di propria iniziativa e non rientranti nel piano del Territorio Turistico di Bologna-Modena e/o di Apt Servizi, puntuale motivazione sull'opportunità di tali azioni:

Non sono previste azioni di promozione istituzionale in occasione di fiere turistiche, organizzazione di press tour ed educational tour e altre attività similari organizzate di propria iniziativa e non rientranti nel piano del Territorio Turistico di Bologna-Modena o di ATP Servizi.

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

Il progetto si integra pienamente con le strategie e le azioni di promozione turistica promosse dalla Regione Emilia-Romagna, APT Servizi e la Destinazione Turistica Bologna – Modena. L'iniziativa è coerente con le Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale per il triennio 2025–2027 e con gli obiettivi del PTPL 2026, attraverso la realizzazione di azioni volte alla promozione del turismo slow, della sostenibilità, della destagionalizzazione e della valorizzazione dei borghi.

Il progetto inoltre garantisce sinergia nella promozione, nella calendarizzazione e nell'immagine coordinata.

Breve report dell’edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità (solo per progetti ricorrenti già presentati nelle scorse edizioni del PTPL):

“Outdoor Tours” è un progetto pluriennale consolidato, nato dalla rete tra i Comuni aderenti e fondato sulla valorizzazione delle tipicità agroalimentari e naturalistiche del territorio.

L’integrazione tra piccoli borghi, aree verdi e produzioni locali ha consentito nel tempo di sviluppare un modello di turismo slow e outdoor volto a promuovere l’immagine dei luoghi di piccole dimensioni e a renderli così attrattivi.

Nel corso degli anni il progetto ha registrato un costante miglioramento qualitativo delle azioni, ampliando la rete di operatori e consolidando la collaborazione tra enti pubblici e realtà private.

L’edizione 2025, in particolare, ha evidenziato il successo del connubio tra esperienze naturalistiche e percorsi enogastronomici, con eventi dedicati alle eccellenze locali come i vini del territorio, l’olio extravergine di oliva, la cipolla di Medicina e il Marrone IGP di Castel del Rio, ottenendo ottimi risultati in termini di partecipazione e visibilità, contribuendo a rafforzare una Brand Identity del territorio.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Degustazione di vini del territorio	Numero delle degustazioni Numero dei partecipanti Provenienza dei visitatori
Degustazione di prodotti tipici	Numero delle degustazioni Numero dei partecipanti Provenienza dei visitatori
Eventi enogastronomici	Numero eventi Numero dei partecipanti Numero delle iniziative realizzate
Eventi culturali	Numero spettacoli e intrattenimenti musicali Numero partecipazione agli spettacoli
Escursioni outdoor	Numero delle escursioni Numero dei partecipanti Provenienza dei visitatori
Visite guidate	Numero visite guidate Numero partecipanti
Materiale di promozione	Numero deppliant, volantini, locandine Numero azioni di promozione stampa Numero notizia per siti web e post realizzati Eventuali influencer o esperti del settore

TOTALE SPESE PREVISTE: € 40.000,00

Non ammesse spese per € 300,00 (“altre spese” non specificate).

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 39.700,00

PUNTEGGIO: 60

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

9) UNIONE DEI COMUNI DELL'APPENNINO BOLOGNESE - CRINALI 2026

P.G. n. 72203/2025

integrazione P.G. n. 75852/2025

integrazione P.G. n. 78119/2025

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. Comune di Casalecchio di Reno

DESCRIZIONE SINTETICA

Il Festival Crinali negli anni è diventato elemento caratterizzante e identificativo della proposta cultura e turistica dell'Appennino Bolognese. Nel Festival le emergenze culturali, ambientali e paesaggistiche sono protagoniste agli impari degli artisti che sono parte attiva dell'evento. Per l'edizione del 2026 il Festival Crinali sarà suddiviso in tematiche promozionali specifiche, così da intercettare pubblici differenti in base alla tipologia d'interesse dell'esperienza vedrà al suo interno diverse forme d'arte così da diversificare l'offerta, ma rivolgendosi a target specifici. Le tematiche sono in linea con i temi trasversali/obiettivi individuati nel PPCT 2026 per l'Area Metropolitana di Bologna, così da poter essere facilmente inseriti in progetti più ampi di promo-commercializzazione. Le tematiche saranno:

- per famiglie con bambine e bambini minori di 10 anni: brevi camminate, laboratori esperienziali e spettacoli adatti a tutt*;
- storia e archeologia: facili camminate e incontri con archeolog* e storic* alla scoperta della storia del territorio, dei siti archeologici, delle antiche case torri, borghi, abbazie e testimonianze della Linea Gotica con spettacoli in suggestive location;
- arte: facili camminate e/o laboratori esperienziali alla scoperta di artisti del territorio, opere d'arte contemporanea, murale, seguiti da spettacoli o performance.
- natura: camminate di media difficoltà con guide escursionistiche alla scoperta della flora e fauna dell'Appennino, con eventi in suggestive location naturali;
- sport outdoor: trekking sportivi tra i 15 e 20 km, esperienze in canoa, bike tour, falesie, seguite da momenti conviviali e spettacoli;
- chiese e piazze: eventi serali in luoghi caratteristici dell'Appennino.

Il festival diventerà inoltre occasione per conoscere e riscoprire i saperi e le tradizioni popolari. Infatti alcuni casi, gli eventi saranno accompagnati da degustazioni e/o aperitivi a cura di aziende locali, promuovendo in particolare prodotti de.co. e eccellenze del territorio. In altri invece sarà possibile conoscere le tradizioni e saperi dell'Appennino o tramite laboratori e/o visite specifiche o tramite collaborazioni con altri eventi (a titolo esemplificativo: lavorazione dell'arenaria, mulini tradizionali, lavorazione della castagna, lo zuccherino montanaro, esperienze di cucina, ecc) aggiungendo quindi all'esperienza anche elementi emozionali.

Valori fondanti del festival restano la sostenibilità ambientale e l'accessibilità. Gli spettacoli giornalieri, per lo più in acustico o a bassa amplificazione, saranno preceduti da un trekking per cui ci si avvale di guide escursionistiche provviste di patentino e si svolgeranno lungo i cammini principali presenti sul territorio. Il luogo dello spettacolo, inoltre, oltre ad essere scelto in quanto emergenza da valorizzare, potrà essere raggiunto anche da chi non partecipa al trekking e dovrà essere accessibile per persone con disabilità fisica. Nei pochi casi di location in cui questo non sarà possibile, la comunicazione dovrà essere chiara e non frantendibile. Gli spettacoli invece che si svolgeranno in orario serale saranno sempre in luoghi accessibili.

Per l'edizione 2026 si coinvolgeranno anche fotografi professionisti e scuole di fotografia per avere una documentazione degli eventi e un archivio foto/video da poter mettere a disposizione del Territorio Turistico Bologna Modena e dei comuni partecipanti. Nell'edizione del 2026 verrà mantenuta la sperimentazione avviata nella precedente edizione con camminate sensoriali volte ad educare all'ascolto e la possibilità di usufruire in alcune camminate di accompagnatori qualificati per persone con disabilità visiva.

La comunicazione del festival avverrà anche utilizzando l'ausilio della comunicazione aumentativa alternativa, funzionale sia per disabili psichici che per persone straniere o non scolarizzate, nonché l'utilizzo dell'indice GULPEASE per calcolare il grado di leggibilità dei testi prodotti. Sempre nell'ottica dell'accessibilità, verrà arricchita la dotazione di mappe tattili e kit di comunicazione accessibile da dare in dotazione agli IAT territoriali ed eXtraBO, creando mappe di alcune emergenze e/o località specifiche. Le location saranno scelte in luoghi nelle cui vicinanze, prima o dopo l'esperienza, sarà possibile mangiare ed eventualmente soggiornare, aprendo la possibilità di inserire l'esperienza in pacchetti promozionali più ampi a cura degli IAT e/o eXtraBO. Il calendario, che solitamente si concentra nel periodo estivo, si cercherà di prolungarlo anche per l'autunno e anticipare qualche appuntamento in primavera, così da destagionalizzare la proposta e iniziare a promuovere l'Appennino anche in altri periodi dell'anno. Verranno inoltre creati materiali diversificati per la promozione, cercando di raggiungere in modalità diversa target differenti. Oltre al classico formato cartaceo pieghevole di dettaglio del Festival, che sarà comunque stampato in meno copie rispetto alle annualità precedenti, si pensa alla realizzazione di gadget (es. sottobicchieri) o flyer o adesivi o cartoline, più adatti ad un pubblico giovane, che rimandino al sito Crinalibologna.it per il programma. Ai partecipanti del trekking di Crinali sarà data una tessera "fedeltà" in cui saranno presenti i riferimenti per il sito della destinazione turistica e Crinali. Ad ogni escursione la tessera verrà timbrata dalla guida e raggiunti 3 timbri si avrà diritto allo sconto del 10% su una esperienza qualsiasi acquistata presso eXtraBO.

Verrà creato anche del materiale cartaceo promozionale trasversale, che raduni al suo interno i riferimenti di più eventi, non solo quindi del festival Crinali, e promuova il sito <https://appenninobolognese.cittametropolitana.bo.it>, come portale principale per conoscere opportunità e attività. L'intento è quello negli anni di diminuire sempre più il cartaceo ed utilizzare sempre più la promozione online, anche tramite l'utilizzo di mail list. Le stampe saranno fatte in carta riciclata. Infine si vuole lavorare in sinergia con Servizi Sociali, Centri per le famiglie, Ausl Territoriale in un'ottica di promozione del welfare culturale, incentivando anche un turismo di prossimità del Ben-Essere, che cerca esperienze culturali e di contatto con ambiente e comunità che possano avere una ricaduta positiva sulla propria salute psicofisica.

Il festival Crinali si mantiene in linea con le linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale e con il PPCT 2026 del Territorio Turistico Bologna-Modena, unendo, come richiesto dalle linee di indirizzo, saperi tradizionali, cultura, inclusività e sostenibilità come elementi centrali dei prodotti turistici.

AZIONI

1. Ideazione di un cartellone eventi identificando tematiche e principali target in linea con gli obiettivi del PPCT 2026 (es. siti storici, borghi, cammini, ciclovie, outdoor active&slow).
2. Programmazione partecipata coinvolgendo più direzioni artistiche a seconda degli ambiti artistici: verrà diversificata la programmazione con più arti performative (musica, teatro, cinema, arti visive), così da offrire al pubblico diverse possibilità di scelta all'interno di proposte esperienziali più omogenee per difficoltà fisica o tipologia di interesse.
3. Individuazione di location per gli eventi in luoghi in linea con i temi trasversali proposti dal PPCT 2026. Le location saranno lungo i cammini, con particolare attenzione ai cammini da promuovere maggiormente Saranno anche valorizzati itinerari culturali, come ad esempio il percorso Morandiano, o luoghi di particolare rilevanza paesaggistica come i numerosi parchi naturali presenti. Verranno fatte proposte anche su siti storici e archeologici e nei borghi più suggestivi del territorio appenninico. Inoltre nel 2026 si porrà maggiore attenzione alla promozione delle attività sportive outdoor.
4. Trekking accessibili per persone con disabilità visiva. Alla guida escursionistica verrà affiancata in alcune date un* professionista specializzat* in accompagnamento per persone non vedenti o ipovedenti che condurrà il gruppo anche in esperienze di educazione all'ascolto diversificate in base all'evento in programma
5. Mappe sensoriali di promozione turistica riguardanti emergenze specifiche presenti sul territorio: ideazione, stampa e distribuzione a IAT e eXtraBO

6. Comunicazione inclusiva ed accessibile degli eventi e delle proposte turistiche: implementazione e utilizzo di travel podcast, mappe tattili, kit turistici accessibili, utilizzo dell'indice di Gulpease, ausilio della comunicazione aumentativa alternativa.

7. Comunicazione e promozione dell'evento in collaborazione con eXtraBO. Tramite il portale trekksoft gestito da eXtraBO possibilità di prenotare gli eventi di Crinali, con rimandi alle altre possibili proposte turistiche così da facilitare la creazione di pacchetti turistici personalizzati di promozione del territorio.

8. Promozione delle attività IAT, eXtraBo e del sito <https://appenninobolognese.cittametropolitana.bo.it>

Sul materiale prodotto ci saranno rimandi ai siti di informazione turistica, così da incentivare una reciproca promozione ed arrivare a più pubblici possibili. Gli eventi saranno pensati per poter essere promossi all'interno di pacchetti turistici esperienziali più ampi. Ai partecipanti del trekking di Crinali sarà data una tessera "fedeltà" in cui saranno presenti i riferimenti per il sito della destinazione turistica e Crinali. Ad ogni escursione la tessera verrà timbrata dalla guida e raggiunti 3 timbri si avrà diritto allo sconto del 10% su una esperienza qualsiasi acquistata presso eXtraBO.

Gli eventi previsti dal progetto sono gratuiti e non sono previste forme di pagamento a carico dell'utente finale per la fruizione dei servizi promossi.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO

Appennino Bolognese (comuni afferenti l'Unione dei Comuni dell'Appennino Bolognese), Comune di Casalecchio di Reno e Comune di Monte San Pietro

PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE

dal 15/01/2026 al 31/12/2026

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti:

Gli eventi saranno promossi in stretta relazione con le attività di eXtraBO, Bologna Welcome e in concerto con le proposte turistiche del Territorio Turistico Bologna-Modena. Nel materiale promozionale sarà presente il qrcode che rimanda al sito <https://appenninobolognese.cittametropolitana.bo.it> con indicazione che qui sarà possibile trovare informazioni su dove mangiare e dormire, oltre che altre proposte turistiche. L'individuazione di filoni tematici all'interno del festival aiuterà a identificare meglio il target e a inserire gli eventi all'interno di esperienze turistiche più ampie e incentivare la permanenza sul territorio. In particolare l'inserimento di attività più sportive e attività accessibili, apre la possibilità di aprirsi a nuovi pubblici. La "tessera fedeltà" inoltre ha lo scopo di incentivare l'acquisto di altre esperienze turistiche e la conoscenza delle stesse.

2) Coerenza con gli obiettivi delle "Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027" e con il quadro di riferimento di cui alle premesse dell'Avviso PTPL 2026:

Il festival si propone:

- favorire l'accessibilità e la mobilità turistica con particolare attenzione all'utilizzo dei mezzi pubblici;
- promuovere la sostenibilità ambientale e sociale;
- diversificare gli eventi con anche proposte culturali destagionalizzate;
- tema trasversale di valorizzazione di itinerari culturali;
- tema trasversale dell'outdoor active&slow;
- valorizzazione siti storici e patrimonio archeologico;
- valorizzazione linea di prodotto natura e benessere;
- valorizzazione del patrimonio musicale presente a Bologna e a livello metropolitano
- valorizzazione saperi e attività tradizionali;

- lavorare in sinergia con Ente Parchi, Gal, Città Metropolitana, Territorio Turistico Bo-Mo per lo sviluppo di azioni nell'ambito di un turismo sostenibile e responsabile;

3) Descrizione puntuale degli obiettivi e dei mercati e della coerenza interna rispetto alle azioni e ai costi:
 Crinali si presenta come una proposta capillare su tutto il territorio, con una identità chiara, riconosciuta e riconoscibile. Gli obiettivi proposti vanno a intercettare nuovi mercati turistici (proposte accessibili e inclusive) e a rafforzare quelli più consolidati legati all'outdoor inserendo anche attività di carattere più sportivo. A livello economico presenta una grande convenienza sui costi in quanto per lo più non prevede palchi o service, riducendo notevolmente le spese di allestimento. La sinergia con il territorio e le associazioni attive permette poi di ottimizzare i costi, coordinando eventi differenti che possono però far parte di una proposta turistica complessiva, ma allo stesso tempo modulabile in base a gusti e interessi del pubblico, creando la possibilità di fare anche proposte complessive diversificate.

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

Gli eventi del festival Crinali si caratterizzano per un consumo energetico minimale, con spettacoli per lo più in acustico, senza allestimenti invasivi e con risparmi energetici sul versante dei service utilizzati. Durante le esperienze proposte inoltre verranno date informazioni su politiche green, si incentiverà l'utilizzo dei mezzi pubblici e il car sharing. Nel caso in cui, collegato all'evento, siano previste degustazioni, verranno utilizzate stoviglie riutilizzabili e, ove non sia possibile, compostabili e verranno privilegiati prodotti locali. Quando previsto consumo di prodotti, sarà poi predisposta la raccolta differenziata.

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

Come spiegato nel dettaglio nella descrizione sintetica verranno: ideati eventi multi sensoriali e inclusivi, proposti trekking con accompagnatori per persone con disabilità visiva ed esperienze di educazione all'ascolto, verrà utilizzata la comunicazione aumentativa alternativa, mappe sensoriali di emergenze specifiche di alcuni territori e kit accessibili per gli uffici di promozione turistica. I luoghi degli eventi saranno per la maggior parte accessibili e nella comunicazione degli eventi verranno evidenziate accuratamente le informazioni relative all'accessibilità.

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

Il Festival Crinali ha negli anni delineato un format chiaro che lo contraddistingue e lo rende un prodotto turistico/culturale identitario, ma allo stesso tempo flessibile. La creazione all'interno del Festival di una proposta escursionistica/sportiva più impegnativa va a intercettare un pubblico interessato alla prestazione sportiva e può far conoscere meglio le diverse tipologie di attività outdoor. Altro carattere innovativo è il rendere maggiormente strutturale le collaborazioni con altri eventi o attività che possono svolgersi prima o dopo l'evento di Crinali. Questo infatti permette una reciproca valorizzazione e soprattutto la possibilità di creare proposte turistiche modulabili e allungare la possibilità di soggiorno. Verranno fatte proposte anche al di fuori del periodo estivo, così da destagionalizzare l'offerta turistica e culturale. Infine la tessera di Crinali ha lo scopo di fidelizzare i partecipanti e far loro conoscere le attività di Iat e eXtraBO.

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

- foto/video verranno realizzate foto in alta definizione della rassegna che saranno messe a disposizione del Territorio Turistico
- drone verranno effettuate alcune riprese con drone che saranno messe a disposizione del Territorio Turistico

In caso siano previste azioni di promozione istituzionale in occasione di fiere turistiche, organizzazione di press tour ed educational tour e altre attività similari organizzate di propria iniziativa e non rientranti nel piano del Territorio Turistico di Bologna-Modena e/o di Apt Servizi, puntuale motivazione sull'opportunità di tali azioni:

Non sono previste azioni di questo tipo organizzate di propria iniziativa.

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

Crinali Festival nel suo complesso è un progetto che si integra perfettamente con i programmi promozionali realizzati dal Territorio Turistico Bologna Modena e si presta anche per essere inserito all'interno di pacchetti turistici. Nelle edizioni 2024 e 2025 è stato selezionato dalla Regione Emilia Romagna per essere inserito all'interno del cartellone promozionale di festival denominato Montagna Mia.

Breve report dell'edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità (solo per progetti ricorrenti già presentati nelle scorse edizioni del PTPL):

Lo scorso anno è stato introdotto come elemento di novità l'esperienza di camminate sensoriali aperte anche a un pubblico con disabilità visiva e sono stati introdotti, sempre nell'ottica dell'accessibilità, nuove modalità comunicative (mappe sensoriali, travel podcast, utilizzo della comunicazione aumentata). Il riscontro di queste sperimentazioni è stato molto positivo e buona parte del materiale creato è stato pensato per essere riutilizzabile anche per le edizioni successive. Anche la comunicazione riguardante l'accessibilità dei luoghi è stata chiara e non si sono riscontrate problematiche. Per l'edizione 2026 si vuole cercare di aumentarne la comunicazione mirata così da poter permettere a più persone con disabilità visive/sensoriali, fisiche e/o cognitive di venirne a conoscenza e di poter partecipare agli eventi. Si è confermata valida la soluzione di indicare in modo esplicito l'orario e il luogo dell'evento (con relative informazioni per l'accessibilità) così da permettere la fruizione dell'evento anche a chi non avesse potuto fare il trekking o nel caso in cui il trekking fosse sold out, come molto spesso è accaduto. Elemento di criticità resta sempre la promozione dei mezzi pubblici per raggiungere gli eventi, anche perché spesso sono assenti negli orari indicati. Nel 2026 si metteranno nel sito indicazioni su come arrivare coi mezzi pubblici e si promuoverà maggiormente il car sharing tra i partecipanti. L'identità chiara e consolidata di Crinali ha creato una fidelizzazione del pubblico partecipante che è per lo più composto nei trekking di uomini e donne tra i 50 – 70 anni. Diversificando le proposte nel 2026 in base alla tipologia di esperienza e non, come gli scorsi anni, in base alla tipologia di evento performativo, ci si propone l'intento di intercettare nuovi pubblici.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
ideazione di un cartellone eventi identificando tematiche e principali target	Promozione diversificata e chiara divisa per tematiche di interesse
programmazione partecipata coinvolgendo più direzioni artistiche a seconda degli ambiti artistici	Prevedere eventi in cartellone che vanno ad intercettare diverse forme ed espressività artistiche
individuazione di location per gli eventi in luoghi in linea con i temi trasversali proposti dal PPCT 2026	Location eventi presso cammini, siti archeologici, borghi, parchi
trekking accessibili per persone con disabilità visiva	Almeno 3 escursioni con possibilità di accompagnamento
Mappe sensoriali di promozione turistica di	Almeno 3 nuove mappe

emergenze specifiche del territorio	
comunicazione inclusiva ed accessibile degli eventi e alle proposte turistiche	Informativa chiara sul materiale promozionale e utilizzo di travel podcast, mappe tattili, kit turistici accessibili, utilizzo dell'indice di Gulpaese, comunicazione aumentativa alternativa.
comunicazione e promozione dell'evento in collaborazione con ExtraBo	Utilizzo del portale trekksoft e sito crinalibologna.it, gestiti da ExtraBo
promozione delle attività IAT, ExtraBo e del sito https://appenninobolognese.cittametropolitana.bo.it	Visibilità sul materiale promozionale del sito, riscontro di almeno 20 persone che usufruiscono dello sconto acquistando attività tramite IAT o ExtraBo

TOTALE SPESE PREVISTE: € 40.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 40.000,00

PUNTEGGIO: 85

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

10) COMUNE DI SAN LAZZARO DI SAVENA - IL PASSAPORTO DEL TEMPO - Dai musei ai gessi UNESCO camminando nella storia dell'uomo

P.G. n. 72206/2025

integrazione P.G. n. 76049/2025

integrazione P.G. n. 77285/2025

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. Comune di Castenaso
2. Comune di Loiano
3. Comune di Monghidoro
4. Comune di Monterenzio
5. Comune di Ozzano dell'Emilia
6. Comune di Pianoro
7. Ente di Gestione per i Parchi e la Biodiversità – Emilia Orientale

DESCRIZIONE SINTETICA

Il progetto mira a creare una rete museale coordinata e sinergica che valorizzi il ricco patrimonio storico, artistico, e culturale dei territori compresi tra Monghidoro, Loiano, Monterenzio, Pianoro, Ozzano dell'Emilia, San Lazzaro di Savena e Castenaso.

Obiettivi Principali:

1. Creazione di una Rete Museale Unificata: mettere in comunicazione e in collaborazione i musei civici e le collezioni presenti nei sette comuni, definendo un'offerta culturale omogenea e complementare.
2. Sviluppo di Itinerari ed esperienze integrate: ideare e promuovere itinerari ed esperienze che combinino la visita ai musei con le eccellenze enogastronomiche, le attività all'aperto (trekking, cicloturismo) e le strutture ricettive locali.

3. Lancio del "Passaporto dei Musei": istituire uno strumento di promozione e fidelizzazione unico – il "Passaporto del Tempo" – che incoraggi i visitatori a esplorare l'intera rete, offrendo sconti, agevolazioni e la possibilità di "collezionare" timbri e premi a ogni nuova tappa museale.
4. Promozione Territoriale Integrata: posizionare l'area come destinazione turistica di rilievo, in grado di offrire un'alternativa culturale e naturalistica ai flussi urbani, coprendo un vasto arco che spazia dai crinali appenninici alla prima pianura.

Il progetto mira ad accrescere la visibilità dei singoli musei, generando al contempo un flusso turistico sostenibile e diffuso, trasformando i musei in veri e propri motori di sviluppo locale e punti di accesso privilegiati per la scoperta del territorio bolognese. I musei partner della rete sono situati nei territori di Monghidoro, Loiano, Monterenzio, Pianoro, Ozzano, San Lazzaro e Castenaso. Il contesto di riferimento è la Storia del Territorio Bolognese, il racconto di come l'uomo abbia plasmato e sia stato plasmato da questo specifico territorio, dalla notte dei tempi fino all'epoca contemporanea, seguendo la direttrice Appennino > Pianura. Il macro-tema che li unisce è la storia dell'evoluzione della conoscenza e dell'insediamento umano nel territorio bolognese, dai primi utensili in selce alla fondazione delle città, fino all'osservazione delle stelle, con un focus su l'archeologia e i primi insediamenti (il Museo della Preistoria "Luigi Donini" di San Lazzaro, il Museo Civico Archeologico "Luigi Fantini" e Area Monte Bibebe di Monterenzio, il MUV - Museo e centro di documentazione della Civiltà Villanoviana di Castenaso, il Museo e relativa area archeologica della Città Romana di Claterna ed infine l'area archeologica di San Pietro di Ozzano in un racconto che parte dal Paleolitico, passa per Etruschi, Celti, Villanoviani, Romani fino ad arrivare all'epoca medievale) e con un focus sulla storia rurale, la geologia, la vita appenninica, l'osservazione del cosmo e la conoscenza scientifica (Museo di Arti e Mestieri Pietro Lanzarini di Pianoro, Museo Geologico Botrodi di Pianoro, l'Osservatorio Astronomico di Loiano e il Museo Civiltà Contadina di Monghidoro).

Il "Passaporto del Tempo" intende riorganizzare la rete museale intorno al tema dell'interazione tra l'uomo, il suo ambiente naturale (dall'Appennino alla pianura) e la sua curiosità scientifica, dalla preistoria all'osservazione cosmica, coinvolgendo in questa rete sinergica anche Ente di Gestione per i Parchi e la Biodiversità – Emilia Orientale, custode della storia e della memoria del passaggio dell'uomo sul territorio, in grado di valorizzare luoghi remoti e nascosti come grotte, doline, scavi e il patrimonio UNESCO dei gessi.

AZIONI

1. Definizione della Rete dei musei e governance.

Analisi del contesto e dei luoghi da valorizzare: incontri con i referenti dei musei e delle aree archeologiche al fine di raccogliere e condividere tutte le informazioni e i dati utili a creare percorsi ideologici di collegamento tra le varie realtà, individuare le aree di intervento, le modalità più adatte ai singoli contesti e le informazioni utili a predisporre i contenuti per il "Passaporto del tempo". Costituzione del Comitato di Rete: attraverso la formalizzazione di un accordo di partenariato tra gli enti comunali e di gestione dei musei/siti, e tutti i partner di progetto, si definiranno le linee guida di gestione della rete e dei rapporti tra i componenti, individuando finalità comuni, strumenti adeguati, risorse e referenti territoriali di progetto. Durata prevista - entro i primi 3 mesi.

2. Sviluppo del prodotto "Il Passaporto del Tempo" e materiali promozionali

Ideazione e stampa del passaporto > Progettazione grafica e stampa del prodotto "Passaporto" (in formato tascabile) includendo la mappa, lo spazio per i timbri e la narrazione storica. Questa azione prevederà una fase di indagine e confronto con i referenti dei vari musei e siti individuati, al fine di definire un'immagine coordinata e un'impostazione grafica e contenutistica utile alla progettazione e alla stampa del "Passaporto", quantificato in n. 2000 copie. Il Passaporto verrà distribuito in tutte le sedi museali coinvolte per la consegna al visitatore. Contestualmente verranno prodotti anche altri materiali promozionali utili a far conoscere il prodotto turistico e il suo funzionamento, quali ad esempio, flyer o depliant. Il materiale promozionale verrà distribuito anche negli uffici turistici del territorio e presso eXtraBO per raggiungere un target più ampio oltre a quello di prossimità. Durata prevista - dal 4° al 6 mese

3. Creazione di itinerari ed esperienze

Ideazione di itinerari ed esperienze in collaborazione con i partner di progetto e l'ente parco: in questa fase verranno costruiti, promossi e diffusi itinerari ed esperienze a sostegno della rete museale, in grado di offrire al visitatore una gamma di possibilità di fruizione sia della visita al museo o al sito archeologico, ma tramite percorsi ed esperienze di valorizzazione del territorio, del suo patrimonio culturale, naturalistico ed enogastronomico. La promozione e diffusione della rete, degli itinerari e delle esperienze avverrà tramite i siti web di promozione turistica locale - <https://appenninobolognese.cittametropolitana.bo.it/it>

4. Rassegna "Storie Antiche tra musei e civiltà"

Eventi di lancio del progetto, della rete e del passaporto del tempo, presso sedi museali, siti archeologici e naturalistici: al fine di far conoscere la rete di musei, il passaporto come strumento di promozione turistica e gli itinerari ideati, si prevede di organizzare un cartellone di iniziative presso i siti oggetto del passaporto, nel periodo compreso tra maggio e ottobre 2026.

5. Monitoraggio e valutazione

Raccolta di dati di fruizione (passaporti consegnati, timbri riscossi, flussi turistici indotti) anche tramite sondaggi e brevi questionari.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO

L'ambito territoriale interessato dal progetto "Il Passaporto del Tempo" copre una sezione significativa e strategica della Città Metropolitana di Bologna, estendendosi dall'Appennino Tosco-Emiliano fino alla prima Pianura Bolognese. L'area forma un arco ideale che abbraccia la storia e la geologia del territorio, collegando la montagna alle sue propaggini urbane. Il progetto si concentra sui territori amministrativi dei sette Comuni coinvolti, seguendo un percorso che scende di altitudine e che copre due fasce territoriali distinte, ma interconnesse:

1. La Fascia Montana e Collinare (Appennino)

Questa zona è caratterizzata da alte quote, boschi, crinali e fenomeni geologici, ed è il polo dell'osservazione scientifica, della storia rurale e delle culture antiche montane.

- Monghidoro: Comune dell'Alto Appennino, fulcro della civiltà contadina e porta per i crinali.
- Loiano: Area collinare e montana, sede dell'importante Osservatorio Astronomico.
- Monterenzio: Famosa per l'area archeologica di Monte Bibebe, punto di incontro tra Etruschi e Celti.
- Pianoro: Territorio di transizione, noto per le sue emergenze geologiche (come i Botroidi) e la vicinanza ai rilievi e il racconto delle arti e dei mestieri.

2. La Fascia Collinare e di Pianura (Pedecollina e Via Emilia)

Questa zona è il polo dell'archeologia maggiore e degli insediamenti stabili, in stretto contatto con l'area metropolitana di Bologna.

- Ozzano dell'Emilia: Sede dei resti dell'antica città romana di Claterna e parte integrante del sistema dei Gessi, all'interno del quale è presente la torre medievale di San Pietro
- San Lazzaro di Savena: Punto chiave con il Museo della Preistoria "Luigi Donini" e il vasto Parco Regionale dei Gessi Bolognesi e Calanchi dell'Abbadessa (sito UNESCO).
- Castenaso: Polo della Civiltà Villanoviana e delle radici etrusche del territorio bolognese.

PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE

Febbraio - Dicembre 2026

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

- 1) Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti:**

L'attivazione di una rete museale sul territorio darà vita ad una sinergia e collaborazione costante, garantendo la realizzazione di piccoli eventi/visite/valorizzazioni condivise, anche tramite la costruzione di esperienze e itinerari specifici. Tali itinerari ed esperienze potranno essere oggetto di commercializzazione in una fase successiva alla conclusione del progetto, in modo da garantire la prosecuzione della rete e la sua valorizzazione turistica nel medio-lungo termine. Inoltre il passaporto dei musei, quale strumento di valorizzazione e conoscenza turistica e culturale del territorio, può implementare il flusso turistico, coinvolgendo target famiglie con bambini e escursionisti. La valenza turistica del progetto "Il Passaporto del Tempo" è estremamente elevata e si basa sulla sua capacità di trasformare una serie di poli culturali eterogenei in una destinazione tematica unica e integrata. Il progetto ha una reale capacità di potenziare l'attrattività e aumentare i flussi turistici agendo su tre leve principali: l'unificazione dell'offerta, la valorizzazione delle eccellenze e l'incremento della permanenza media. Il valore primario del progetto è la transizione da una "offerta di prossimità" (singoli musei con attrattività locale) a una "destinazione turistica tematica" con risonanza interregionale e nazionale.

- Superamento della Frammentazione: Il Passaporto del Tempo elimina il problema dell'isolamento dei singoli musei, offrendo al turista un unico prodotto coeso con una narrazione chiara (Terra, Cielo e Uomo). Questo riduce lo sforzo decisionale del visitatore.
- Posizionamento Unico: La combinazione di Archeologia d'eccellenza (Villanoviani, Celti, Romani, Gessi UNESCO) e Turismo Scientifico (Osservatorio di Loiano) crea un unicum in Emilia-Romagna, attraendo segmenti di pubblico specializzati (appassionati di storia, geologi, astroturisti).

2) Coerenza con gli obiettivi delle "Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027" e con il quadro di riferimento di cui alle premesse dell'Avviso PTPL 2026:

Rispetto alle linee guida triennali si rileva il coinvolgimento di un target diversificato: Baby boomers, Generazione X, Millennials, Generazione Z e alfa, Gruppi del turismo organizzato e "turismo delle radici", dando valore alla riscoperta delle proprie radici, alla storia del territorio e degli insediamenti. Rispetto agli obiettivi dell'avviso, il progetto si inserisce nei seguenti: City Break e Cultura con offerta museale integrata con siti storici, valorizzazione del Patrimonio UNESCO, Collaborazione con gli organizzatori delle mostre e loro promozione.

3) Descrizione puntuale degli obiettivi e dei mercati e della coerenza interna rispetto alle azioni e ai costi:

Il progetto persegue i seguenti obiettivi:

- City Break e Cultura con offerta museale integrata con siti storici > il progetto intende valorizzare realtà museali uniche tramite azioni che uniscono eccellenze esistenti con una narrazione chiara, ampliando le possibilità di transizione da una "offerta di prossimità" (singoli musei con attrattività locale) a una "destinazione turistica tematica" con risonanza interregionale e nazionale.
- Valorizzazione del Patrimonio UNESCO > parte dei territori coinvolti abbraccia Ente di Gestione per i Parchi e la Biodiversità – Emilia Orientale, favorendo la conoscenza del patrimonio geologico e naturalistico tramite itinerari che combinano l'archeologia con il turismo scientifico e naturalistico.
- Collaborazione con gli organizzatori delle mostre e loro promozione > la costituzione di una rete museale territoriale porterà a creare un mercato sovracomunale promuovendo itinerari ideologici e fisici tra i musei.

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

Il progetto intende attivare una rete tra i musei, collegandoli ideologicamente e valorizzando i relativi siti paleontologici e storico naturalistici. La valorizzazione avviene tramite eventi musicali, di intrattenimento, ludici, con basso impatto ambientale. Tutto il materiale promozionale e il passaporto saranno realizzati in carta certificata FSC (Forest Stewardship Council).

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

Verrà fatta una mappatura dell'accessibilità di tutti i musei che parteciperanno al progetto per verificare la fruibilità da parte di persone con disabilità motorie o visive. Per quel che riguarda la promozione online verranno studiate pagine web strutturate specificatamente in ottica di accessibilità.

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

Sul territorio di riferimento esistono diversi musei, ma non è mai stata attivata una rete vera e propria che potesse collegarli ideologicamente e valorizzarli tramite iniziative congiunte e prodotti (es. passaporto musei) o itinerari immaginati per valorizzare il collegamento storico e archeologico del territorio. Una prima sperimentazione si è attivata tra San Lazzaro e Castenaso nell'ambito del progetto “CaSa Comune”, dove al fine di valorizzare il commercio e il territorio, tra le azioni sono stati ideati e commercializzati pacchetti turistici per la visita e la valorizzazione del Museo della preistoria Donini e il MUV. L'intenzione è di prendere spunto da tale collaborazione e sperimentazioni, al fine di dare vita ad una rete museale sinergica che possa perdurare nel tempo, valorizzando il territorio e implementando l'afflusso turistico grazie alla realizzazione di itinerari ed esperienze che in una fase successiva alla realizzazione del progetto, potrebbero essere eventualmente commercializzati.

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

Al fine di valorizzare le realtà museali e i siti archeologici correlati, verranno prodotti materiali fotografici a supporto dello strumento “Passaporto” e delle iniziative di lancio della rete e del prodotto turistico.

In caso siano previste azioni di promozione istituzionale in occasione di fiere turistiche, organizzazione di press tour ed educational tour e altre attività similari organizzate di propria iniziativa e non rientranti nel piano del Territorio Turistico di Bologna-Modena e/o di Apt Servizi, puntuale motivazione sull'opportunità di tali azioni:

La collaborazione con partner come eXtraBO o IAT Monghidoro ci permetterà di partecipare alle principali fiere turistiche nazionali esponendo il progetto e promuovendo Il passaporto dei musei.

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

Il “Passaporto dei musei” si integra con le seguenti Strategie di Promozione Rinforzate:

1. Focus UNESCO e Geologia: Sfrutta la connessione con il Parco dei Gessi Bolognesi e Calanchi dell'Abbadessa (S. Lazzaro, Ozzano, Pianoro) come gancio internazionale, promuovendo il legame tra archeologia e geomorfologia.
2. Il Contatto Cielo-Terra: Promuove il Passaporto come esperienza che unisce la profondità della Terra (archeologia/geologia) all'infinità del Cielo (Osservatorio di Loiano).

Breve report dell'edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità (solo per progetti ricorrenti già presentati nelle scorse edizioni del PTPL):

Il progetto è innovativo, si presenta per la sua prima edizione.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Definizione della Rete dei musei e governance	Sottoscrizione accordo
Sviluppo del prodotto “Il Passaporto del Tempo” e materiali promozionali	Realizzazione del prodotto e stampa
Creazione di itinerari ed esperienze	Pubblicazione degli itinerari e delle esperienze sui siti web di promozione turistica locale
Rassegna “Storie Antiche tra musei e civiltà”	Realizzazione di almeno un evento per territorio comunale
monitoraggio e valutazione	raccolta n. partecipanti, gradimento, numero passaporti consegnati, timbri riscossi e flussi turistici indotti.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 17.500,00

Spese non ammesse: € 500,00 spese per beni durevoli (timbri).

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 17.000,00

PUNTEGGIO: 74

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

11) COMUNE DI CASTEL SAN PIETRO TERME - NOTTE CELESTE – TERME IN FESTA

P.G. n. 72227/2025

integrazione P.G. n. 76292/2025

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

Comune di Alto Reno Terme

DESCRIZIONE SINTETICA

Il progetto “La Notte Celeste”, edizione 2026, è l’evento di promozione del turismo termale più importante dell’anno sia per gli stabilimenti che per i comuni termali dell’Emilia Romagna.

L’evento di promozione si inserisce in iniziative promosse da altro ente sovraordinato (APT Servizi). La manifestazione consolidata si svolge ogni anno in tutte le città termali dell’Emilia Romagna nelle stesse giornate stabilite a livello regionale in collaborazione con APT Servizi. Il principale obiettivo di riferimento del progetto

è “Natura e Benessere” con particolare attenzione al sistema termale e al settore wellness, quale elemento principale per il potenziamento dell’attrattività turistica e per incrementare il numero di presenze, contribuendo a creare un’immagine positiva di un territorio in cui vivere momenti in pieno relax e a contatto con la natura. L’altro obiettivo di riferimento è “Food&Wine” con degustazioni di prodotti del territorio. Gli obiettivi rientrano nelle priorità di azione della Città Metropolitana di Bologna indicati all’interno dell’“Avviso pubblico per la presentazione di domande di contributo per la realizzazione di servizi turistici di base e di iniziative di promozione turistica di interesse locale – Anno 2026” e nei “Requisiti e criteri per l’elaborazione del Programma turistico di promozione locale unitario per il Territorio Turistico Bologna – Modena – PTPL 2026”. Il target di riferimento del progetto abbraccia una fascia di pubblico principalmente familiare. Sviluppare il turismo termale significa anche creare un’immagine positiva ed uno sviluppo turistico non solo per i Comuni termali, ma anche per tutta l’area metropolitana di Bologna. Si tratta di un progetto turistico per valorizzare il “prodotto terme” con un ampio cartellone condiviso, che prevede animazioni, spettacoli, musica, intrattenimenti, laboratori, escursioni e attività all’aria aperta. Il progetto intende valorizzare il concetto del “benessere” quale opportunità per migliorare la qualità della vita in piena armonia tra corpo, mente e spirito e rappresenta un’occasione per promuovere gli stabilimenti termali del Comune di Castel San Pietro Terme e del Comune di Alto Reno Terme. Verranno organizzate escursioni alla scoperta delle aree territoriali coinvolte, visite agli stabilimenti termali ed alle sorgenti delle acque termali, spettacoli di arte performativa, intrattenimenti musicali, laboratori, aree ludiche e giochi per bambini con anche degustazioni di prodotti tipici locali. Durante la sera principale de “La Notte Celeste” delle Terme dell’Emilia-Romagna, ogni stabilimento termale sarà aperto eccezionalmente fino a tarda sera con tante proposte a tema. Tutti gli eventi in programma verranno pubblicati sul sito ufficiale www.lanotteceleste.it ed inoltre la promozione dell’iniziativa verrà effettuata utilizzando l’immagine coordinata realizzata da APT Servizi. Il progetto risponde alle strategie regionali e locali in tema di promozione-commercializzazione turistica, in particolare valorizza il “prodotto terme”, sviluppa un’offerta esperienziale legata alla natura e al benessere e coinvolge più comuni e stabilimenti in un’ottica sovracomunale, rispondendo così alla cornice di riferimento dell’Avviso del PTPL 2026 – Ambito 2. “La Notte Celeste” si configura come un progetto strategico per il potenziamento dell’attrattività turistica del territorio metropolitano, capace di integrare benessere, natura, cultura ed enogastronomia in un’unica proposta esperienziale, incrementando le presenze turistiche e dei visitatori e la competitività complessiva della destinazione turistica.

AZIONI

1. Programmazione, organizzazione e realizzazione della manifestazione “La Notte Celeste nei due comuni termali
2. Creazione di momenti di attrazione per i giovani, bambini e famiglie
3. Realizzazione di spettacoli ed eventi musicali dal pomeriggio sino a notte, specie nella giornata del sabato
4. Organizzazione di escursioni, esperienze, visite guidate presso le sorgenti termali, con apertura serale degli stabilimenti
5. Organizzazione di spettacoli musicali e di arti performative

Gli eventi previsti dal progetto sono gratuiti e non sono pertanto previste forme di pagamento a carico dell’utente finale per la fruizione dei servizi promossi tramite le spese oggetto di contributo.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO

Gli ambiti territoriali interessati riguardano i Comuni di Castel San Pietro Terme e Alto Reno Terme con i rispettivi stabilimenti termali, le Terme di Castel San Pietro e le Terme di Porretta.

PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE

La manifestazione si svolgerà in date fissate a livello regionale da APT Servizi della Regione Emilia – Romagna, indicativamente tra giugno e agosto 2026.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti:

Il progetto “La Notte Celeste” ha una valenza turistica elevata in quanto rappresenta l'iniziativa più importante per la promozione integrata del turismo termale. L'iniziativa viene coordinata a livello regionale da APT Servizi ed è realizzata in contemporanea in tutte le località termali della regione. L'evento permette di creare un effetto moltiplicatore per dare visibilità e valorizzare in modo sinergico l'offerta turistica dei Comuni di Castel San Pietro Terme e di Alto Reno Terme, inserendoli in un circuito di promozione di rilevanza sovralocale. Si tratta di un format consolidato con un forte richiamo emozionale legato ai temi del wellness e al “sistema acque” inteso come espressione del patrimonio ambientale e paesaggistico del territorio in grado di attrarre un ampio pubblico di visitatori, in particolare famiglie, coppie e gruppi di amici interessati a vivere esperienze di relax, natura e gusto. La programmazione contribuisce a generare un incremento significativo dei flussi turistici in particolare di visitatori giornalieri con effetti positivi sulle attività economiche locali. La promozione è coordinata a livello regionale, attraverso il portale ufficiale www.lanotteceleste.it, i canali social dedicati e la comunicazione integrata con APT Servizi Emilia-Romagna. Questo garantisce un'ampia visibilità e una forte riconoscibilità del brand “La Notte Celeste”, rafforzando l'immagine del territorio metropolitano di Bologna come destinazione di benessere, natura e qualità della vita. L'iniziativa contribuisce inoltre a destagionalizzare i flussi turistici, ampliando il periodo di fruizione delle strutture termali, con particolare riferimento al periodo estivo e consolidando la percezione del termalismo non solo come cura, ma come esperienza di benessere accessibile e contemporanea. La sinergia tra i diversi attori territoriali (Comuni, stabilimenti termali, imprese, associazioni culturali) genera un effetto moltiplicatore sulla capacità attrattiva dell'area, valorizzando così il patrimonio naturalistico ed enogastronomico locale.

2) Coerenza con gli obiettivi delle “Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027” e con il quadro di riferimento di cui alle premesse dell'Avviso PTPL 2026:

Il progetto “La Notte Celeste” risponde a pieno titolo alle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale - triennio 2025-2027 - della Regione Emilia-Romagna e con il quadro di riferimento del bando PTPL 2026 per il Territorio Turistico Bologna - Modena con particolare riferimento alla promozione del sistema termale, del benessere e della natura.

Il progetto coinvolge un territorio sovracomunale in rete tra Castel San Pietro Terme e Alto Reno Terme. L'integrazione tra turismo termale, intrattenimento, escursioni nella natura e promozione dei prodotti del territorio è un altro elemento fondamentale per la valorizzazione del territorio e va nella stessa direzione delle Linee guida triennali.

La scelta di un target familiare e di attività anche per bambini, con laboratori, aree ludiche e percorsi all'aria aperta, contribuisce alla dimensione inclusiva del turismo, coerente con gli orientamenti regionali in tema di turismo accessibile.

Il coordinamento a livello regionale della promozione dell'evento - tramite APT Servizi - e il focus sul “prodotto terme” contribuiscono alla creazione di un'identità e un'immagine distintiva del territorio in piena coerenza con le Linee guida di promo-commercializzazione turistica regionale con l'obiettivo di aumentare le presenze turistiche, la permanenza media e favorire la destagionalizzazione.

3) Descrizione puntuale degli obiettivi e dei mercati e della coerenza interna rispetto alle azioni e ai costi:

Gli obiettivi del progetto sono “Natura e Benessere” e “Food & Wine”. Il progetto risulta quindi in piena coerenza con gli obiettivi contenuti nell'Avviso PTPL 2025 in particolare riferimento agli “Obiettivi Bologna”.

Il progetto è principalmente indirizzato al Mercato nazionale (Italia), in modo da consolidare il pubblico regionale ed extraregionale. Un altro mercato che si intende raggiungere è il Mercato di corto raggio, in particolare quello Europeo.

In relazione alla coerenza interna tra obiettivi e mercati rispetto alle azioni si indica il collegamento tra ogni azione e l'obiettivo di riferimento:

- Le escursioni alla scoperta delle aree territoriali termali e limitrofe rispondono all' obiettivo natura e benessere e permettono di far conoscere ampiamente il territorio per generare un effetto moltiplicatore in termini di promozione;
- Le visite agli stabilimenti termali e alle sorgenti delle acque termali permettono di valorizzare l'area termale e sviluppare l'immagine e l'identità turistica del territorio;
- Gli spettacoli di arte performativa, intrattenimenti musicali arricchiscono l'offerta esperienziale ed emozionale e rendono il progetto attrattivo anche per un target più ampio;
- I laboratori, le aree ludiche e i giochi per bambini mirano al target familiare per ampliare il pubblico degli stabilimenti termali anche alle giovani coppie;
- Le degustazioni di prodotti tipici locali collegano il progetto all'obiettivo "Food & Wine", e sviluppano l'identità del territorio orientato a un turismo "slow";
- L'apertura serale eccezionale degli stabilimenti termali aiutano a prolungare l'arco temporale di fruizione, favorendo la permanenza dei visitatori;
- Le azioni di comunicazione attraverso la promozione in sinergia e l'immagine coordinata di APT Servizi rappresentano un'azione fondamentale per raggiungere i mercati nazionali ed europei.

Ogni azione viene associata a un costo stimato in modo che risulti evidente il collegamento.

Obiettivo	Azione	Voce di costo / categoria di spesa
• Incrementare presenze e permanenza di visitatori	• Escursioni, visita stabilimenti • Apertura serale.	• Servizi guida turistica • Costi per escursioni
• Valorizzare prodotto termale & wellness	• Spettacoli • Laboratori, • Intrattenimenti musicali • Aree ludiche	• Costo servizi artistici • Costo animazioni • Costo spettacoli • Costo allestimenti • Costo laboratori • Costo service • Costo dj-set
• Potenziare la creazione di un'immagine positiva del territorio • Rafforzare partnership pubblico - private	• Promozione online e offline • Promozione e degustazioni dei prodotti del territorio	• Costo campagna comunicazione • Costo organizzazione degustazioni, • Costo distribuzione
• Potenziare il target familiare • Ampliare nuovi pubblici	• Aree ludiche per bambini • Laboratori • Organizzazione degustazioni • Organizzazione spettacoli arti performative	• Costi per Servizi di animazione, • Costi per materiali per animazioni • Costi per organizzazione di spettacoli di arti performative

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

Con il progetto “La Notte Celeste” si intendono adottare azioni volte a ridurre l’impatto ambientale complessivo, in coerenza con gli obiettivi di sostenibilità ambientale promossi dalla Regione Emilia – Romagna, dalle misure europee in materia di turismo responsabile, green economy, e in piena coerenza con gli obiettivi dell’Agenda 2030 dell’ONU per lo sviluppo sostenibile.

Le principali misure previste sono le seguenti:

- Promozione dell’utilizzo di percorsi pedonali per raggiungere i luoghi degli eventi.
- Utilizzo di materiali riciclabili o compostabili (bicchieri, piatti, posate, tovaglioli, contenitori) durante le degustazioni e gli eventi enogastronomici.
- Riduzione dell’uso di plastica monouso in tutte le attività del progetto, in linea con la normativa vigente.
- Allestimenti realizzati con materiali riutilizzabili, riciclati o a basso impatto ambientale, favorendo fornitori locali e artigiani.
- Installazione di isole ecologiche temporanee per la raccolta differenziata dei rifiuti nelle aree evento
- Riduzione dell’utilizzo di materiali cartacei in favore di una comunicazione online, social media, newsletter e utilizzo di QR code per la consultazione dei programmi degli eventi.
- Inserimento nel programma di escursioni guidate dedicate alla scoperta delle aree naturali e delle sorgenti termali.
- Involgimento di produttori locali per sostenere l’economia del territorio e utilizzo di prodotti agroalimentari a km 0 nelle degustazioni con utilizzo di prodotti locali.

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

Uno dei principali obiettivi del progetto è la promozione di un turismo inclusivo e accessibile, in linea con gli obiettivi regionali di valorizzazione delle destinazioni termali come luoghi accoglienti e accessibili. Le azioni previste intendono garantire la partecipazione attiva e in piena sicurezza delle persone con disabilità motoria, sensoriale o cognitiva, sia durante gli eventi che nelle azioni di promozione. Il progetto è pianificato in modo da fare vivere al pubblico esperienze di relax, benessere, a contatto con la natura, in modo accogliente e al tempo stesso accessibile e in sicurezza.

Per garantire le azioni di promozione del turismo accessibile si intende procedere con le seguenti misure:

- Sopralluoghi preventivi per verificare l’accessibilità architettonica e fisica dei luoghi di svolgimento degli eventi (stabilimenti termali, piazze, parchi, aree spettacolo, percorsi escursionistici).
- Disponibilità di servizi igienici accessibili nelle aree dell’evento e negli stabilimenti termali aderenti
- Realizzazione di materiali informativi e di promozione con testi ad alta leggibilità e linguaggio semplificato, facile da leggere per facilitare la comprensione da parte delle persone con disabilità cognitive o difficoltà linguistiche
- Presenza di volontari e personale di accoglienza in grado di gestire una comunicazione inclusiva e assistenza non invasiva, per favorire l’autonomia e la partecipazione attiva di tutti i visitatori.
- Utilizzo nelle azioni di promozione di un approccio inclusivo e non discriminante, con immagini e linguaggio rispettosi della diversità di genere

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

La Notte Celeste è un format consolidato, ma per l’anno 2026 si introducono elementi di innovazione finalizzati a potenziare l’attrattività del prodotto “turismo termale” e ampliare il target.

Gli elementi innovativi da introdurre per l’edizione 2026 sono:

- Potenziare l’integrazione tra benessere, natura e cultura con un programma in grado di unire le esperienze a contatto con la natura in stretta connessione con performance artistiche, culturali e di spettacolo diffuse nell’area termale;
- Rafforzare l’identità del territorio attraverso un maggiore sinergia tra benessere termale e sapori locali, valorizzando i prodotti tipici territoriali.

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

Verranno realizzati materiali fotografici e audiovisivi a disposizione del Territorio Turistico Bologna-Modena.

In caso siano previste azioni di promozione istituzionale in occasione di fiere turistiche, organizzazione di press tour ed educational tour e altre attività similari organizzate di propria iniziativa e non rientranti nel piano del Territorio Turistico di Bologna-Modena e/o di Apt Servizi, puntuale motivazione sull'opportunità di tali azioni:

Non sono previste azioni di promozione istituzionale in occasione di fiere turistiche, organizzazione di press tour ed educational tour.

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

Il progetto “La Notte Celeste” si inserisce pienamente nel quadro delle iniziative di promozione turistica promosse da APT Servizi Emilia - Romagna e dalla Regione Emilia-Romagna, in particolare nell’ambito delle iniziative regionali dedicate al turismo termale e al benessere. L’iniziativa viene realizzata in stretta collaborazione con APT Servizi, che cura l’immagine coordinata e la comunicazione, anche a livello extra regionale. L’evento verrà promosso attraverso i canali web regionali, delle rispettive redazioni locali, degli stabilimenti termali e altri siti di promozione turistica collegati. Il materiale offline sarà distribuito presso i punti di maggior frequentazione turistica del territorio metropolitano (IAT-R, IAT, Welcome Room, extraBO, IF, Bologna Welcome, stabilimenti termali). Il progetto contribuisce inoltre al raggiungimento degli obiettivi strategici del Territorio Turistico Bologna-Modena (PTPL 2026), rafforzando la sinergia tra i Comuni termali (Castel San Pietro Terme e Alto Reno Terme) e l’intera area metropolitana di Bologna. Il progetto contribuisce a consolidare il posizionamento dell’Emilia-Romagna come destinazione di eccellenza per il turismo del benessere, sostenibile e accessibile.

Breve report dell’edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità (solo per progetti ricorrenti già presentati nelle scorse edizioni del PTPL):

L’edizione 2025 ha confermato il successo di una manifestazione ormai consolidata nel panorama turistico regionale, rafforzando l’attrattività dei Comuni termali di Castel San Pietro Terme e di Alto Reno Terme. Il programma, rivolto principalmente a un pubblico familiare, ha proposto un calendario di iniziative dedicate alla scoperta degli stabilimenti termali e delle sorgenti locali, con street food, laboratori, luna park, camminate naturalistiche, dj – set, spettacoli di acqua e fuoco. La partecipazione è stata elevata, con una stima complessiva di circa 5.000 visitatori, senza particolari criticità organizzative. Tuttavia, l’analisi dell’edizione ha evidenziato l’opportunità di potenziare la componente culturale, con particolare riferimento all’aspetto artistico, musicale e performativo per ampliare il pubblico di riferimento, coinvolgendo maggiormente le fasce giovanili, in particolare i target “Millennials” e “Generazione Z”, meno presenti nelle precedenti edizioni. Per l’edizione 2026 si prevede pertanto di introdurre:

- Un cartellone di arti performative ampliato, con spettacoli serali diffusi nell’area,
- Azioni di promozione digitale mirate ai target giovanili, ad esempio coinvolgendo influencer locali
- Una maggiore integrazione tra intrattenimento, benessere e natura

L’iniziativa si conferma tra le iniziative più partecipate della stagione estiva termale dell’Emilia-Romagna e rappresenta un importante motore di promozione del territorio, rafforzando l’identità dei Comuni e degli stabilimenti termali come luoghi di benessere, socialità e cultura.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Partner e operatori economici coinvolti	<ul style="list-style-type: none"> Numero operatori economici e partner coinvolti nel progetto Numero associazioni coinvolte nel progetto
Eventi	<ul style="list-style-type: none"> Numero eventi realizzati
Materiali di promozione	<ul style="list-style-type: none"> Numero azioni di promozione digitale Numero pubblicazioni sui giornali e riviste Numero depliant distribuiti
Pubblico	<ul style="list-style-type: none"> Numero pubblico partecipante suddiviso per diversi target

TOTALE SPESE PREVISTE: € 32.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 32.000,00

PUNTEGGIO: 60

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

12) Associazione Vitruvio A.S.D. - GUGLIELMO MARCONI COMUNE IMMORTALE

P.G. n. 72255/2025

integrazione P.G. n. 74282/2025

integrazione P.G. n. 76745/2025

integrazione P.G. n. 77607/2025

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. Comune di Sasso Marconi
2. Comune di Casalecchio di Reno
3. Museo Pelagalli Mille voci... mille suoni (patrimonio Unesco),
4. Museo Guglielmo Marconi - Villa Grifone,
5. Rete televisiva 7Gold,
6. Emittente televisiva TRC Bologna,
7. Francesco Nigro, Guida ambientale patentata e scrittore,
8. Lucio Mazzi, scrittore, giornalista e docente di storia della musica.

DESCRIZIONE SINTETICA

- 1) Il 2026 è il terzo anno del ns. progetto quadriennale nato nel 2024 per celebrare i 150 anni dalla nascita di Guglielmo Marconi, i 100 anni della radio, i 70 anni della televisione. Nel 2025 abbiamo ricordato i 130 anni del wireless e nel 2026 celebreremo i 125 anni dalla prima trasmissione wireless transoceanica.
- 2) Il progetto quadriennale, che alleghiamo, ha il patrocinio NON ONEROSEN del Sindaco della Città Metropolitana, del Presidente dell'Assemblea Legislativa RER, del Sindaco del Comune di Sasso Marconi e della Fondazione Guglielmo Marconi. La presente proposta, che si chiede possa entrare nella fascia di

valutazione alta del P.T.P.L. 2026, fa parte dell'articolato insieme di attività realizzate e indicate nel piano quadriennale dedicato a Guglielmo Marconi.

Sono previsti un minimo di trentasei appuntamenti GRATUITI durante tutto il 2026 a favore di un migliaio di cittadini e turisti.

3) Obiettivo del presente progetto è anche l'internazionalizzazione, realizzando visite guidate e iniziative in lingua inglese e spagnola, per mettere a frutto il lavoro fatto negli ultimi anni anche a Barcellona in occasione della 37a edizione dell'America's Cup di vela, dalle associazioni Vitruvio Bologna e Vitruvio Barcelona, associazione gemella fondata nel 2015.

Vedi contributi video:

- Servizio TG 7 News America's Cup;
- Trailer documentario Edificio Telegrafia Marconi all'aeroporto di Barcellona;
- Trasmissione di approfondimento di TRC "Bologna a colori", dedicata al progetto quadriennale.

4) Il 2026 è il secondo anno del triennio 2025-2027 analizzato dai due documenti ispiratori del bando PTPL 2026, "Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027" e "Programma di Promo-Commercializzazione Turistica (PPCT)" dove vengono indicate le seguenti priorità di azione: (di seguito, in rosso, evidenziamo gli elementi valorizzati in questo progetto, in linea con le indicazioni dei due documenti ispiratori del bando.

• City Break

Promozione turistica dell'offerta museale integrata con siti storici; (Museo Marconi e Museo – Patrimonio UNESCO – Mille voci mille suoni G. Pelagalli) Palazzi e siti storici pubblici e privati. (Villa Grifone, Colle Ameno)

• Cultura: Itinerari culturali sovra-territoriali che tengano conto dei personaggi che, nati e/o vissuti nel territorio, si sono distinti nel panorama scientifico internazionale (Guglielmo Marconi) ambasciatori che rappresentano un'opportunità strategica di crescita della notorietà della destinazione, per un turismo di scopo.

Borghi del Territorio Turistico Bologna-Modena con le proprie ville. (Borgo Colle Ameno).

• Outdoor Active&Slow

Cicloturismo nei sub-ambiti metropolitani Appennino: Bike experience; (Ciclovia del Reno)

• Natura e benessere

Messa a sistema e promozione delle risorse e dei servizi per la fruizione naturalistica con riferimento ai parchi, riserve, oasi. (Parco lungo Reno e Parco della chiusa – Parco Talon)

GUGLIELMO MARCONI COMUNE IMMORTALE è un articolato insieme di tre iniziative (bike, trekking, visite guidate) per uno turismo i scopo che rientra perfettamente nell'ambito delle linee di prodotto di cui sopra e che verranno proposte tutto l'anno. I prodotti tipici del territorio verranno promossi anche dal buonissimo SPRITZ MARCONI realizzato con prodotti dei colli bolognesi: Pignoletto frizzante Dop "Callisto" dell'azienda "Piacere Sasso..." delle colline marconiane, olive dei colli bolognesi, "Amaro Settemmezzo" ricavato dal carciofo violetto dei colli di San Luca, e "Amaro Montenegro 1885". Un modo curioso, piacevole e socializzante di raccontare i luoghi e l'epoca di Guglielmo Marconi.

Outdoor Active&Slow

- Cicloturismo e trekking nei sub-ambiti metropolitani

1. I RAGGI DI MARCONI - Bike experience in una giornata con visite guidate a due Musei, da eXtraBO alla casa natale di Marconi, al Parco Talon, alla Chiusa di Casalecchio, al Museo Marconi di Villa Grifone, lungo la ciclovia del Reno, per rientrare attraversando i parchi bolognesi fino al Museo Pelagalli patrimonio UNESCO "Mille voci... mille suoni".
2. ELETTRA: PASSI SULLE ONDE DI MARCONI – Trekking e visita guidata di mezza giornata da Colle Ameno alla Collina dei Celestini al Museo Guglielmo Marconi di Villa Grifone.
3. ON AIR! UN POMERIGGIO NEL MONDO DELLA RADIO – Visita guidata e talk show al Museo Pelagalli patrimonio UNESCO "Mille voci... mille suoni".

4. Al termine di tutte le iniziative verrà proposto e promosso lo SPRITZ MARCONI presentato con successo da Vitruvio durante la rassegna estiva “Battiferro finché caldo 2025” e realizzato esclusivamente con prodotti di eccellenza locali. In questo contesto è stata anche ospitata la mostra prodotta dall’Assemblea Legislativa RER “Sasso Marconi città di Guglielmo”. Vedi servizio TG7 news, Rete 7Gold.

A bilancio non sono previste entrate per tesseramenti o contributi liberali per l’ottenimento degli scopi statutari dell’Associazione. Restano a carico dei cittadini e dei turisti i soli costi relativi all’acquisto dei biglietti d’ingresso ai due Musei.

AZIONI

1) Sopralluoghi esecutivi

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

2) Ricerche storiche, e ambientali, ecc..

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

3) Scrittura test e mappatura.

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

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO

Comuni di Bologna, Casalecchio, Sasso Marconi, lungo l’asta del Fiume Reno e la prima collina bolognese.

PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE

Tutto l’anno

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l’attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l’offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti:

Per quanto già esposto, la valenza turistica è certa, grazie alla fama mondiale di Guglielmo Marconi, che 125 anni fa ha unito i continenti, superando gli oceani. Nei paesi anglosassoni e nel continente sudamericano la figura di Marconi è celebrata frequentemente in moltissimi siti dove si trovano edifici e targhe che riportano le sue imprese, come ad esempio al Cristo Redentore di Rio de Janeiro o a Sidney, Londra, New York, ecc... Questo progetto apre ulteriori stimolanti alternative a mercati già attivi nel territorio metropolitano, considerando che le proposte di Vitruvio vengono realizzate con continuità e certezza di calendario da decenni e sono rivolte con successo a mercati locali, nazionali e internazionali. Le tre attività verranno realizzate in italiano in inglese e in spagnolo, anche per attrarre il pubblico frutto delle attività decennali di Vitruvio Barcelona realizzate anche in occasione dell’America’s Cup di vela.

Vedi:

- Servizio TG 7 News America’s Cup,
- Trailer documentario Edificio Telegrafia Marconi all’aeroporto di Barcellona,
- Trasmissione di approfondimento di TRC “Bologna a colori”, dedicata al progetto quadriennale.

2) Coerenza con gli obiettivi delle “Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027” e con il quadro di riferimento di cui alle premesse dell’Avviso PTPL 2026:

Il curriculum e la storia ventennale dell’Associazione Vitruvio garantiscono la certezza di un risultato conforme alle linee guida, anche grazie alle competenze del Dott. Francesco Nigro, e dello scrittore e giornalista Lucio Mazzi, evidenziate nel curriculum. L’invio settimanale della newsletter di Vitruvio agli oltre 30.000 iscritti in mailing list consentirà di raggiungere mediamente c.a 70.000 persone in tutt’Italia (considerando che ad un indirizzo può corrispondere una coppia o una famiglia). Le ricadute per alloggio e cibo saranno importanti, poiché le iniziative verranno proposte tutto l’anno. Il sostegno economico richiesto a Città metropolitana avrebbe totale garanzia di risultato, perché Vitruvio è una realtà strutturata con esperienza pluridecennale sul territorio e decennale con i bandi PTPL di Città Metropolitana.

3) Descrizione puntuale degli obiettivi e dei mercati e della coerenza interna rispetto alle azioni e ai costi:

Le tre iniziative proposte sono già consolidate e sono state perfezionate ed adeguate nel tempo agli obiettivi, i mercati, le azioni e di costi che ogni anno vengono indicati nel PTPL di Città metropolitana. Abbiamo la certezza di costi, grazie ad un numero di repliche notevole per ognuna delle tre iniziative proposte. Coerenza interna assicurata e verificata. I mercati di riferimenti sono tre:

- Italiano, non solo dei residenti in Italia, ma anche dei tanti italiani di terza o quarta generazione che vengono in vacanza in Italia per ritrovare le loro radici, dopo che nei paesi in cui vivono hanno trovato tracce concrete dell’operato di Marconi (edifici telegrafia, targhe, monumenti, ecc...)
- Anglosassone, essendo Marconi di madrelingua inglese e considerando che la sua impresa nacque in Inghilterra, Marconi è parte integrante della cultura anglosassone presente in tutti i continenti.
- Spagnolo, una delle lingue più diffuse al mondo anche questa presente in tutti i continenti.

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

Tutte le iniziative nascono dall’utilizzo della rete di ciclopedinale, stimolando il cicloturismo ed il trekking in ambiente. È prevista anche la raccolta di rifiuti abbandonati in ambiente. Verrà caldeggiato l’utilizzo della borraccia, escludendo le bottiglie d’acqua di plastica. La promozione verrà effettuata senza stampare nulla, verrà utilizzata solo la rete e la ns. mailing list e l’invio di comunicati stampa ai media. L’unico costo sostenuto per la stampa sarà la cartolina che verrà consegnata al termine di tutte le iniziative dove verrà promosso lo SPRITZ MARCONI realizzato con prodotti dei colli bolognesi: Pignoletto frizzante Dop “Callisto” azienda “Piacere Sasso...” delle colline marconiane, olive dei colli bolognesi, “Amaro Settemmezzo” ricavato dal carciofo violetto dei colli di San Luca, e “Amaro Montenegro 1885”.

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

Abbiamo già esperienza pluriennale con l’associazione ENS (Ente Nazionale Sordi) e intendiamo organizzare iniziative dedicate anche a loro, con traduttrice nel linguaggio dei segni. In merito all’accessibilità fisica tutti i percorsi, trekking o bike tour, come anche per il Museo Pelagalli, sono stati progettati per consentirne la totale fruizione. Purtroppo invece per le disabilità motorie gravi non sarà possibile visitare il Museo Marconi di Villa Grifone, in quanto non accessibile.

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

1. I RAGGI DI MARCONI - *Bike experience di un giorno.*

Iniziativa già consolidata.

Innovazioni: Accordo commerciale per il pranzo con il Chiosco del Lido di Casalecchio, che garantisce una proposta articolata ed è logisticamente nella posizione migliore per concludere le iniziative del mattino e proseguire con quelle pomeridiane.

Accordo con Associazioni che si occupano esclusivamente di cicloturismo affinché inseriscano l'iniziativa nel loro calendario annuale.

2. Il lancio dello SPRITZ MARCONI avvenuto quest'estate durante la rassegna estiva di Vitruvio "Battiferro finché caldo", al Sostegno del Battiferro, lungo il Canale Navile, ha avuto un grande successo. Veniva servito solo nelle serate dedicate ai tre spettacoli su Marconi che hanno debuttato nel 2025 e che sono inseriti nel progetto quadriennale patrocinato anche da Città Metropolitana di Bologna. E' stata una forma di socializzazione e fidelizzazione interessante che ha avvicinato in modo accattivante molti cittadini alla incredibile storia di Guglielmo Marconi. Verrà promosso e proposto anche al termine delle tre iniziative descritte in questo progetto.

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

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

In caso siano previste azioni di promozione istituzionale in occasione di fiere turistiche, organizzazione di press tour ed educational tour e altre attività similari organizzate di propria iniziativa e non rientranti nel piano del Territorio Turistico di Bologna-Modena e/o di Apt Servizi, puntuale motivazione sull'opportunità di tali azioni:

//

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

//

Breve report dell'edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità (solo per progetti ricorrenti già presentati nelle scorse edizioni del PTPL):

Nella precedente edizione non abbiamo riscontrato particolari problemi, se non le avverse condizioni meteo, che ci hanno costretto a rinviare alcune iniziative in ambiente.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Pubblicazione nel calendario 2026 delle singole iniziative sul sito di Vitruvio e sui siti di promozione del territorio attivati dalla Città metropolitana	Verifica periodica dei numeri relativi all'apertura delle pagine dedicate alle iniziative di Vitruvio, rapportati al numero di prenotazioni ricevute.
Comunicati ai media nazionali	Verifica dell'incremento di prenotazioni ricevute a seguito della pubblicazione di articoli o trasmissione di servizi sui media
Comunicati stampa per ogni singola data delle iniziative inviati da Vitruvio ai media regionali	Verifica dell'incremento di prenotazioni ricevute a seguito della pubblicazione di articoli o trasmissione di servizi sui media
Trasmissione delle proposte ai tanti Tour operator che già collaborano con Vitruvio (per il turismo scolastico)	Verifica quantità di gruppi prenotati con relativa provenienza.

abbiamo previsto di inserire queste iniziative GRATUITE in pacchetti di visita al territorio, proponendo un programma di uno o due giorni, ai plessi e agli Istituti Comprensivi, che comprenda anche cacce al tesoro, visite guidate ai Musei, spettacoli itineranti, trekking in ambiente, ecc. Nel caso in cui le iniziative dedicate a Marconi venissero apprezzate ed inserite [dai TO] nei pacchetti turistici da noi ideati, non saranno origine di costo per l'utente finale. La gratuità verrà sempre segnalata nella proposta inviata ai docenti, facendo riferimento all'inserimento del progetto nel PTPL 2026).	
Trasmissione delle proposte alle tante scuole che già collaborano con Vitruvio	Verifica quantità di gruppi prenotati con relativa provenienza.
Invio delle proposte con 52 newsletter settimanali a oltre 30.000 indirizzi in mailing list	Verifica percentuali di lettura e di prenotazione online delle schede in oggetto
Pubblicazione di eventi sui social	Verifica del gradimento e della reale partecipazione alle singole iniziative
Pubblicazione reiterata dei video promozionali	Verifica del numero di aperture dei file video
Analisi della reputazione online	Verifica puntuale delle recensioni su Trip Advisor, con richiesta di recensione inviata via mail al termine di ogni iniziativa
Interviste ai visitatori e analisi sul campo relative alla qualità dei servizi	Semplice tabella con quattro valori da attribuire, inviata via mail al termine di ogni iniziativa.
Presenze per provenienza, motivazione/tipo di vacanza	In fase di prenotazione (obbligatoria) verranno richiesti e registrati i dati per ogni singola iniziativa.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 19.366,00 (iva inclusa se dovuta)

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 19.366,00 (iva inclusa se dovuta)

PUNTEGGIO: 55

FASCIA DI VALUTAZIONE: BASSA

13) CITTÀ METROPOLITANA DI BOLOGNA - INIZIATIVE TURISTICHE DI INTERESSE METROPOLITANO

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

Comuni e Unioni di Comuni del Territorio Turistico Bologna-Modena; Comuni di Firenze, Prato, Pistoia, Provincia di Pistoia; Regioni Emilia-Romagna e Toscana; APT Servizi Srl e altri soggetti che a vario titolo operano in ambito turistico.

DESCRIZIONE SINTETICA DEL PROGETTO

La Città metropolitana di Bologna, nelle funzioni di Destinazione turistica, coerentemente con quanto realizzato nelle annualità precedenti, propone nell'annualità 2026 la realizzazione di azioni di comunicazione e promozione integrate e trasversali a supporto dell'offerta turistica del territorio.

Al fine di sostenere l'attrattività e la qualificazione dell'offerta territoriale attraverso lo sviluppo di strategie trasversali e condivise attente alla sostenibilità, si propone di supportare Accordi territoriali di sviluppo, con particolare attenzione ai Cammini e al turismo attivo e lento in generale. La Via degli Dei, la Via della Lana e

della Seta, la Via Mater Dei rappresentano i principali cammini che attraversano l'Appennino bolognese collegandolo con le vicine province toscane. Anno dopo anno questi Cammini, anche grazie al supporto fornito tramite il PTPL, accolgono sempre più numerosi camminatori e pellegrini, dall'Italia e dall'estero. La Via degli Dei, in particolare, si è qualificata come secondo cammino italiano, dopo la Via Francigena. L'obiettivo è rendere sempre più attrattivi anche gli altri cammini, sia quelli citati sia eventuali nuovi in corso di strutturazione, per favorire la decongestione del turismo dal capoluogo, l'internazionalizzazione degli arrivi anche in ambito metropolitano e la destagionalizzazione dei flussi. Per ciascun cammino si prevede, pertanto, di finanziare azioni di promozione turistica in accordo con gli enti interessati dai percorsi, in una logica di integrazione dell'offerta e di razionalizzazione degli interventi, anche attraverso il supporto a eventi dedicati che contribuiscano ad affermare il territorio come riferimento nazionale per il segmento Cammini.

Inoltre, si intende proseguire la promozione degli eventi e delle iniziative dedicati alla fruizione responsabile del territorio metropolitano, valorizzando in particolare le tradizioni enogastronomiche, le tipicità agroalimentari bolognesi, l'offerta sportiva del territorio e l'escursionismo a piedi e in bicicletta, con particolare attenzione al rilancio delle zone montane e periferiche del territorio.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 50.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 50.000,00

Allegato 3)

TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA-MODENA

P.T.P.L. 2026

AMBITO 1

**SERVIZI TURISTICI DI BASE
DEI COMUNI E DELLE UNIONI DI COMUNI**

MODENA

INDICE PROGETTI

AMBITO 1.a - Informazione e accoglienza al turista - IAT TRADIZIONALI	3
1) COMUNE DI MODENA - IAT R	3
2) COMUNE DI SESTOLA - IAT R	6
3) COMUNE DI MARANELLO - STTI - IAT R	9
4) COMUNE DI FANANO - IAT	12
AMBITO 1.a - Informazione e accoglienza al turista - IAT INNOVATIVI	16
1) COMUNE DI CARPI - IAT DIFFUSO	16
2) COMUNE DI MARANELLO STTI - IAT DIFFUSO	18
3) COMUNE DI CAMPAGALLIANO - IAT DIFFUSO	21
4) COMUNE DI NONANTOLA - IAT DIFFUSO	24
5) COMUNE DI MODENA - IAT DIGITALE	27
6) COMUNE DI MODENA - WELCOME ROOM	29
7) COMUNE DI PAVULLO - WELCOME ROOM	30
AMBITO 1.b - Animazione e intrattenimento turistico	35
1) COMUNE DI MODENA - IAT R	35
2) COMUNE DI SESTOLA - IAT R	36
3) COMUNE DI MARANELLO - STTI - IAT R	40
4) UNIONE TERRE DI CASTELLI - IAT	42
5) COMUNE DI FANANO - IAT	45

**AMBITO 1.a - Informazione e accoglienza al turista - IAT TRADIZIONALI
(IAT R e IAT)**

1) COMUNE DI MODENA - IAT R

PG n. 38751 del 10/11/2025
integrazione P.G. n. 41420 del 28/11/2025

SEDE

Piazza Grande 14, 41121 Modena (MO)

RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO CON RIFERIMENTO ALLE AZIONI CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2026

Attività di sportello e back-office

Proseguono tutte le attività richieste dalla normativa e regolamentazione vigente: raccolta, trattamento e diffusione di informazioni turistiche con risposta via mail, telefonica, livechat, social, postale, sulle risorse locali con ambito cittadino, provinciale e regionale o su quelle inserite nel Sistema Informativo Regionale per il Turista, su quelle del Territorio turistico Bologna Modena; raccolta schede reclami per disservizi e inoltro agli enti competenti; compilazione ed elaborazione schede contatti; distribuzione materiali per la ricerca di disponibilità ricettiva; su richiesta dell'utente: iscrizioni, prenotazioni, verifiche di disponibilità per la partecipazione a eventi, spettacoli, visite guidate, prenotazione guide turistiche; vendita materiali turistici e gadget; prenotazione dei servizi turistici e del pernottamento presso le strutture ricettive, limitatamente al turismo in entrata in Emilia-Romagna (IAT-R); spedizione e/o distribuzione materiale informativo ad enti associazioni, soggetti privati a supporto delle iniziative da loro organizzate che prevedono una presenza turistica rilevante nella città e provincia, nonché a supporto di iniziative di promozione del turismo modenese al di fuori del territorio provinciale; collaborazione con le case editrici per l'aggiornamento e il controllo delle informazioni delle guide di settore o dei siti turistici su internet; gestione corrispondenza; magazzino dei materiali in distribuzione; produzione materiale informativo specifico (calendari manifestazioni, schede informative tematiche contestuali ad eventi speciali, depliant tematici su luoghi e beni culturali); attività di accoglienza a giornalisti, opinion leader, delegazioni, gruppi di interesse, autorità e personale d'ambasciata, organizzazione di servizi di accompagnamento, educational tour e visite guidate ai visitatori in arrivo sul territorio provinciale; prenotazioni dell'orario di ingresso per i gruppi in visita al Duomo di Modena; prenotazioni delle visite tematiche in città, gestione servizio noleggio gratuito c'entro in bici, noleggio radioguide a supporto delle visite guidate; vendita biglietti bus per Modena e tutta la provincia; coordinamento nelle relazioni tra il team Social Emilia Romagna turismo e la rete degli IAT provinciali per la selezione e fornitura di contenuti, immagini e video per il piano editoriale social regionale; gestione e implementazione continua dell'archivio fotografico e video con ambito provinciale; allestimento di corner tematici stagionali presso la sede in Piazza Grande con distribuzione di materiale con ambito provinciale e regionale; attività di monitoraggio dei risultati e customer satisfaction.

Obiettivi di miglioramento del servizio:

- rafforzare il ruolo di Modena come hub turistico a servizio di tutto il territorio provinciale;
- rafforzare il posizionamento di Modena e del territorio provinciale all'interno del sistema dell'Accoglienza turistica regionale;
- sviluppare attività innovative di carattere promozionale per rafforzare l'identità turistica del Territorio Turistico Bologna-Modena;
- accrescere l'attrattività territoriale qualificando e innovando i servizi di informazione turistica coinvolgendo la rete degli IAT territoriali in progettualità condivise;
- promuovere un turismo sostenibile, cioè in equilibrio con il tessuto socioeconomico della città e i territori, e inclusivo, cioè accessibile a tutti;
- incrementare l'utilizzo di sistemi digitali innovativi per proporre prodotti ed esperienze da acquistare anche in autonomia;
- offrire al turista prodotti ed esperienze di qualità, in grado di intercettare bisogni specifici;
- mantenere un approccio flessibile nell'adozione di strategie e azioni di intervento;

- valorizzare il patrimonio culturale e naturale del territorio provinciale e le aree meno interessate dal turismo consolidato.

Azioni/iniziative che si intendono svolgere nel corso del 2026:

MICE in continuità con il progetto sviluppato nel corso del 2025 di analisi e verifica del posizionamento di Modena nell’ambito del sistema di ospitalità per convention aziendali, congressi, sale meeting, con individuazione e mappatura dei luoghi da poter adibire a centri congressi e migliori location per eventi, al fine di promuovere il turismo congressuale verrà realizzato un progetto-studio delle possibili traiettorie di sviluppo e sensibilizzazione dell’attuale sistema del turismo congressuale nel territorio modenese (città di Modena e hinterland). In particolare, in virtù della base di partenza data dall’attuale posizionamento di Modena nel comparto MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) nel contesto regionale e nazionale, considerato un settore strategico per l’attrattività e la competitività del territorio, nel corso del 2026 verranno studiati esempi/buone pratiche di azioni pubbliche e di governance, inoltre verrà studiato l’impatto economico e relazionale del comparto rispetto al turismo in senso culturale, rappresentando quest’ultimo un’importante leva di sviluppo economico, in grado di generare ricadute dirette e indirette su molteplici settori (ospitalità, ristorazione, servizi, mobilità, commercio e cultura).

TURISMO ACCESSIBILE Azioni e iniziative finalizzate a realizzare itinerari accessibili e inclusivi per le persone con diverse tipologie di disabilità: es progettazione di itinerari lenti, accessibili per tutti ma particolarmente indicati per persone con mobilità ridotta o in sedia a rotelle, famiglie con bambini piccoli, anziani e persone neurodivergenti, itinerari per ipovedenti o con disabilità uditiva. Azioni per garantire e potenziare l’accessibilità del portale visitmodena anche da un utente con disabilità.

VISIT MODENA PER TUTTI Aggiornamento delle schede realizzate con il progetto “Visit Modena per tutti”, finalizzato a fornire servizi informativi di qualità alle persone con scarsa o ridotta mobilità come supporto sia nell’organizzazione del viaggio che all’effettiva esperienza turistica in loco. Nel corso del 2026 verranno aggiornate le schede relative ai Musei e monumenti, luoghi di visita (pubblici e privati) a partire da quelli cittadini.

MATERIALE INFORMATIVO E/O DI ACCOGLIENZA

Durante tutto l’anno verrà svolta un’attività di aggiornamento e ristampa del materiale turistico necessario all’erogazione di informazioni presso lo IAT R e in occasione di eventi.

In particolare, nel corso del 2026 verranno aggiornati i “Benvenuti a Modena” in italiano e in lingue straniere. CETS (CARTA EUROPEA TURISMO SOSTENIBILE): continuano le attività previste dall’adesione alla Strategia Cets Parchi Emilia Centrale 2025-2029.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Progetto che contempla la funzione di reservation e redazione locale (c.d. HUB) svolta dall’ufficio nell’ambito di ERT/SITUR

Sì

2) Elementi di qualità dell’attività di collaborazione, scambio di informazioni, coprogettazione tra l’HUB e gli altri uffici afferenti al medesimo ambito

Lo IAT-R di Modena, nel suo integrale assetto organizzativo continuerà a potenziare la funzione di “hub” del territorio, fornendo informazioni turistiche non solo sul capoluogo ma anche sull’intera Provincia, provvedendo in questo modo a fornire un’immagine unitaria del brand “Modena”, nonché a realizzare una diffusione capillare dell’informazione sulle attrazioni ed eccellenze di tutto il territorio.

Il portale visitmodena.it rispecchierà la volontà di presentare l’intera offerta turistica territoriale e promuoverà l’intero territorio, dal capoluogo all’appennino e proseguirà, ampliandosi, l’attività di presentazione in forma coordinata delle esperienze di visita offerte dal territorio.

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l’evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile

Accessibilità

TURISMO ACCESSIBILE Azioni e iniziative finalizzate a realizzare itinerari accessibili e inclusivi per le persone con diverse tipologie di disabilità: es progettazione di itinerari lenti, accessibili per tutti ma

particolarmente indicati per persone con mobilità ridotta o in sedia a rotelle, famiglie con bambini piccoli, anziani e persone neurodivergenti, itinerari per ipovedenti o con disabilità uditiva.

VISIT MODENA PER TUTTI Aggiornamento delle schede realizzate con il progetto “Visit Modena per tutti”, finalizzato a fornire servizi informativi di qualità alle persone con scarsa o ridotta mobilità come supporto sia nell’organizzazione del viaggio che all’effettiva esperienza turistica in loco. Nel corso del 2026 verranno aggiornate le schede relative ai Musei e monumenti, luoghi di visita (pubblici e privati) a partire da quelli cittadini.

VISITMODENA ACCESSIBILE azioni per garantire l’accessibilità del portale anche da un utente con disabilità.

Tutto il personale dello IAT R verrà inoltre coinvolto in un corso di formazione ad hoc per fornire un servizio informativo accessibile a tutti i turisti, comprese le persone con disabilità o bisogni speciali.

Sostenibilità

Tutte le azioni e le iniziative realizzate sono progettate in modo da non alterare l’equilibrio del tessuto socioeconomico della città e dei territori.

CETS (CARTA EUROPEA TURISMO SOSTENIBILE): adesione alla Strategia Cets Parchi Emilia Centrale 2025-2029.

BUONE PRASSI DI SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE: gli uffici Iat R di Modena adottano buone pratiche di risparmio energetico, riciclo dei rifiuti e risparmio della carta, e viene invitato il team a non utilizzare materiale usa e getta. Verrà inoltre svolta una costante attività di sensibilizzazione dell’utenza a non sprecare brochure e materiali informativi e verrà sempre specificato che per le prenotazioni dei luoghi di visita tramite visitmodena non è necessario stampare il biglietto ma è sufficiente salvarlo sul cellulare o conoscere il codice di prenotazione.

Innovazione

APPROCCIO MULTICANALE: il progetto gestionale dedica una particolare attenzione alla valorizzazione di strumenti e modalità innovative per la promozione dei servizi di informazione e accoglienza turistica in ogni fase del cosiddetto “customer journey” in linea con l’evoluzione del mercato turistico e la sensibilità di viaggiatori ed operatori del settore.

L’organizzazione del Servizio IAT si distingue per un approccio 'multi-touchpoint' pensato per incontrare le esigenze degli utenti in maniera moderna e innovativa, senza mai perdere il valore del contatto umano, dell’ascolto attento e dell’erogazione di informazioni corrette e autorevoli.

Per raggiungere questo obiettivo, verranno adottare strategie dinamiche e flessibili, abbracciando una varietà di canali comunicativi e personalizzando l’interazione in base alle preferenze dei visitatori.

L’ufficio turistico è concepito non solo come punto informativo ma come una vera e propria piattaforma esperienziale, dove i visitatori sono accolti da personale qualificato, in grado di adattarsi alle diverse esigenze comunicative, rispettando le varie culture e fornendo al tempo stesso un’esperienza informativa multimediale attraverso tecnologie avanzate come i vari monitor presenti nell’ufficio che permettono agli utenti di immergersi nella ricchezza culturale e storica di Modena e del suo territorio attraverso contenuti digitali dinamici e coinvolgenti.

Durante l’orario di ufficio, ci si avvale dei canali tradizionali come front desk, telefono, posta, e di piattaforme digitali per chat istantanee, Messenger su Facebook e interazioni sui social media tramite X, rispondendo tempestivamente a messaggi e post taggati @visitmodena. Viene inviata una newsletter settimanale su eventi e notizie di rilievo. Inoltre, visitmodena.it sarà integrato con un sistema di live-chat scelto per la sua efficacia nell’offrire assistenza diretta e rapida, semplificando la navigazione.

4) Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO

L’attività di condivisione di servizi e informazioni con la DMO del territorio modenese e con il sistema promocommerciale regionale è uno degli aspetti strategici fondamentali per la gestione efficace e premiante del sistema di accoglienza del territorio. Il portale visitmodena.it, di proprietà del Comune di Modena, è stato identificato come accesso digitale di riferimento per informazione e commercializzazione per l’intero territorio modenese, con un sistema di governance che permette un’azione sinergica tra l’ente pubblico e la DMO con un dialogo costante tra informazione e commercializzazione, che mette al centro il turista e l’esperienza turistica nel suo complesso

5) Descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti

Il programma di formazione degli addetti IAT-R prevede minimo 30 ore di formazione annue per ogni addetto IAT-R.

Le ore vengono suddivise come segue

- 14/16 ore: formazione sull'offerta turistica del territorio tramite visite onsite gestite in collaborazione con guide turistiche o esperti di settore. Il programma di visite viene personalizzato in base al grado di formazione e anzianità degli addetti e vengono tenute in forma individuale o di gruppo in base alle esigenze di approfondimento. I luoghi che tutti gli addetti devono aver visitato di persona e che ogni anno vengono rivalutati per aggiornamenti e visite ulteriori sono: Sito Unesco, Palazzo Ducale di Modena, Palazzo dei Musei e istituzioni presenti, luoghi AGO, Teatro Comunale Pavarotti, Mercato Albinelli, Museo Enzo Ferrari, Maserati, Stanguellini, Collezione Panini, Museo Pagani, Museo Ferrari e i principali borghi, castelli e Palazzi della provincia di Modena;

- 6/10 ore: partecipazione a seminari di formazione e approfondimento organizzati da APT/ENIT o altri enti per aggiornamenti su trend del mercato turistico;

- 4/6 ore incontri di confronto e formazione congiunti organizzati con la rete di imprese Emilia-Romagna Welcome per il miglioramento nell'utilizzo del sistema di prenotazione e per la creazione di prodotti turistici;

- nel 2026, in continuità con il progetto Modena per tutti avviato nel 2022 verrà replicata una sessione di formazione per accoglienza turisti con bisogni speciali, persone con disabilità in particolare, ma anche altre categorie.

Oltre alle attività dedicate agli operatori dello IAT-R del Comune di Modena, sono previsti interventi di formazione sul sistema dell'accoglienza allargata quali incontri di aggiornamento e formazione delle guide locali, visite formative/educational per gli operatori Iat della Provincia e dell'Emilia-Romagna. Il percorso, che sarà sviluppato su minimo 3 appuntamenti, prevede attività di formazione specifica dedicata ai soggetti che per professione contattano e si relazionano con turisti, con l'obiettivo di qualificare i servizi di accoglienza non convenzionali, non istituzionali, di agevolare e fidelizzare il turista, apportando contestualmente beneficio al singolo esercizio dei settori commercio e turismo del territorio coinvolto. Questa attività sarà realizzata sinergicamente con la DMO con un'attenzione particolare al miglioramento della conoscenza sull'offerta del territorio e le declinazioni dei prodotti afferenti alle linee strategiche del Territorio Turistico Bologna-Modena

TOTALE SPESE PREVISTE: € 300.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 300.000,00

PUNTEGGIO: 93

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

2) COMUNE DI SESTOLA - IAT R

P.G. n. 38721 del 10/11/2025
integrazioni P.G. n. 40539 del 24/11/2025

SEDE

Corso Umberto I 28, 41029 Sestola (MO)

Relazione generale dell'attività e obiettivi di miglioramento del servizio con riferimento alle azioni che si intendono svolgere nel corso del 2026:

Nel 2025 l'ufficio IAT di Sestola ha completato l'iter amministrativo per l'acquisizione della qualifica di IAT-R segnando un traguardo fondamentale verso una gestione più evoluta e coordinata delle attività di promozione e commercializzazione turistica dell'Appennino modenese.

L'obiettivo principale per il 2026 è quello di rafforzare l'identità unitaria della montagna modenese, integrando le strategie locali con quelle della Provincia di Modena e del Territorio Turistico Bologna-Modena, in linea con le Linee Guida Triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale ed in particolare:

- Potenziare la comunicazione e la promozione attraverso nuovi canali digitali e collaborazioni mirate con le Destination Management Organization (DMO).

- Destagionalizzare e diversificare i flussi turistici, promuovendo un'offerta che valorizzi il territorio anche al di fuori dei periodi di alta stagione.

- Esportare l'immagine e le peculiarità dell'Appennino modenese oltre i confini provinciali e regionali.

Accanto ai tradizionali servizi di front-office, l'ufficio punta a:

- Digitalizzare i contenuti informativi e promozionali;

- Sviluppare una social media strategy strutturata, capace di attrarre e fidelizzare nuovi pubblici;

- Favorire una comunicazione continua e accessibile, orientata all'esperienza del visitatore.

Quanto sopra esposto consentirà di: valorizzare i valori identitari e turistici dell'Appennino modenese, comunicando efficacemente il suo patrimonio storico, culturale, naturale e gastronomico, sviluppare sinergie operative con enti, operatori turistici e stakeholder territoriali, coordinando le azioni promozionali con quelle del Territorio Turistico Bologna-Modena e di APT Servizi Emilia-Romagna, promuovere la sostenibilità ambientale e sociale, favorendo il turismo responsabile, l'inclusione e l'accessibilità universale ed incrementare la visibilità sui media, rafforzando la reputazione dell'Appennino modenese come destinazione autentica e accogliente.

L'obiettivo è promuovere un'immagine unitaria, sostenibile e innovativa della montagna modenese, capace di valorizzare il territorio tutto l'anno attraverso la digitalizzazione dei contenuti, il rafforzamento dei canali di comunicazione e la creazione di progetti editoriali tematici di qualità.

Le azioni che si intendono svolgere nel corso del 2026 sono le seguenti:

1. In continuità con la realizzazione degli opuscoli "TrekInAppennino" (2024) e "DiscoverInAppennino" (2025), nel corso del 2026 verrà realizzata una nuova brochure informativa digitale dal titolo "SportInAppennino", dedicata alla promozione dell'offerta sportiva e outdoor dell'Appennino modenese.

L'obiettivo è quello di offrire una panoramica completa, aggiornata e accattivante sulle attività sportive praticabili nel territorio (escursionismo, mtb, ciclismo, sci, parapendio, sport di squadra, equitazione, etc.), favorendo una comunicazione coordinata, accessibile e coerente con l'immagine unitaria del territorio appenninico e incentivando la pratica dell'educazione fisica, dell'attività motoria e dello sport come strumento di tutela della salute e di promozione della sensibilità ambientale, stimolo alla crescita di relazioni e in grado di contribuire anche a favorire la promozione turistica, con conseguenti ricadute economiche a vantaggio del territorio.

Gli obiettivi coerenti con le linee guida triennali sono:

- Promuovere in modo sistematico le esperienze sportive outdoor dell'Appennino modenese.

- Mantenere coerenza grafica e comunicativa con le pubblicazioni precedenti ("TrekInAppennino" e "DiscoverInAppennino").

- Favorire la fruizione digitale e sostenibile dei materiali promozionali, riducendo l'utilizzo della carta (Stampa limitata di copie cartacee esclusivamente in occasione di fiere, eventi e manifestazioni di rilievo, per garantire un'adeguata presenza fisica di materiali informativi)

- Rafforzare la collaborazione intercomunale e il coordinamento con la Redazione Locale del Territorio Turistico Bologna-Modena.

2. Nel quadro delle iniziative di promozione del turismo responsabile e pet-friendly, l'ufficio IAT-R di Sestola realizzerà nel 2026 una brochure informativa in formato digitale dal titolo "Avventure a Coda Alta", dedicata ai percorsi e alle esperienze da vivere con i cani nell'Appennino modenese.

L'opuscolo avrà una doppia finalità:

- promozionale, per valorizzare i sentieri, le aree verdi e le strutture ricettive che accolgono visitatori con animali;

- educativa, per sensibilizzare turisti e proprietari sulle regole di comportamento, sicurezza e rispetto ambientale da adottare durante le attività outdoor.

Tutto questo permetterà di: incentivare un turismo pet-friendly consapevole e rispettoso del territorio, promuovere i percorsi e le strutture ricettive attrezzate per ospitare cani e animali da compagnia, diffondere buone pratiche di convivenza e tutela ambientale, contribuendo alla salvaguardia della fauna e della flora locali, favorire la fruizione inclusiva dell'Appennino anche per le famiglie con animali.

Contenuti della brochure:

- Selezione di itinerari escursionistici e percorsi adatti ai cani, con informazioni su lunghezza, difficoltà, punti d'acqua e aree attrezzate.

- Elenco di strutture pet-friendly (alberghi, rifugi, agriturismi, ristoranti, aree di sosta).

- Vademecum del buon escursionista a quattro zampe: regole di comportamento nei sentieri, obblighi di legge (guinzaglio, raccolta deiezioni, rispetto della fauna), consigli per la sicurezza e il benessere animale.

- Indicazioni sulle aree naturalistiche sensibili e sulle zone dove è necessario adottare maggiore cautela.

La realizzazione grafica sarà coordinata con la linea editoriale delle brochure “TrekInAppennino”, “DiscoverInAppennino” e “SportInAppennino”, per garantire uniformità visiva.

L'iniziativa contribuisce alla promozione di un turismo rispettoso dell'ambiente e degli animali, incentivando comportamenti responsabili e la tutela del patrimonio naturale dell'Appennino. La scelta del formato digitale con QR Code riduce l'impatto ambientale e favorisce un accesso immediato ai contenuti aggiornabili nel tempo.

3. Realizzazione della nuova carta dei sentieri

Per offrire un'immagine coordinata e coerente del territorio, nel 2026 sarà realizzato un restyling della carta dei percorsi escursionistici dell'Appennino modenese. L'obiettivo è presentare il territorio come una destinazione turistica unitaria, valorizzandone al meglio le risorse naturali e facilitando la fruizione dei percorsi da parte di escursionisti e appassionati. La nuova carta sarà integrata con le altre iniziative promozionali digitali e cartacee, garantendo coerenza visiva e supportando la comunicazione del patrimonio escursionistico locale.

4. Immagine coordinata e adeguamento materiale informativo

Nel corso del 2026, l'Ufficio IAT-R di Sestola presterà maggiore attenzione all'immagine coordinata e all'adeguamento del materiale informativo e promozionale in conformità alle Linee Guida Triennali per la promo-commercializzazione turistica della Regione Emilia-Romagna (2024-2026).

L'obiettivo è garantire una comunicazione coerente, riconoscibile e moderna, perfettamente integrata con il linguaggio visivo adottato dal Territorio Turistico Bologna-Modena e da APT Servizi Emilia-Romagna, migliorando la qualità grafica e la fruibilità dei materiali sia digitali che cartacei.

Verrà inoltre adeguato tutto il materiale cartaceo prodotto con i loghi del territorio turistico Modena-Bologna in conformità con le linee guida di utilizzo del marchio.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Progetto che contempla la funzione di reservation e redazione locale (c.d. HUB) svolta dall'ufficio nell'ambito di ERT/SITUR

SÌ

2) Elementi di qualità dell'attività di collaborazione, scambio di informazioni, coprogettazione con l'ufficio HUB di riferimento e tra l'HUB e gli altri uffici afferenti al medesimo ambito

Prosegue la collaborazione e lo scambio reciproco di materiali tra gli uffici afferenti all'HUB di Sestola (Fiumalbo, Riolunato, Montecreto, Lama Mocogno, Pievepelago, Serramazzoni) ai fini della realizzazione delle attività progettuali, già consolidata da diversi anni in cui la collaborazione tra uffici assicura e potenzia la rete sovra comunale di scambio di informazioni capace di soddisfare le diverse esigenze dei turisti.

Tutti i materiali cartacei prodotti saranno distribuiti tra i Comuni aderenti al progetto e consegnati ai presidi turistici del Territorio Bologna-Modena (in particolare, allo IAT-R di Modena), mentre le brochure in formato elettronico saranno rapidamente e immediatamente raggiungibili dal sito della Redazione Locale di riferimento www.inappenninomodenese.com .

In continuità con il 2025, infine, verranno rinnovati gli abbonamenti digitali ai quotidiani locali, nell'ottica di garantire ai Comuni una fonte di aggiornamento costante sulle ultime novità a livello turistico-culturale.

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile

Accessibilità: Revisione degli spazi IAT per garantire l'accesso senza barriere architettoniche e una segnaletica leggibile e inclusiva (anche a seguito della ristrutturazione dello spazio adibito a IAT-R che avrà conclusione entro il mese di Dicembre 2025);

Sostenibilità: Riduzione progressiva del materiale cartaceo e utilizzo di carta ecologica certificata FSC per le stampe indispensabili. Tutti i materiali saranno reperibili online o tramite QR code.

Innovazione: Potenziamento del portale web con funzioni interattive (mappe tematiche, itinerari personalizzabili) e sviluppo di un sistema digitale di accoglienza turistica con QR Code dinamici per località, servizi e sentieri.

4) Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO

L'up-grade dell'ufficio di IAT-R implica necessariamente un coordinamento continuativo e strutturato con le DMO del Territorio Turistico. In particolare si prevede di mettere in campo le azioni seguenti:

- Attivazione di tavoli di confronto con DMO e operatori specifici;

- Creazione di pacchetti turistici tematici (outdoor, enogastronomia, cultura, benessere)
- Partecipazione coordinata a fiere e workshop

Prosegue inoltre la realizzazione e lo scambio di materiali informativi condivisi con la DMO e la creazione di post programmati sui canali social di riferimento (InAppenninoModenese e VisitModena), al fine di consolidare il legame tra l'Appennino e la città.

Nel 2026 verranno creati dei Reel specifici sulle piattaforme social di riferimento che vadano a richiamare i video della rassegna “InfinitEmozioni” (creati in epoca Covid) che possano valorizzare le peculiarità dell'Appennino sui temi di enogastronomia, storia e cultura, natura e sport.

Proseguirà, inoltre, il sostegno alla rassegna “Modena Slow” (curata sempre dalla DMO di Modena) incentrata sulla promozione di esperienze da vivere in Appennino: il calendario sarà implementato da una rassegna di esperienze da vivere in Appennino.

Proseguirà inoltre l'attività dello IAT-R di Sestola di interconnessione tra fornitori di servizi turistici privati (Guide Ambientali Escursionistiche, maneggi, casefici, agriturismi, aziende agricole...) e la DMO nel tentativo di incrementare le “esperienze a data aperta” disponibili e prenotabili sul portale VisitModena.

5) Descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti

Nel corso del 2026, al fine di sensibilizzare e formare gli operatori turistici del territorio, l'Ufficio IAT-R di Sestola organizzerà una serie di educational tour e giornate esperienziali nei principali siti di interesse dell'Appennino modenese.

L'iniziativa mira a offrire agli operatori del settore una visione diretta, completa e coinvolgente delle risorse e delle potenzialità del territorio, rafforzando la consapevolezza delle peculiarità storiche, naturalistiche, culturali ed enogastronomiche che caratterizzano la montagna modenese.

Verranno infatti organizzate delle giornate in cui gli operatori del settore potranno visitare musei (ex. Museo delle Mummie di Roccapelago, Museo della Linea Gotica, Museo della Civiltà Montanara, etc) o attrazioni naturalistiche (Cascate del Doccione, Ponte del Diavolo, Ponte della Luna) o partecipare ad esperienze autentiche (Scultura di marcolfe, raccolta e lavorazione del miele, raccolta e lavorazione della Lavanda, etc) in modo da avere una visione più esaustiva delle esperienze che si possono vivere in Appennino.

Le attività verranno organizzate privilegiando mobilità sostenibile (navette, car sharing) e la collaborazione con operatori locali per favorire un'economia circolare.

Gli educational tour rappresentano inoltre un'occasione di valorizzazione diretta e autentica del territorio, con ricadute positive sulla qualità complessiva dell'offerta turistica.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 111.782,80

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 111.782,80

PUNTEGGIO: 77

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

3) COMUNE DI MARANELLO - STTI - IAT R

P.G. n. 38811 dell'11/11/2025

SEDE

via Dino Ferrari 43, 41053 Maranello (MO)

Relazione generale dell'attività e obiettivi di miglioramento del servizio con riferimento alle azioni che si intendono svolgere nel corso del 2026:

Nel corso del 2025 è proseguito il trend in crescita dell'afflusso di turisti in visita al Museo Ferrari. Dopo il record di 575.416 visitatori registrato nel 2024, nell'anno corrente si avvia a superare ulteriormente questa cifra. Nel 2024 è stato adottato un nuovo strumento per monitorare i contatti gestiti dagli IAT regionali. Per il primo anno l'enorme flusso di visitatori ha inciso sulla puntuale compilazione dei form on-line per la raccolta dei contatti. Nel 2025 questa difficoltà è stata superata. I contatti registrati allo IAT R di Maranello dal 1° Gennaio 2025 al 31 Ottobre 2025 sono 41.118.

Nel corso del 2026 il Sistema Turistico Territoriale Intercomunale, rinnovato nel 2023 per una durata di 5 anni, continua la sua azione di promozione del territorio in stretta sinergia con la partnership privata, come Terme della Salvarola, che ha rinnovato l'Accordo a ottobre 2023. Il territorio copre 386,35 km quadrati con una popolazione di 78.217 abitanti al 31.12.2024 (Fonte: ISTAT).

La compagine dei comuni, che si estende dalla pedemontana all'Appennino, mira a contribuire al rafforzamento dell'offerta turistica dell'intera Regione, puntando sull'unicità del suo claim identitario: "fast cars, slow life". Le *experiences* tematiche (motori, storia, cultura, enogastronomia, turismo slow e sportivo) rappresentano un'offerta ricca, adatta a target diversificati.

Il programma 2026 del Sistema Turistico Territoriale Intercomunale si inscrive pienamente negli obiettivi regionali del triennio 2025/2027, contribuendo in particolare alla visione del Territorio Turistico Bologna-Modena di accrescere il tasso di internazionalizzazione e la qualità dell'offerta.

Le azioni previste per il 2026 mireranno a:

Dare stabilità all'economia turistica regionale, puntando a un ulteriore incremento di almeno due punti percentuali della quota PIL generata dal turismo nel biennio 2026-2027.

Potenziare i flussi di incoming dai mercati internazionali, focalizzandosi sui mercati lontani extra-europei come USA, Canada, UAE, e consolidando lo sviluppo su Giappone, Cina e Corea del Sud.

Accrescere la Brand Awareness del prodotto turistico, valorizzando i cluster della Via Emilia Experience (in particolare la Motor Valley) e della Sport Valley, temi che rappresentano un *unicum* a livello mondiale.

L'Ufficio IAT Terra di Motori presso il Museo Ferrari di Maranello – riconosciuto come IAT-R e IAT MOBILE – è il motore centrale del Sistema. La sua posizione è strategica per intercettare il grande afflusso di visitatori che, dopo il record di 575.416 visitatori registrato nel 2024, continua a porre sfide nella puntuale raccolta dei contatti. Per questo, nel 2026, l'Ufficio rafforzerà la sua azione di coordinamento interistituzionale tra i Comuni, integrando le attività nella cornice istituzionale del Territorio Turistico di riferimento.

Il 2026 vedrà il consolidamento degli strumenti digitali in linea con l'obiettivo regionale di sviluppare strumenti previsionali evoluti, legati all'utilizzo di Big Data e all'Intelligenza Artificiale e di rafforzare l'ecosistema turistico digitale:

Si proseguirà con l'attività di mantenimento e potenziamento della chatbot (AI), estendendo le sue capacità di risposta e integrando l'analisi dei dati generati per supportare le strategie di programmazione turistica locale, in linea con la sperimentazione del "Gemello Digitale Turistico" regionale.

Verranno rafforzate le azioni di adeguamento del sito maranelloplus.com in termini di accessibilità e funzionalità (lettura automatica dei testi per persone ipovedenti e l'aggiunta della funzione Google API per mappe dinamiche), contribuendo alla promozione del turismo inclusivo e responsabile e di un'esperienza frictionless per il turista.

L'Ufficio IAT-R continuerà a operare per l'intercettazione dei target ad alta capacità di spesa, quali gli High Net Worth Individual (HNWI) e i consumatori di Alta Gamma (luxury e affordable luxury).

Nel 2026, l'attività di supporto all'organizzazione di prodotti collegati al segmento MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions), individuato come prodotto su cui focalizzare l'attenzione a livello regionale, verrà consolidata. Si rafforzerà la collaborazione tra pubblico e privato, sfruttando la conoscenza delle imprese per sviluppare un'offerta personalizzata di turismo congressuale e incentive sul territorio, agendo sul prodotto Brand legato alle filiere e alle reti produttive.

In coerenza con il focus regionale sul turismo sostenibile e responsabile (slow tourism, cicloturismo, trekking, cammini, borghi storici), il 2026 vedrà la massima capitalizzazione dei valori turistici-identitari del territorio: Outdoor Active & Slow: La promozione delle vie storiche (Via Vandelli, Via Romea Germanica Imperiale, Cammino di Santa Giulia e Via Bibulca) e la Ciclovia del Mito saranno integrati da una collaborazione strutturata fra il Sistema Turistico e le aziende per la promozione dei tracciati percorribili in bicicletta (bike experience). L'attenzione sarà rivolta al cicloturismo e ai cammini come prodotti strategici.

Sport Valley: L'eco-mediatico della mezza maratona Maranello-Modena, che si tiene a inizio 2026, sarà sfruttato per la pianificazione e l'attrazione di ulteriori eventi sportivi di rilievo, in linea con il prodotto Sport Valley. Nel 2026 si procederà al consolidamento dell'offerta per la grande comunità del "turismo delle radici". Il sito maranelloplus.com e i social ad esso collegati rimarranno strumenti essenziali per la gestione del digital marketing, volto a garantire un'esperienza frictionless al potenziale turista e a sostenere le azioni di promozionalizzazione.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Progetto che contempla la funzione di reservation e redazione locale (c.d. HUB) svolta dall'ufficio nell'ambito di ERT/SITUR

NO

2) Elementi di qualità dell'attività di collaborazione, scambio di informazioni, coprogettazione con l'ufficio HUB di riferimento e tra l'HUB e gli altri uffici afferenti al medesimo ambito

Il Sistema Informativo Regionale per il Turista (SITur) si basa sull'apporto di più soggetti, garantendo un livello di omogeneità minima tra i diversi territori e, contemporaneamente, dando risalto alle specificità delle diverse realtà locali e alle possibili tematiche di interesse del turista, in maniera tale da rendere attraente e fruibile il territorio regionale nella sua completezza.

Nel triennio 2025-2027, il SITur è parte integrante del progetto di evoluzione in chiave 4.0 dell'ecosistema digitale dell'Emilia-Romagna. L'obiettivo strategico regionale è l'introduzione di un Destination Management System (DMS) con un'architettura basata su un Hub Digitale Regionale e Hot Spot territoriali, improntata alla completa interoperabilità verso il Tourism Digital Hub (TDH) nazionale. Tale innovazione è affiancata dallo sviluppo di un data center per la virtualizzazione del sistema (applicazione della tecnologia Digital Twin), essenziale per agevolare i processi decisionali *data driven* e per valorizzare, in particolare, i prodotti dello *Slow Tourism*.

In questo scenario, la collaborazione approvata tra la Redazione Locale del Comune di Modena e lo IAT R Terra di Motori del Comune di Maranello (ai sensi della DGR 1629/2019) assume un'importanza cruciale. Il Comune di Maranello, attraverso il suo IAT R, si impegna a sostenere la Redazione Locale affinché possa adempiere pienamente alle previsioni regionali, garantendo l'inserimento di contenuti aggiornati e omogenei relativi alle sezioni eventi, itinerari e località. Questo flusso costante di dati è fondamentale per alimentare non solo i siti della Destinazione Turistica (DT) di riferimento e del portale ERT, ma anche per assicurare che tutte le piattaforme di informazione locali contribuiscano in modo strutturato e coerente (attraverso l'attività di *back office*) al nuovo ecosistema digitale regionale, come richiesto al Territorio Turistico Bologna-Modena.

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile

L'Ufficio IAT-R Terra di Motori, in coerenza con gli obiettivi del Territorio Turistico Bologna-Modena e le Linee Guida Regionali 2025-2027 (che mirano a un'evoluzione digitale in chiave 4.0 e a un Turismo dell'Inclusività), consolida nel 2026 le azioni intraprese sul portale maranelloplus.com, trasformandolo in un *hot spot* digitale pienamente accessibile e sostenibile.

accessibilità:

Finalizzazione degli interventi di *restyling* strutturale del sito (avviati nel 2025) per l'ottemperanza agli standard WCAG (Web Content Accessibility Guidelines). Sarà operativo e integrato il plugin di lettura automatica dei testi, rendendo il sito pienamente accessibile a soggetti con disabilità visive e sensoriali. Si mira ad un turismo inclusivo in risposta all'esigenza regionale di creare un'offerta mirata alla domanda di turismo per persone con disabilità e all'applicazione di standard di accessibilità universale per garantire la fruibilità dei servizi a tutti i potenziali utenti.

sostenibilità:

Digitalizzazione Contenuti e Mobilità Slow: Si darà priorità assoluta ai prodotti digitali, riducendo al minimo la produzione di materiale cartaceo, in ottica di impatto ambientale. Si capitalizzerà la promozione delle BIKE STATION gratuite e dei servizi correlati, come le mappe dinamiche (Google API), per incentivare la mobilità dolce. Il personale IAT-R sarà sottoposto a formazione potenziata sul tema della sostenibilità per veicolare al meglio i prodotti del Turismo Sostenibile e Responsabile, un'azione diretta per lo sviluppo di prodotti legati al cicloturismo, trekking e cammini. Coerenza con l'obiettivo di ridurre l'impatto ambientale della filiera turistica attraverso la digitalizzazione dei contenuti e il sostegno a scelte di mobilità meno impattanti.

innovazione:

Esperienza *Mobile* e *Data Driven*: Il sito sfrutterà appieno la funzionalità Google API per mappe dinamiche. Inoltre, si prevede il completamento del popolamento delle informazioni disponibili sui 200 dispositivi BEACON installati nel 2025 presso i Punti di Interesse (POI), i cammini e le attività dello IAT Diffuso. Questa tecnologia di prossimità permetterà l'erogazione di contenuti geolocalizzati in tempo reale direttamente sui dispositivi mobili dei visitatori, migliorando l'informazione e l'interazione sul campo. Si punta ad un Ecosistema Digitale 4.0 a Sostegno dell'obiettivo di creare un'esperienza *frictionless* e un'innovazione

tecnologica che migliori l'informazione *just-in-time*. L'utilizzo dei Beacon si allinea all'evoluzione del mercato *mobile-first* e alla necessità di raccogliere dati per il nascente ecosistema digitale regionale (SITur 4.0).

4) Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO

Nel 2026 si consoliderà la collaborazione con la DMO per la Provincia di Modena nel Territorio Turistico Bologna-Modena, passando dalla semplice condivisione informativa al rafforzamento sistematico della promozionalizzazione. Si verificheranno infatti modalità e opportunità di una partnership per lo sviluppo commerciale (pacchetti turistici mirati sui segmenti ad alta capacità di spesa (MICE, Turismo Industriale e HNWI) che integrino le *experiences* locali ("fast cars, slow life") nel *portfolio* di vendita della DMO, in linea con la strategia regionale di segmentazione dell'offerta. Supporto diretto alle attività di *tour operating* della DMO verso i mercati internazionali (USA, Canada, UAE, Asia). Il Sistema Turistico fornirà *kit* digitali e accesso facilitato agli *asset* territoriali, sfruttando anche i dati geolocalizzati dai 200 dispositivi BEACON per arricchire l'offerta commerciale con informazioni in tempo reale. Si chiederà alla DMO di condividere i *feedback* di mercato (intelligence) raccolti per calibrare i servizi IAT-R. Si promuoverà la partecipazione congiunta a iniziative di formazione (Sostenibilità e Inclusività) per garantire che gli standard di accoglienza locali siano uniformi e coerenti con la qualità definita dalla DMO.

5) Descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti

Il programma di formazione e aggiornamento continuo per il personale IAT-R nel 2026 sarà strategico e mirato, non solo per mantenere aggiornate le competenze dell'informazione turistica di base, ma soprattutto per specializzare gli addetti sui temi portanti delle Linee Guida Regionali, in coerenza con gli standard di qualità definiti dalla DMO.

I percorsi formativi si concentreranno su:

Turismo Inclusivo e Accessibilità: Il focus principale sarà l'informazione e l'accoglienza dei turisti diversamente abili. Questo include la formazione per la corretta consultazione e l'uso del sito web accessibile maranelloplus.com e la capacità di raccogliere, organizzare e diffondere informazioni specifiche sui servizi offerti dalle strutture ricettive e dai servizi del territorio attenti ai bisogni dell'utenza a mobilità ridotta. L'obiettivo è trasformare il territorio in una destinazione pienamente inclusiva.

Sostenibilità e Turismo Responsabile: Il personale sarà formato per promuovere attivamente i prodotti di Turismo Sostenibile e Responsabile (Cicloturismo, Cammini, Turismo Slow). Si forniranno competenze per veicolare l'impegno ambientale del Sistema Turistico (es. la promozione delle BIKE STATION e la riduzione del materiale cartaceo), permettendo agli addetti di diventare *ambassador* dei valori di sostenibilità.

Innovazione Tecnologica (SITur 4.0): Aggiornamento sull'utilizzo e la gestione delle nuove tecnologie implementate nel 2025/2026 (es. funzionalità Google API, contenuti generati dai dispositivi BEACON e interazione con la chatbot AI). La formazione assicurerà che il personale sia in grado di sfruttare il nuovo ecosistema digitale per erogare informazioni personalizzate ed estremamente aggiornate.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 129.570,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 129.570,00

PUNTEGGIO: 66

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

4) COMUNE DI FANANO - IAT

P.G. n. 38715 del 10/11/2025

SEDE

Piazza Marconi 1, 41021 Fanano (MO)

Relazione generale dell'attività e obiettivi di miglioramento del servizio con riferimento alle azioni che si intendono svolgere nel corso del 2026:

Il 2025 ha visto l'ufficio turistico di Fanano, da anni punto di riferimento per i turisti e gli stessi abitanti, in seguito ad una riorganizzazione amministrativa della dotazione organica del Comune, ed all'assunzione di personale, completare il percorso di riconoscimento della qualifica di Ufficio di Informazione e Accoglienza

Turistica (IAT Fanano) rendendo l'Appennino Modenese sempre più presidiato nell'ambito dell'offerta turistica integrata in un'ottica di rafforzamento della promo-commercializzazione.

Il Cimone è l'elemento più rappresentativo dell'Appennino Modenese, sia in veste invernale che estiva. Negli anni si è sempre più avvertita la necessità di creare una rete diffusa di progettazione e sviluppo del turismo. In quest'ottica la decisione di chiedere il riconoscimento di IAT ha accresciuto la sinergia di intenti tra l'Hub di Sestola, in veste di IAT-R e sede della redazione locale, e Fanano come naturale conseguenza per la vicinanza e la convergenza di intenti e storia. Questo ha portato a diversi tavoli di confronto e momenti di scambio nell'ottica di arricchire e valorizzare l'offerta turistica con progetti comuni che rinforzino la collaborazione con la DMO per il rafforzamento del flusso turistico, in particolare nei momenti di bassa affluenza.

La forma tradizionale di accoglienza turistica riveste un ruolo primario nell'offerta turistica facendo sì che il turista viva come una "esperienza" il rapporto umano che si instaura con il personale qualificato con un miglior imprinting empatico. A fronte di questo, i social sono la prima e principale fonte di informazione e promozione per il potenziale utente finale, facendo sì che da una semplice foto o "story" si possa raggiungere un bacino di utenza impossibile da raggiungere con i canali convenzionali. Questi due aspetti principali rendono necessaria una continua formazione del personale adibito sia al Front Office, con corsi di formazione mirati ad aumentare le skills dell'ufficio, sia al Back Office, con corsi finalizzati all'implemento di strategie di marketing on-line ed un utilizzo sempre più massiccio dell'IA come strumento di lavoro.

In quest'ottica il 2026 sarà il vero banco di prova per lo IAT Fanano e soprattutto per il sistema montagna, all'interno e nel rispetto delle Linee Guida Triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale; per questo sono stati fissati i seguenti obiettivi:

- Continua formazione del personale dipendente per un più professionale e qualificato servizio di accoglienza turistica.
- Sviluppo e sfruttamento dell'enorme potenziale dato dall'Intelligenza Artificiale Generativa, sia per velocizzare e semplificare il lavoro, sia per migliorare qualitativamente lo stesso, creando una strategia di marketing efficace per accrescere la presenza del territorio sui social.
- Aumentare la sinergia con l'Hub di riferimento, ed in particolare con lo IAT di Sestola, in un'ottica futura di collaborazione e partecipazione sotto il cappello "simbolico" del Monte Cimone e da qui partire per creare un sistema di promozione coerente e completo insieme alla DMO e ad APT Servizi.
- Attuare progettualità che riducano l'impatto ambientale del turismo e garantiscano l'accessibilità a tutti, in un'ottica di crescita sostenibile del territorio.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Progetto che contempla la funzione di reservation e redazione locale (c.d. HUB) svolta dall'ufficio nell'ambito di ERT/SITUR

NO

2) Elementi di qualità dell'attività di collaborazione, scambio di informazioni, coprogettazione con l'ufficio HUB di riferimento e tra l'HUB e gli altri uffici afferenti al medesimo ambito

La prossimità territoriale tra Fanano e l'Ufficio HUB di riferimento, lo IAT di Sestola, costituisce un elemento strategico che favorisce un dialogo costante e una collaborazione quotidiana. Tale relazione si traduce in una sinergia operativa consolidata, caratterizzata da un continuo scambio di informazioni, aggiornamenti e buone pratiche, finalizzati ad assicurare coerenza e qualità alle azioni di promozione e valorizzazione turistica dell'ambito.

Particolare rilievo assume la coprogettazione dei progetti inseriti all'interno del PTPL, sviluppati attraverso un processo partecipato che ha coinvolto in modo attivo il personale dei due uffici. Gli incontri di coordinamento e i momenti di confronto periodici hanno consentito di definire una linea strategica condivisa, orientata alla costruzione di un'offerta turistica integrata e complementare, in grado di valorizzare in modo sinergico le peculiarità dei rispettivi territori.

Si rimanda a questo proposito al progetto "Cimone 4 Kids" descritto nella scheda relativa all'ambito 1.b del PTPL, quale esempio della collaborazione sopradetta ed al consolidato progetto del "Passaporto dell'Appennino Modenese", progetto nato nel 2022 per incentivare il turismo sostenibile e la scoperta delle bellezze naturali della zona montana, che, nel 2025, comprende 24 località da visitare e che rappresenta una modalità divertente e interattiva per esplorare le bellezze naturali appenniniche e scoprire luoghi pieni di storia. In tale contesto, la collaborazione con l'Ufficio HUB si estende anche alla pianificazione congiunta di servizi e strumenti di comunicazione rivolti al pubblico. Tra le azioni previste si segnalano, in particolare, l'attivazione

di un servizio di navetta invernale volto a facilitare la mobilità dei visitatori tra i due Comuni durante il periodo Natalizio (cd. "Christmas Bus") e la predisposizione di una brochure unica, contenente il calendario delle manifestazioni estive ed invernali e le principali attrazioni turistiche di entrambi i territori. L'impegno nel 2026 sarà volto anche allo studio di un piano di comunicazione congiunto, con grafica coordinata e linguaggio uniforme per tutti i materiali promozionali con l'obiettivo di offrire al visitatore una visione coerente del territorio e delle iniziative.

Queste iniziative rappresentano un esempio concreto della qualità del lavoro di rete sviluppato all'interno dell'ambito turistico, fondato su principi di collaborazione, coordinamento e condivisione degli obiettivi. L'azione sinergica tra l'Ufficio HUB di Sestola, l'IAT di Fanano e gli altri uffici territoriali contribuisce in modo significativo al rafforzamento dell'identità turistica del comprensorio, migliorando l'efficacia complessiva delle strategie di promozione e accoglienza e garantendo un'esperienza omogenea e di qualità per il visitatore nell'intento di favorire la messa in rete delle attrattive locali, rafforzando la percezione unitaria del territorio e ampliando le opportunità di fruizione turistica.

In un'ottica di miglioramento continuo della qualità dell'accoglienza, e nel solco di esperienze positive attuate in passato, si studierà l'organizzazione di momenti formativi congiunti destinati al personale, favorendo lo scambio di conoscenze e buone pratiche e rafforzando la coesione tra le strutture operative (vedi paragrafo 5). Analogamente si punterà ad una presenza coordinata alle principali fiere e manifestazioni di settore, presentandosi, unitamente anche agli altri Comuni del territorio del Frignano, sotto un unico brand territoriale, aumentando la visibilità del territorio e rafforzando il posizionamento unitario della destinazione turistica.

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile (max 1 pagina)

Accessibilità: per il 2026 si prevede uno sviluppo e implementazione delle attrazioni turistiche mediante un censimento e catalogazione delle stesse analizzando le eventuali criticità e le misure per ridurre le barriere architettoniche. La formazione del personale verterà anche su corsi specifici per venire incontro alle esigenze delle persone con difficoltà motorie e la creazione di percorsi in loco, con possibilità di accompagnamento, adatti a tutte le condizioni fisiche. La collaborazione con lo IAT di Sestola aiuterà a fornire un ampio margine di attività adatte a tutti che si possono svolgere in diversi giorni.

Sostenibilità: Grazie alla Via Romea Nonantolana presente nel territorio e una tra le reti trekking più ampie del territorio Modena-Bologna, il personale dello IAT verrà formato nell'accompagnamento e nella fruizione ecosostenibile dell'ambiente da parte dei turisti. Progetti sul cambiamento climatico e le conseguenze dello stesso presenti nel comune e nell'HUB di appartenenza creeranno il substrato perfetto per il turismo lento, che sta prendendo sempre più piede sul territorio.

Innovazione: l'utilizzo e l'implementazione dell'Intelligenza Artificiale sarà un potenziamento strumentale per lo IAT, e percorsi di formazione sono già stati portati avanti da parte del personale addetto. Il rafforzamento dell'APP "Art Place" (già presente nel centro storico del capoluogo), che sarà ampliata a tutto il territorio, permetterà di avere una "Guida turistica interattiva" presente capillarmente, in grado di fornire approfondimenti e spiegazioni anche in assenza di cartellonistica, permettendo così al turista di poter usufruire dei servizi turistici anche in periodi di bassa affluenza, sui quali si intende puntare.

4) Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO

La collaborazione con la DMO verrà ampliata e potenziata ulteriormente con un occhio attento alla collaborazione con l'HUB di riferimento. Si intende creare un Hub integrato, con scambio di idee e progetti, per mettere sempre di più in comunicazione la zona montana con quella di pianura, anche con giornate di formazione per il personale della DMO verso la montagna. Bisognerà trovare una sinergia e collaborazione stretta per la pubblicazione coordinata di materiale promozionale sui social, cosa che avviene già tra lo IAT Fanano, l'Hub di riferimento e la redazione locale. Si provvederà ad una mappatura dei servizi e delle attività nel territorio, in concerto con lo IAT Sestola, per creare pacchetti e soluzioni esperienziali da proporre per la rassegna "Modena Slow" (curata dalla DMO di Modena), per fare sì che possa fornire attività e idee al fine di implementare le "esperienze a data aperta" disponibili e prenotabili sul portale Visit Modena. Negli anni il progetto del "Passaporto dell'Appennino Modenese" è stato il progetto pilota simbolo della stretta sinergia tra Appennino e DMO, ottenendo ottimi risultati.

5) Descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti

Come detto in precedenza la persona e l'aspetto empatico rivestono ancora un ruolo fondamentale per l'esperienza turistica sul territorio. Per rendere ancora di più a 360 gradi l'esperienza turistica, soprattutto in periodi di bassa affluenza in cui al Front – Office è sufficiente solo una persona, si prevede la partecipazione al corso di Guida Ambientale Escursionistica, come qualifica imprescindibile: se da un lato l'operatore acquisisce e implementa il proprio bagaglio formativo personale per la cura e gestione della necessità del turista, dall'altro la possibilità di accompagnare i turisti in passeggiate permette un ampliamento dell'offerta turistica con una conseguente fidelizzazione del turista stesso; tutto questo inserito in un contesto in cui l' Hub (IAT Sestola) è raggiungibile facilmente a piedi tramite il “Sentiero dell'Amicizia” in circa un'ora e mezzo, così da integrare tramite camminate organizzate vicinanza e collaborazione.

Fondamentali sono corsi mirati a maneggiare lo strumento di Intelligenza Artificiale, per la quale si prevede l'abbonamento al servizio, in un'ottica di creazione e potenziamento dei contenuti; inoltre essendo uno strumento di ricerca e sintesi sarà fondamentale per l'analisi e la creazione di progettualità che prendano spunto da esperienze esterne. Inoltre si programmeranno, unitamente allo IAT di Sestola, momenti di formazione per il personale, pensati in ottica istituzionale e operativa, cioè coerenti con le competenze richieste nei sistemi turistici regionali e con gli obiettivi di qualità, accoglienza e promozione integrata del territorio.

Di seguito alcune delle tematiche che potranno essere affrontate:

1. Accoglienza e gestione del front office turistico: Tecniche di comunicazione e relazione con il pubblico; Gestione delle richieste e fidelizzazione del visitatore.
2. Comunicazione digitale e promozione online: Utilizzo dei social media e dei portali turistici istituzionali; Creazione di contenuti e gestione coordinata dell'immagine territoriale.
3. Cultura del territorio e prodotto turistico locale: Approfondimento delle risorse culturali, naturalistiche ed enogastronomiche; Collaborazione con operatori e associazioni locali.
4. Accessibilità e turismo inclusivo: Accoglienza di persone con disabilità o esigenze specifiche; Mappatura e comunicazione dei servizi accessibili.
5. Laboratori di coprogettazione e visite studio: Confronto interterritoriale e scambio di buone pratiche tra uffici IAT e HUB; Osservazione di modelli di eccellenza in ambito turistico.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 98.500,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 98.500,00

PUNTEGGIO: 65

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

AMBITO 1.a - Informazione e accoglienza al turista - IAT INNOVATIVI
(IAT digitale, IAT diffuso, Welcome Room)

1) COMUNE DI CARPI - IAT DIFFUSO

P.G. n. 38758 del 10/11/2025

SEDI

- Eliotecnica Stermieri, Via Trento Trieste 43, 41012 Carpi (MO);
- Nonno Pep, Corso Cabassi 35/37, 41012 Carpi (MO);
- Mondadori Bookstore Carpi, Piazza dei Martiri 8, 41012 Carpi (MO);
- Nuovo Albergo Touring Srl, Viale Darfo Dallai 1, 41012 Carpi (MO)
- Carpi Comics di Pantaleoni Marco, Via Nova 45, 41012 Carpi (MO);
- Hotel Gabarda, Via Carlo Marx 172, 41012 Carpi (MO);
- Cantina di Santa Croce, SS 468 di Correggio, 35, 41012 Carpi (MO);
- Ex Campo di Fossoli, Via Remesina esterna 32, 41012 Carpi (MO);
- Hotel Carpi, Via delle Magliaie 2, 41012 Carpi (MO);
- Caseificio San Giorgio, Via Zappiano 15, 41012 Carpi (MO);
- Musei di Palazzo Dei Pio, Piazza dei Martiri 68, 41012 Carpi (MO);
- URP – Ufficio Relazioni con il pubblico del Comune di Carpi, Via Berengario 4, 41012 Carpi (MO);
- Soho – Soho Home, Corso Alberto Pio 38-40, 41012 Carpi (MO);
- Chalet 3.0 in piazzetta, Piazza Garibaldi 28, 41012 Carpi (MO);
- Chalet Al Parco, Via Vittorio Veneto 2, 41012 Carpi (MO).

Relazione generale dell'attività e obiettivi di miglioramento del servizio con riferimento alle azioni che si intendono svolgere nel corso del 2026

Nel mese di luglio 2025 ha preso avvio il progetto “IAT Diffuso”, finalizzato a migliorare la qualità dei servizi offerti ai visitatori e a promuovere in modo coordinato le risorse turistiche del territorio.

L'iniziativa rappresenta un passo significativo verso la creazione di una rete di accoglienza integrata e diffusa, capace di valorizzare le peculiarità locali e di favorire un'esperienza di visita autentica, sostenibile e coerente con i principi del turismo responsabile.

Per il 2026 si prevede il consolidamento e l'ampliamento delle azioni avviate, con l'obiettivo di potenziare l'efficacia del servizio di informazione e accoglienza turistica, migliorare la qualità percepita dal pubblico e rafforzare l'immagine complessiva di Carpi come destinazione culturale e turistica di rilievo.

Le principali linee di intervento previste sono:

1. Formazione degli operatori aderenti

Nel corso del 2026 verranno organizzati ulteriori percorsi formativi rivolti agli operatori del progetto IAT Diffuso. I contenuti formativi saranno dedicati ai temi dell'accoglienza turistica, della comunicazione con il visitatore, della promozione digitale e della conoscenza approfondita delle attrazioni culturali, naturalistiche ed enogastronomiche del territorio.

L'obiettivo è rafforzare le competenze professionali degli operatori e promuovere una cultura dell'accoglienza orientata al turismo lento, sostenibile e di prossimità, favorendo una rete territoriale consapevole e collaborativa.

2. Realizzazione di nuovi materiali informativi

Il progetto prevede la creazione di brochure, mappe e guide tematiche in italiano, inglese e tedesco, accessibili e diffusi nei punti di informazione turistica dei comuni limitrofi, nelle strutture ricettive e negli esercizi aderenti alla rete IAT Diffuso. I materiali valorizzeranno attrazioni storico-artistiche, percorsi cicloturistici e esperienze legate a natura, gastronomia e cultura locale. L'iniziativa introduce strumenti digitali come collegamenti tramite QR code e promuove la collaborazione in rete tra operatori e istituzioni, in un'ottica di promozione turistica integrata e condivisa.

3. Promozione turistica su media specializzati

Nel corso del 2026 si intende rafforzare la presenza di Carpi e del territorio circostante su riviste, portali e canali social dedicati al turismo e alla cultura, al fine di ampliare la visibilità e l'attrattività della destinazione.

A supporto della promozione digitale, sarà inoltre avviata la creazione di virtual tour dedicati ai principali luoghi di interesse storico-artistico e museale, con l'obiettivo di offrire esperienze immersive e interattive capaci di coinvolgere un pubblico ampio e diversificato, stimolando la visita in presenza e favorendo un turismo accessibile e innovativo.

Descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti:

Attività di formazione finalizzate a potenziare la conoscenza del patrimonio culturale, storico ed enogastronomico del territorio, anche sulla base della nuova brochure turistica della città e dei suoi percorsi.

Percorso 1 – Memoria e Storia: visita al Museo Monumento al Deportato e alle Sinagoghe di Carpi (2 ore).

Percorso 3 – Luoghi di Culto: visita a San Nicolò, alla Sagra e alla Torre dell'Orologio (3 ore). Percorso 4 – Palazzo dei Pio: visita guidata al complesso museale (2 ore).

Percorso 5 – Enogastronomia: visita all'Acetaia Comunale, al Caseificio San Giorgio e alla Cantina di Santa Croce (3 ore).

Visite di approfondimento del territorio circostante: Campogalliano (2 ore) e Modena (3 ore). Obiettivo generale: aggiornare e qualificare gli operatori attraverso esperienze dirette di conoscenza e valorizzazione del territorio.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Elementi di integrazione nel sistema informativo turistico ERT/SITur regionale tramite la Redazione locale di riferimento

L'iniziativa prevede l'integrazione dei nuovi materiali informativi e dei contenuti digitali nel sistema informativo turistico regionale ERT/SITur, in coordinamento con la Redazione locale di Modena, che opererà come nodo di raccordo per l'aggiornamento dei contenuti e la condivisione di buone pratiche di comunicazione e promozione digitale. In questo modo si garantirà una piena e coerente integrazione del territorio di Carpi all'interno del sistema informativo turistico regionale, favorendo una diffusione capillare e coordinata delle informazioni.

2) Elementi di qualità dell'attività di collaborazione, scambio di informazioni, coprogettazione con l'ufficio HUB di riferimento e tra l'HUB e gli altri uffici afferenti al medesimo ambito

Il progetto si basa su un modello di lavoro partecipativo e cooperativo tra gli operatori della rete IAT Diffuso e l'Ufficio Turismo. La collaborazione sarà garantita attraverso un aggiornamento costante e condiviso delle informazioni – eventi, orari di apertura dei monumenti, nuove strutture ricettive e dati relativi alle richieste turistiche – mediante una cartella Drive dedicata, che favorirà l'allineamento e la tempestività nella comunicazione.

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile

- accessibilità Il progetto pone attenzione all'accessibilità dei contenuti e dei servizi informativi, attraverso la produzione di materiali multilingue, la redazione di testi chiari e inclusivi, l'uso di caratteri e grafica ad alta leggibilità e l'integrazione di QR code per facilitare l'accesso digitale ai contenuti anche da parte di persone con disabilità. Saranno inoltre valorizzate esperienze e itinerari accessibili a tutti, in coerenza con gli obiettivi di turismo inclusivo promossi a livello regionale;

- sostenibilità La sostenibilità sarà perseguita mediante la progettazione di materiali informativi in formato digitale e la stampa su supporti ecologici, riducendo l'impatto ambientale. I contenuti promuoveranno esperienze slow, percorsi cicloturistici e attività all'aria aperta, incoraggiando una fruizione consapevole e rispettosa dell'ambiente

- innovazione L'innovazione si concretizza nell'introduzione di strumenti digitali – QR code, mappe interattive, contenuti web – che ampliano l'accessibilità e l'interazione con l'utente. Il progetto prevede inoltre un potenziamento organizzativo della rete IAT Diffuso attraverso la condivisione di piattaforme di gestione dei dati, formazione del personale e aggiornamento delle competenze digitali, in linea con l'evoluzione del mercato turistico e le strategie regionali di promozione integrata.

4) Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO

Il progetto prevede la condivisione di servizi e informazioni turistiche con le DMO territoriali, attraverso una collaborazione strutturata con laDMO, che svolgerà anche un ruolo di supporto operativo alla formazione degli operatori aderenti allo IAT Diffuso e alla promozione dell'offerta turistica.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 20.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 20.000,00

PUNTEGGIO: 57

FASCIA DI VALUTAZIONE: BASSA

2) COMUNE DI MARANELLO STTI - IAT DIFFUSO

P.G. n. 38774 del 10/11/2025

Estremi riconoscimento ufficio: determina n. 1280 del 30/07/2024, determina n. 2141 del 27/11/2024, determina n. 136 del 24/01/2025, determina n. 593 del 22/03/2025, determina n. 2543 del 13/11/2025.

SEDI

- Agriturismo azienda agricola Ferrari M. Rita, Via S. Antonio 2, 41053 Maranello (MO);
- Mercanti di Sapori, Via Teano 14, 41053 Maranello (MO);
- Fotodigital, Via Statale 31, 41042 Fiorano Modenese (MO);
- Hotel Alexander, via Resistenza 46, 41042 Fiorano Modenese (MO);
- Casa Rossa Di Ferrari Walter, Via Cava 16, 41043 Formigine (MO);
- B&B Cà Dal Frol, Via Stradella 12, 41043 Formigine (MO);
- Modena Golf & Country Club A.s.d., via Castelnuovo Rangone 4, 41043 Formigine (MO);
- R&B IL MELOGRANO, Via Ghiarola 59, 41043 Formigine (MO);
- Il profumo dei Tigli B&B, Via Vaccari 26, 41043 Formigine (MO);
- Hotel La Fenice, Via Caduti sul Lavoro 12, 41043 Formigine (MO);
- Villa Magnolia Via Adolfo Venturi, 9, 41043 41043 Formigine MO (MO);
- Polisportiva Monchio ASD APS, Via Panoramica 151\E, 41046 Palagano (MO);
- Locanda Cialamina Sas Di Forti Enrica, Palazzo Pierotti 38, 41046 Palagano (MO);
- Nuova Proloco Prignano S/S APS, Via Allegretti 166, 41048 Prignano sulla Secchia (MO);
- Al Ciocco s.n.c., via Palloncino 2, 41045 Montefiorino (MO);
- Edicola del Centro di Paoletti Elisa, Via Vittorio Veneto 25/A, 41042 Fiorano Modenese (MO);
- Santuario B.V. del Castello, via Giovanni Paolo II, 4, 41042 Fiorano Modenese (MO);
- Camper Club Fiorano Modenese, via Cameazzo 6, 41042 Fiorano Modenese (MO);
- Acetaia Leonardi, via Mazzacavallo 62, 41043 Formigine (MO);
- Az. Agrituristiche Sant'Antonio di Giusti Maria Elinda, via sant'Antonio 49, 41043 Formigine (MO);
- Azienda Agricola Rossi Barattini, via Giardini Sud n.170, 41043 Formigine (MO);
- Hotel Corte degli Estensi, Via Vandelli 7, 41043 Formigine (MO);
- Ristorante del Rio srl, via Bassa Paolucci 55, 41043 Formigine (MO);
- Valeri di Giacobazzi Valerio, Via Eugenio Curiel 9, 41043 Magreta di Formigine, Formigine (MO);
- CM Italia srl, Via San Pietro 22, 41043 Formigine (MO);
- C.I.T.E.S. S.p.A. - Best Western Plus Hotel Modena Resort, Via Giardini Nord 438, 41043 Formigine (MO);
- Villa Campestre, Via Viazza di Sopra 6, 41043 Formigine (MO);
- A.VDL società agricola, s.s. via Fogliano 165, 41053 Maranello (MO);
- Salumificio F.lli Guerzoni, Via Fondo Valtiepido 12, 41053 Maranello (MO);
- Az. Agricola Casone di Sotto, via Prazocco 4, 41053 Maranello (MO);
- Bersana Azienda Agricola di Riccardo Iaccheri, Via Fogliano 161, 41053 Maranello (MO);
- Race Art 27 Maranello Srl, Via Dino Ferrari 61, 41053 Maranello (MO);
- La Bibulca, via Provinciale per Frassinoro 115, 41045 Montefiorino (MO);
- Warm Up di Ravazzini Carlo, Via Dino Ferrari 41, 41053 Maranello (MO);
- Pushstart Srl, Via Dino Ferrari 41, 41053 Maranello (MO);
- Planet srl, Via Giovanni Verga 22, 41053 Maranello (MO);

- Maranello Ristoranti - Carisma Pizzeria Ristorante, Piazza Libertà 43, 41053 Maranello (MO);
- Domus, Piazza Libertà 38, 41053 Maranello (MO);
- Genco srl DRAKE, Via Nazionale 60, 41053 Maranello (MO);
- Dlp Srl Terminal, Caffè T3, via Grizzaga 53, 41053 Maranello (MO);
- Villa Nuvola Suites, Via Vittorio Alfieri 3, 41042 Fiorano Modenese (MO);
- La Corte dei Cerri, Via Spervara di Sotto 41044, 41044 Frassinoro (MO);
- La Tana della Lavanda, Via della tana 10, 41045 Montefiorino (MO);
- Kika, Via Claudia 212, 41053 Maranello (MO) (fino al 31/12/2025).

Relazione generale dell'attività e obiettivi di miglioramento del servizio con riferimento alle azioni che si intendono svolgere nel corso del 2026

Il 2026 si connota come anno di consolidamento dell'attuale compagine di aderenti alla rete di IAT Diffuso, che comprende attualmente 33 esercizi (2024-2025) distribuiti sul territorio intercomunale.

L'obiettivo primario è trasformare ogni esercizio della rete in un vero e proprio "Hot Spot" di accoglienza digitale e fisica, migliorando la qualità del servizio erogato in linea con la visione del Territorio Turistico Bologna-Modena.

Le azioni specifiche per il 2026 mireranno a:

- Rafforzamento della Rete: Superare la semplice informazione attraverso la collaborazione fra i punti IAT Diffuso, aumentando la consapevolezza dell'unicità del territorio e rafforzando la diffusione di opinioni positive dei visitatori riguardo alla loro complessiva esperienza.
- Conoscenza Diretta: Tutte le attività saranno accompagnate dall'acquisizione di ulteriori conoscenze dirette del territorio, attraverso visite guidate e in autonomia alle emergenze turistiche, al patrimonio enogastronomico e ai principali POI (Punti di Interesse).
- Innovazione e Dati: Il consolidamento dell'offerta sarà sostenuto dall'integrazione di strumenti tecnologici avanzati, quali i dispositivi BEACON installati in prossimità dei POI e delle attività della rete. Questi permetteranno ai gestori IAT Diffuso di fornire informazioni *just-in-time* e contribuiranno alla raccolta di dati di prossimità per le strategie di *product development* della DMO.
- Sostenibilità: Potenziamento della promozione dei prodotti di Turismo Slow (Ciclovia del Mito, Cammini, Bike Stations) sfruttando la capillarità del servizio IAT Diffuso come vettore di sostenibilità e turismo responsabile.

Il progetto si propone di raggiungere i suddetti obiettivi attraverso un programma di laboratori tra gli IAT diffusi, attraverso appositi facilitatori per sostenere la consapevolezza e l'importanza del loro ruolo nell'ambito dell'informazione e accoglienza turistica

Descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti:

Il programma di formazione e aggiornamento continuo per gli addetti del circuito IAT Diffuso nel 2026 si concentra sulla specializzazione del personale e sul consolidamento organizzativo della rete, in coerenza con gli standard di qualità definiti dalla DMO e gli obiettivi di Inclusività e Sostenibilità delle Linee Guida.

Il percorso si svilupperà su tre assi:

Consolidamento della Rete:

- Ripresa Formativa: Si riprenderanno e approfondiranno i temi tipici dell'informazione turistica locale e le normative di riferimento.
- Iniziative di Gruppo: Verranno organizzate almeno quattro iniziative di gruppo per un totale di 12 ore, mirate a consolidare la rete. Queste includeranno visite guidate ai principali POI (Punti di Interesse) e l'avvio di un'iniziativa di studio collaborativo tra gli operatori per agire in modo coordinato tra loro e con lo IAT R. Queste occasioni di apprendimento e confronto cooperativo permetteranno agli aderenti di acquisire la consapevolezza del proprio ruolo come IAT diffuso, di contribuire e di accedere a una base di conoscenza aggiornata sulle specificità del territorio, rafforzando la consapevolezza dell'unicità dell'offerta.

Turismo Inclusivo e Accessibilità:

- Focus specifico sull'informazione e accoglienza dei turisti diversamente abili.
- Gli addetti saranno formati per raccogliere, organizzare e diffondere attivamente le informazioni sui servizi specifici offerti dal territorio (strutture attente ai bisogni, accessibilità degli itinerari).

Sostenibilità e Innovazione:

- Formazione sui temi della Sostenibilità per promuovere attivamente i prodotti di Turismo Responsabile (es. Cicloturismo e Cammini).

- Aggiornamento sull'utilizzo delle nuove tecnologie: gestione dei contenuti dinamici veicolati dai dispositivi BEACON e interazione con le piattaforme digitali regionali per garantire informazioni aggiornate e coerenti.
- Mappatura delle peculiarità e delle caratteristiche di qualità dei servizi e dell'offerta turistica locale. Realizzazione di uno strumento operativo a disposizione della rete di IAT Diffusi per orientare in modo consapevole le azioni di promozione, comunicazione e sviluppo dei prodotti turistici su tutto il territorio del STTI.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Elementi di integrazione nel sistema informativo turistico ERT/SITur regionale tramite la Redazione locale di riferimento

Il circuito IAT Diffuso rappresenta la capillare estensione dell'IAT-R e funge da *front-end* privilegiato per la raccolta di informazioni di prima mano, in linea con l'obiettivo del SITur 4.0 di creare un ecosistema digitale basato sull'interoperabilità dei dati.

- Flusso Informativo Bidirezionale: Il Sistema Turistico, attraverso lo IAT-R e i suoi addetti, si impegna a collaborare con la Redazione Locale del Comune di Modena (DGR 1629/2019). L'obiettivo primario è assicurare che l'IAT Diffuso supporti l'IAT-R nell'inserimento di contenuti aggiornati relativi alle sezioni eventi, itinerari e località nel SITur, alimentando così i siti della DT di riferimento e il portale ERT.
- Raccolta Dati in Tempo Reale: L'implementazione dei dispositivi BEACON in prossimità dei POI e delle attività aderenti consente di raccogliere dati di interazione dei visitatori (*heat map*) che, una volta anonimizzati, possono essere messi a disposizione della Redazione Locale e della DMO.

2) Elementi di qualità dell'attività di collaborazione, scambio di informazioni, coprogettazione con l'ufficio HUB di riferimento e tra l'HUB e gli altri uffici afferenti al medesimo ambito

Il Sistema Turistico Territoriale Intercomunale rafforza in modo sistematico la collaborazione con la DMO (Territorio Turistico Bologna-Modena) per la promo-commercializzazione dei prodotti territoriali.

- Sviluppo Commerciale: Supporto diretto alla DMO per la creazione di pacchetti turistici mirati sui segmenti ad alta capacità di spesa (MICE, Turismo Industriale e HNWI), integrando le experiences tematiche locali ("fast cars, slow life") nel portfolio di vendita del Consorzio.
- Tecnologia e Mercati: Supporto alle attività di tour operating di Modena Tour verso i mercati internazionali (USA, Canada, UAE, Asia). Il Sistema Turistico fornirà kit digitali e accesso facilitato agli asset territoriali, utilizzando i dati geolocalizzati dai dispositivi BEACON per arricchire l'offerta commerciale con informazioni in tempo reale.
- Qualità e Standard: proposta di collaborazione con la DMO per la condivisione dei feedback di mercato (intelligence) raccolti per calibrare i servizi di accoglienza e informazione. Si promuoverà la partecipazione congiunta a iniziative di formazione (Sostenibilità e Inclusività) per garantire che gli standard di accoglienza siano uniformi e coerenti con la qualità definita dalla DMO.

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile

accessibilità

Turismo Inclusivo: Gli addetti della rete IAT Diffuso saranno formati per l'accoglienza dei turisti diversamente abili. Questo assicurerà che le informazioni sui servizi e le strutture accessibili (collezionate e gestite dall'IAT-R) siano diffuse capillarmente al turista.

– sostenibilità

Digitalizzazione e Mobilità Dolce: Si darà priorità assoluta alla diffusione di prodotti informativi in formato elettronico, riducendo il materiale cartaceo. Verrà potenziata la promozione delle BIKE STATION e dei servizi correlati per incentivare la mobilità sostenibile (cicloturismo e cammini).

– innovazione

Tecnologia di Prossimità: completamento del progetto Beacon presso i POI, i cammini e le attività dello IAT Diffuso. Questa tecnologia erogherà contenuti geolocalizzati in tempo reale sugli smartphone dei visitatori, integrando l'informazione *in situ*.

4) Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO

Nel 2026 si consolida il ruolo del Sistema Turistico Territoriale Intercomunale nel sostenere le strategie della DMO (Territorio Turistico Bologna-Modena). La rete IAT Diffuso è fondamentale per garantire che l'offerta territoriale sia allineata e commercialmente efficace.

L'obiettivo è rafforzare in modo sistematico la promo-commercializzazione attraverso:

- Sviluppo Commerciale: Il Sistema Turistico verificherà le modalità di collaborazione con la DMO per la creazione di pacchetti turistici mirati sui segmenti ad alta capacità di spesa (MICE, Turismo Industriale e HNWI). L'offerta integra le *experiences* locali ("fast cars, slow life") nel *portfolio* di vendita del Consorzio, in linea con la strategia regionale di segmentazione.
- Tecnologia per l'Export: Supporto alle attività di *tour operating* della DMO verso i mercati internazionali (USA, Canada, UAE, Asia). La rete IAT Diffuso funge da punto di raccolta dati e di diffusione. Il Sistema Turistico fornirà *kit* digitali e accesso facilitato agli *asset* territoriali, sfruttando anche i dati geolocalizzati dai 200 dispositivi BEACON per arricchire l'offerta commerciale con informazioni in tempo reale e di prossimità.
- Qualità e Formazione: Il Sistema promuove la condivisione dei *feedback* di mercato (intelligence) in accordo con la DMO. Inoltre, attraverso la formazione congiunta del personale (sui temi di Sostenibilità e Inclusività), si garantisce che gli standard di accoglienza della rete IAT Diffuso siano uniformi e coerenti con la qualità definita dalla DMO.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 19.800,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 19.800,00

PUNTEGGIO: 80

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

3) COMUNE DI CAMPOGALLIANO - IAT DIFFUSO

P.G. n. 38386 del 07/11/2025
integrazione P.G. n. 40537 del 24/11/2025

SEDI

- Museo della bilancia, via Garibaldi 34/A, 41011 Campogalliano (MO);
- Casa Berselli - Circolo Al Parco A. Goldoni APS, via Albone 14, 41011 Campogalliano (MO);
- Best Western Modena District, via del Passatore, 41011 Campogalliano (MO).

Relazione generale dell'attività e obiettivi di miglioramento del servizio con riferimento alle azioni che si intendono svolgere nel corso del 2026

Lo IAT DIFFUSO di Campogalliano è stato riconosciuto formalmente dalla Provincia di Modena con determinazione n. 1432 del 03/07/2025 ed è costituito da 3 sedi operative presso il Museo della Bilancia che si trova in centro, presso Casa Berselli che si trova nell'area dei Laghi Curiel e presso l'Hotel Modena District che si trova nella zona della Dogana. Grazie alla dislocazione delle sedi lo IAT copre tutte le aree del paese a valenza turistica, in quanto il Museo accoglie ogni anno oltre 7.000 visitatori provenienti da tutta Italia, a Campogalliano nei mesi gennaio-agosto 2025 si sono registrati oltre 40.000 pernottamenti che si concentrano in larga parte presso l'Hotel Modena District e, infine, i Laghi Curiel sono un punto di riferimento per sport e natura, con oltre 20 associazioni attive (subacquea, nuoto, pesca sportiva, podismo, canoa, barca a vela, nordic walking, equitazione, caccia alla volpe, etc...) e hanno una forte valenza naturalistica grazie alla presenza della Riserva Naturale Casse di espansione del fiume Secchia e per tali motivi si calcola che nell'area ogni anno vi sia un afflusso di oltre 100.000 presenze di persone che usufruiscono dei vari servizi offerti.

Nel corso dell'anno 2026 l'obiettivo dell'amministrazione è pertanto quello di migliorare il neonato servizio, attraverso la formazione dei suoi operatori (che inizierà già da novembre 2025) e la promozione del territorio, mediante l'acquisto di espositori, la stampa di materiale informativo e l'implementazione dei siti internet degli esercizi facenti parte dello IAT DIFFUSO, al fine di aumentare ancora di più i flussi di accesso di turisti e visitatori.

Descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti:

Gli operatori degli esercizi dello IAT DIFFUSO di Campogalliano parteciperanno al corso organizzato dal Comune di Carpi, la cui prima parte si terrà a novembre con un incontro in presenza per conoscere il territorio mediante una visita guidata nel cuore del centro storico, tra i luoghi più significativi della città, e due incontri da remoto. Gli incontri da remoto si svolgeranno per approfondire strumenti e canali d'informazione turistica, imparare come registrare e gestire le richieste dei visitatori, dove reperire informazioni aggiornate su eventi, mostre e iniziative e l'utilizzo delle principali piattaforme informative, imparare quali sono gli strumenti per l'accoglienza e la gestione delle situazioni critiche, come fornire indicazioni efficaci e come applicare strategie di comunicazione in situazioni difficili o di emergenza e infine per condividere buone pratiche e casi reali. All'inizio del 2026 il corso si concluderà con nuove visite guidate in presenza di cui una a Campogalliano e una a Modena, per offrire una visione più completa del territorio. Tale corso sarà gestito da Modenatur, che attualmente è il gestore dello IAT di Modena e DMO della destinazione Turistica Bologna-Modena per il territorio di Modena.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Elementi di integrazione nel sistema informativo turistico ERT/SITur regionale tramite la Redazione locale di riferimento

Lo IAT Diffuso di Campogalliano, operando all'interno del sistema turistico regionale dell'Emilia-Romagna (ERT/SITur), svolge un ruolo cruciale nell'integrazione e nell'arricchimento del database informativo gestito dalla Redazione Locale dell'HUB di riferimento che è lo IAT di Modena.

Il ruolo primario dello IAT Diffuso è quello di fungere da "sensore" del territorio, raccogliendo informazioni aggiornate e "locali" che altrimenti sfuggirebbero al sistema centrale, inserendo tempestivamente eventi, sagre, mostre e iniziative che si svolgono a Campogalliano e nell'area dei Laghi Curiel, tramite la Redazione Locale, nelle sezioni "Eventi" di Emilia Romagna Turismo, garantendo che le manifestazioni locali siano visibili a livello regionale e nazionale. Allo stesso tempo lo IAT Diffuso di Campogalliano deve connotarsi anche come prolungamento fisico e informativo del SITur, traducendo i dati regionali in accoglienza pratica e veicolando l'informazione locale e le statistiche degli accessi alla piattaforma centrale.

2) Elementi di qualità dell'attività di collaborazione, scambio di informazioni, coprogettazione con l'ufficio HUB di riferimento e tra l'HUB e gli altri uffici afferenti al medesimo ambito

L'obiettivo dello IAT è quello di instaurare una proficua collaborazione con l'HUB modenese attraverso le seguenti azioni:

- fornire informazioni accurate e aggiornate su orari, accessibilità, contatti e servizi di attrazione specifici di Campogalliano (es. Museo della Bilancia, Parco Laghi Curiel, sentieri naturalistici), al fine di migliorare la qualità e l'affidabilità dei dati su mappe, itinerari e schede descrittive del SITur;
- segnalare alla Redazione Locale nuove strutture ricettive, esercizi commerciali e servizi turistici che aprono o aggiornano la propria offerta, garantendone la corretta mappatura, per mantenere il database SITur sulla ricettività e sui servizi (ristorazione, artigianato) costantemente allineato alla realtà economica locale;
- monitorare in maniera continua e sistematica, su base giornaliera, i flussi di accesso ai singoli punti, rilevando i dati minimi richiesti: tipologia di accesso (turista/operatore), lingua di contatto e ambito territoriale d'interesse (locale/regionale/altro), per fornire all'Osservatorio Regionale sul Turismo dati granulari che permettono di comprendere meglio l'efficacia del servizio di accoglienza e le tendenze del turismo di prossimità;
- documentare le richieste informative più frequenti o le lacune riscontrate dai visitatori, poiché il feedback qualitativo è fondamentale per la Redazione Locale per orientare la creazione di nuovi contenuti digitali o materiali promozionali;
- sviluppare un linguaggio condiviso e far sì che gli operatori dello IAT diffuso forniscano informazioni uniformi e allineate con la strategia regionale, mediante l'affidamento del servizio d'informazione del Comune di Carpi a Modenatur, che è gestore dello IAT di Modena e Destination Management Organization della destinazione turistica di Modena;
- utilizzare un collegamento internet e, ove possibile, la consultazione di piattaforme digitali fornite dalla Regione o dall'Hub per rispondere alle richieste dei turisti, per trasformare gli esercizi in hotspot informativi dinamici e in tempo reale;
- condividere con l'Hub le strategie promozionali del Programma Turistico di Promozione Locale (PTPL), co-progettando itinerari tematici intercomunali o pacchetti esperienziali condivisi.

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile

- **Accessibilità:** Il museo della Bilancia non ha barriere architettoniche ed è dotato di ascensore per accedere agevolmente al primo piano. Nel parcheggio antistante all'ingresso sono presenti posti riservati a persone con disabilità. Per le persone con disabilità e per i loro accompagnatori l'ingresso è omaggio e tutti i percorsi di visita guidata possono essere adattati a differenti livelli di età, capacità ed esigenze. Il Museo propone anche percorsi per le scuole adatti per essere fruiti da persone con disabilità uditiva o visiva. Per quanto riguarda i Laghi Curiel, vi sono molti percorsi e attività sportive accessibili anche ai disabili, in particolare la Mutina Canottieri propone da anni il progetto Happy Kayak rivolto a ragazzi con disabilità e ha realizzato negli ultimi anni nuovi camminamenti per l'accesso ai pontili, appositamente progettati per garantire l'accessibilità alle persone disabili.

Il progetto vorrebbe implementare l'accessibilità della proposta turistica di Campogalliano mediante la stampa di materiale informativo semplificato (Easy-to-Read) per visitatori con disabilità cognitive o per l'informazione di base per turisti stranieri che richiedono una comunicazione essenziale.

Tutti gli operatori dello IAT inoltre saranno formati per indicare ai visitatori con mobilità ridotta i punti di accesso, i parcheggi riservati e i servizi igienici conformi.

- **Sostenibilità:** Il progetto punta alla promozione della mobilità sostenibile e della sensibilizzazione ambientale, mediante la proposta di itinerari a piedi o in bicicletta per raggiungere i Laghi Curiel, la diffusione di depliant che codifichino le "regole" da adottare all'interno dell'area e la creazione di una sorta di vetrina nei punti IAT per le aziende enogastronomiche locali per favorire i prodotti agricoli a KM 0.

CETS PARCHI EMILIACENTRALE(CARTA EUROPEA TURISMO SOSTENIBILE): poiché Campogalliano fa parte della Comunità della Riserva naturale orientata "Cassa di Espansione del Fiume Secchia", attraverso le sedi del proprio IAT diffuso, in particolare quella di Casa Berselli, si intende promuovere la strategia di Promozione della CETS con l'obiettivo di comunicare gli elementi identitari che rendono attrattivo il territorio verso il mercato turistico italiano ed estero, fornendo le informazioni di base sull'offerta del Progetto CETS e la distribuzione di materiale informativo. Tale azione sarà ampliata nel 2026 quando si stima che verrà riaperta l'area della Riserva, temporaneamente chiusa per i lavori di adeguamento e messa in sicurezza della cassa di laminazione del fiume Secchia, effettuati da AIPO.

- **innovazione:** Il museo della Bilancia sta attuando un progetto di digitalizzazione del suo patrimonio che nel 2026 si concluderà con la creazione di postazioni multimediali per la fruizione del materiale. L'innovazione del servizio risiede pertanto nella trasformazione dello IAT Diffuso da semplice "punto informativo" a "piattaforma di esperienza integrata", che utilizza la tecnologia per rendere l'offerta del Museo della Bilancia più accessibile e pronta a rispondere alle esigenze di un mercato turistico in continua evoluzione.

Per quanto riguarda l'area Laghi l'obiettivo è quello di creare una piattaforma integrata di prenotazione e fruizione delle attività, mediante la creazione di un portale/web-app mobile che integri le attività offerte (canoë, pesca sportiva, windsurf, nordic walking, etc) con calendario, prenotazione e pagamento digitale.

4) Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO

Le attività che si intendono implementare per rafforzare la condivisione di servizi e informazioni con le DMO sono le seguenti:

- raccolta strutturata e invio di dati sui flussi turistici (provenienza, interessi, richieste specifiche) e sui feedback dei visitatori, essenziale per la DMO nell'analisi delle performance e nella pianificazione strategica

- esposizione negli esercizi di materiale promozionale digitale e cartaceo, comunicati stampa e aggiornamenti strategici sulle campagne di marketing e promo-commercializzazione.

- partecipazione degli operatori dello IAT DIFFUSO ai corsi di formazione e aggiornamento erogati o coordinati dalla DMO, per garantire un livello di informazione e accoglienza uniforme e di alta qualità su tutto il territorio e per la creazione di linee guida e protocolli operativi comuni per la gestione delle richieste, lo standard di accoglienza e il branding, per assicurare la coerenza del messaggio veicolato al turista.

- fungere da canali per la vendita di servizi o prodotti turistici gestiti dalla DMO, come city card, biglietti per eventi o escursioni/pacchetti, mediante la predisposizione di espositori dedicati con materiale promozionale (brochure, mappe) del territorio sovra comunale, per diffusione capillare degli eventi e delle iniziative promosse o co-promosse dalla DMO.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 10.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 10.000,00

PUNTEGGIO: 58

FASCIA DI VALUTAZIONE: BASSA

4) COMUNE DI NONANTOLA - IAT DIFFUSO

P.G. n. 38799 dell'11/11/2025

SEDI

- Pro Loco Nonantola APS, Via Roma 10/A, 41015 Nonantola (MO);
- Sorsi e Morsi, Via Roma 26-28, 41015, Nonantola (MO);
- eGOeBIKE, Via Marconi 28, 41015 Nonantola (MO);
- La Smorfia, Via Roma 48/50/52/54, 41015 Nonantola (MO);
- Museo di Nonantola Via del Macello, 41015 Nonantola (MO).

Relazione generale dell'attività e obiettivi di miglioramento del servizio con riferimento alle azioni che si intendono svolgere nel corso del 2026

Dopo il primo anno di attività dello IAT Diffuso di Nonantola, è emersa la necessità di rafforzarne l'identità visiva e comunicativa, disseminando l'immagine coordinata dello IAT in modo da renderla riconoscibile e coerente con il sistema degli hub turistici di Modena e della Destinazione Turistica Modena. Il territorio nonantolano costituisce un nodo strategico del sistema turistico modenese per la varietà e la qualità delle sue risorse culturali, naturali e paesaggistiche: l'Abbazia di Nonantola è al centro di numerosi itinerari legati al Medioevo e al Romanico e il Museo di Nonantola, collocato in una torre trecentesca, è inserito nel circuito dei Castelli dell'Emilia-Romagna. Nonantola è sia un punto di partenza che una tappa importante di famosi cammini che si distinguono a livello regionale e europeo come itinerari per lo slow-tourism quali la Via Romea Nonantolana e la Romea Strata. La rete ciclabile è in continuo sviluppo poiché è una deviazione della Ciclovia del Sole e inoltre, quando sarà completato il collegamento Nonantola–Modena, il capoluogo sarà integrato nei principali percorsi cicloturistici provinciali; itinerari storico-naturalistici decisamente rilevanti attraversano la Partecipanza Agraria, antica proprietà collettiva di origine medievale con un'importante area naturalistica riconosciuta a livello comunitario; non mancano infine le esperienze enogastronomiche che includono la visita alle acetaie locali (acetaia didattica della Partecipanza). Questa ricchezza di risorse richiede un rafforzamento dell'immagine coordinata e della comunicazione turistica in linea con i principi di sostenibilità, innovazione, accessibilità e collaborazione territoriale.

Obiettivi del progetto

1. Rafforzare l'identità visiva e comunicativa dello IAT Diffuso Nonantola, rendendolo riconoscibile e coerente con la rete degli hub turistici di Modena e la Destinazione Turistica Modena.
2. Promuovere un turismo accessibile e sostenibile, valorizzando la mobilità lenta (cicloturismo e cammini) e garantendo accessibilità fisica e digitale alle informazioni.
3. Favorire la collaborazione e la connessione con l'hub turistico di Modena, attraverso la condivisione di materiali, itinerari e strategie di comunicazione coordinata.

Azioni previste

- Disseminazione dell'immagine coordinata dello IAT Diffuso Nonantola, integrata con il sistema di identità visiva della Destinazione Turistica Modena.
- Revisione e ristampa dei materiali informativi e promozionali, comprendenti: mappe turistiche del centro storico; realizzazione di materiali di riconoscimento del brand (banner, roll-up, porta dépliant), sviluppo di una campagna di comunicazione per promuovere itinerari e servizi dello IAT.
- Distribuzione e condivisione dei materiali promozionali presso l'Hub turistico di Modena, per garantire la visibilità reciproca e il coordinamento promozionale.
- Collaborazione continua con la DMO per la condivisione di informazioni, materiali e attività relative alle linee di prodotto: Castelli e itinerari medievali, itinerari romanici, cammini storici e ciclovie, itinerari naturalistici ed enogastronomici.

Risultati attesi:

- Creazione di un'identità coordinata e riconoscibile dello IAT Diffuso Nonantola, in linea con la rete degli hub turistici di Modena.
- Maggiore integrazione territoriale e sinergia promozionale con gli altri punti informativi della destinazione turistica.

- Incremento dell'accessibilità informativa per cittadini e visitatori, grazie a materiali chiari e strumenti turistici aggiornati.
- Promozione di un turismo sostenibile, basato su mobilità dolce, valorizzazione del patrimonio naturale e culturale e utilizzo di materiali ecocompatibili.

Descrizione del programma dei percorsi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti:

Il progetto vuole potenziare le competenze del personale addetto all'informazione e all'accoglienza turistica nel territorio di Nonantola, favorendo un servizio sempre più accessibile, sostenibile e integrato con la rete degli hub turistici e con l'evoluzione del mercato turistico.

I destinatari del corso di formazione che coordinerà il Comune di Nonantola saranno:

- Gli addetti allo IAT Diffuso di Nonantola e alle postazioni d'informazione turistica collegate.
- Se interessato, il personale degli hub turistici della provincia di Modena e collaboratori esterni (volontari, stagisti) coinvolti nei servizi di accoglienza/informazione.
- Se interessati, i collaboratori degli uffici informazione/accoglienza che operano negli itinerari tematici (cammini, ciclovie, heritage, enogastronomia) del territorio.

Il programma di 10 ore di aggiornamento previste per gli IAT diffusi da svolgere nel 2026 sarà suddiviso in 4 moduli:

- Modulo 1: Fondamenti di informazione e accoglienza turistica – relazioni con il pubblico, accoglienza inclusiva, funzionamento dell'IAT, strumenti di informazione, report annuale sulle criticità o elementi da potenziare.
- Modulo 2: Conoscenza del territorio e dei prodotti turistici locali – itinerari medievali/romanici, cammini, ciclovie, enogastronomia, area naturalistica della Partecipanza Agraria: aggiornamenti e novità sugli itinerari.
- Modulo 3: Accessibilità e turismo inclusivo – comunicazione accessibile, multisensorialità, accoglienza persone con disabilità.
- Modulo 4: Sostenibilità ambientale e mobilità dolce – principi del turismo responsabile, mobilità ciclistica/pedonale, materiali ecocompatibili, riduzione impatto ambientale.

La Formazione avverrà in presenza (aula) con eventuali visite guidate sul territorio. A seguito del corso di formazione per gli IAT diffusi di 10 ore annue si prevede:

- Una migliore qualità del servizio di informazione e accoglienza turistica: personale più preparato, competente e aggiornato.
- Un aumento della fruibilità dei servizi da parte di tutti i visitatori, inclusi quelli con disabilità o con esigenze specifiche.
- Il rafforzamento della collaborazione tra lo IAT Diffuso di Nonantola, gli hub turistici e la rete regionale, grazie a competenze comuni e procedure condivise.
- Un contributo concreto al turismo sostenibile: personale consapevole delle pratiche ecologiche e promotore attivo della mobilità dolce e dei percorsi del territorio.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Elementi di integrazione nel sistema informativo turistico ERT/SITur regionale tramite la Redazione locale di riferimento

Il progetto prevede un rafforzamento dell'integrazione dello IAT Diffuso di Nonantola nel Sistema Informativo Turistico Regionale (ERT/SITur), in stretta collaborazione con la Redazione locale di riferimento. Attraverso questa sinergia, sarà garantita una circolazione costante, aggiornata e coordinata delle informazioni turistiche relative a Nonantola e al suo territorio, in modo coerente con le linee guida regionali e con la strategia di comunicazione della Destinazione Turistica Modena.

Le azioni previste comprendono:

- Collaborazione con la Redazione locale ERT, per l'aggiornamento periodico dei dati e la condivisione di materiali multimediali (immagini, testi, mappe, itinerari digitali);
- Integrazione dei percorsi tematici (romанico, medioevo, castelli, cammini, itinerari ciclabili e naturalistici) nelle banche dati regionali per aumentarne la visibilità sulle piattaforme ERT;
- Monitoraggio dell'efficacia comunicativa tramite indicatori condivisi con la Redazione locale, al fine di migliorare continuamente la fruizione digitale delle informazioni turistiche.

L'integrazione nel sistema SITur consentirà di:

- potenziare la visibilità regionale e internazionale dello IAT diffuso Nonantola;
- assicurare una coerenza comunicativa con gli altri punti informativi dell'Emilia-Romagna;

- offrire ai visitatori un accesso unificato e aggiornato alle informazioni sul territorio;
- valorizzare il ruolo dello IAT Diffuso Nonantola come nodo informativo territoriale pienamente connesso alla rete regionale del turismo.

2) Elementi di qualità dell'attività di collaborazione, scambio di informazioni, coprogettazione con l'ufficio HUB di riferimento e tra l'HUB e gli altri uffici afferenti al medesimo ambito

Il progetto promuove un modello di governance collaborativa tra lo IAT Diffuso Nonantola, l'HUB turistico di Modena e gli altri uffici territoriali, basato su:

- co-progettazione condivisa di strategie promozionali e materiali informativi;
- scambio costante di dati, informazioni ed eventi attraverso canali digitali e la Redazione locale ERT/SITur;
- armonizzazione dei linguaggi e dell'immagine coordinata a livello di Destinazione Turistica Modena;
- condivisione di buone pratiche e strumenti innovativi in materia di accessibilità, sostenibilità e comunicazione turistica.

Elementi qualificanti della collaborazione:

- trasparenza e continuità informativa tra tutti i nodi della rete turistica;
- coerenza territoriale e di brand;
- efficienza operativa grazie all'uso di strumenti digitali condivisi;
- approccio partecipativo e inclusivo che coinvolge enti, operatori e stakeholder locali;
- miglioramento continuo della qualità dei servizi di informazione e accoglienza.

Risultati attesi:

- potenziamento della rete informativa turistica territoriale;
- maggiore visibilità e riconoscibilità del territorio nonantolano;
- miglioramento della qualità dell'accoglienza e della comunicazione al pubblico;
- consolidamento di un modello di collaborazione stabile e replicabile.

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile

Il progetto intende rafforzare la qualità e la fruibilità dei servizi di informazione e accoglienza turistica di Nonantola attraverso interventi mirati di innovazione organizzativa e tecnologica, finalizzati a garantire un'offerta coerente con l'evoluzione del mercato turistico e gli obiettivi regionali di turismo inclusivo e sostenibile.

a. Accessibilità

Lo IAT Diffuso di Nonantola adotta un approccio che mira a rendere l'esperienza turistica fruibile da tutti, indipendentemente da età, provenienza, abilità o competenze digitali.

Le azioni previste comprendono:

- aggiornamento dei contenuti con linguaggio chiaro, multilingue e accessibile;
- predisposizione di materiali informativi inclusivi presso i punti IAT;
- implementazione di percorsi accessibili legati agli itinerari del centro storico, dell'Abbazia e della Partecipanza Agraria;
- formazione del personale IAT sull'accoglienza inclusiva e la comunicazione accessibile.

b. Sostenibilità

Il progetto si fonda su principi di sostenibilità ambientale, sociale ed economica, in linea con gli obiettivi della Destinazione Turistica Modena e della Regione Emilia-Romagna:

- utilizzo di materiali ecocompatibili e riciclati per la produzione dei materiali promozionali;
- valorizzazione della mobilità dolce (cammini, ciclovie, percorsi naturalistici) come elemento distintivo dell'offerta turistica locale;
- sostegno a pratiche di turismo responsabile e partecipativo, che coinvolgano la comunità locale e gli operatori del territorio;
- promozione della Partecipanza Agraria e delle acetaie locali come modelli di sostenibilità ambientale e culturale.

c. Innovazione organizzativa e tecnologica

Il progetto introduce un modello organizzativo più efficiente e interconnesso con gli altri punti informativi provinciali e regionali, attraverso:

- l'integrazione nel Sistema Informativo Turistico Regionale (ERT/SITur) per l'aggiornamento dei contenuti e la diffusione coordinata delle informazioni;
- la digitalizzazione dei servizi di accoglienza (QR code geolocalizzati per itinerari e punti di interesse);
- l'introduzione di strumenti di monitoraggio e analisi dei dati turistici per orientare le strategie future e valutare l'impatto delle azioni intraprese.

d. Coerenza con l'evoluzione del mercato turistico

Le azioni proposte rispondono ai principali trend del turismo contemporaneo:

- crescente domanda di esperienze autentiche, lente e sostenibili;
- attenzione alla responsabilità ambientale e sociale;
- richiesta di informazioni accessibili e immediate, fruibili su diversi canali e dispositivi.

Attraverso queste innovazioni, lo IAT Diffuso di Nonantola si posiziona come punto di riferimento per l'informazione e l'accoglienza turistica di prossimità, capace di coniugare valori di inclusione, sostenibilità e innovazione in un sistema territoriale interconnesso e competitivo.

4) Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO

Il progetto mira a garantire una gestione integrata e coordinata dell'informazione turistica tra lo IAT Diffuso di Nonantola, l'HUB turistico di riferimento e la rete regionale delle DMO, in modo da rafforzare la promozione del territorio, ottimizzare i servizi ai visitatori e favorire lo scambio di dati e best practice.

Azioni principali

- Integrazione nel Sistema Informativo Turistico Regionale (ERT/SITur)
- Aggiornamento regolare di eventi, itinerari, attrazioni culturali, percorsi ciclo-pedonali e servizi enogastronomici.
- Scambio continuo di informazioni operative
- Condivisione di materiali promozionali, mappe, brochure e guide aggiornate.
- Aggiornamenti periodici sui flussi turistici e sulle attività locali.
- Coordinamento dei calendari eventi tra Nonantola e la DMO di Modena.
- Co-progettazione di prodotti turistici integrati
- Sviluppo congiunto di itinerari tematici (medioevo, romanico, castelli, cammini europei, ciclovie e itinerari eno-gastronomici).
- Definizione di pacchetti turistici e percorsi esperienziali coordinati tra territori.
- Proposte innovative per attrarre nuovi segmenti di mercato (famiglie, turismo accessibile, cicloturismo).
- Formazione e aggiornamento condivisi
- Partecipazione a workshop, webinar e sessioni formative organizzate dalle DMO.
- Monitoraggio e reportistica
- Condivisione di dati statistici e feedback dei visitatori con le DMO per migliorare i servizi e orientare le strategie di sviluppo territoriale.
- Redazione di report annuali condivisi sulle attività svolte, sui risultati raggiunti e sulle azioni correttive da adottare.

Risultati attesi

Maggiore coerenza e uniformità informativa tra IAT Diffuso di Nonantola, hub turistici e DMO regionale.

Incremento della visibilità dei servizi turistici locali e dei percorsi integrati con Modena e il territorio circostante.

Rafforzamento della rete territoriale, favorendo l'innovazione nei servizi e la promozione sostenibile e inclusiva del territorio.

Miglioramento della qualità dei servizi al turista, con informazioni aggiornate, accessibili e facilmente fruibili.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 3.800,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 3.800,00

PUNTEGGIO: 57

FASCIA DI VALUTAZIONE: BASSA

5) COMUNE DI MODENA - IAT DIGITALE

P.G. n. 38751 del 10/11/2025

SEDE

Piazza Mazzini 45/A, 41121 Modena (MO)

Relazione generale dell'attività e obiettivi di miglioramento del servizio con riferimento alle azioni che si intendono svolgere nel corso del 2026

Lo IAT Digitale del Comune di Modena è integrato con la welcome room e con il sistema di redazione locale e con la piattaforma visitmodena, rappresenta pertanto un terminale coordinato con il sistema di promozione, informazione e servizi turistici della città e del territorio.

È dotato di un autonomo collegamento adsl o wi-fi e collegato alla Redazione Locale del Sistema Informativo Turistico. I totem sono strutture resistenti all'urto, antivandalo ed antinvecchiamento, vetro antiriflesso, certificazione di risparmio energetico Pc interno con controllo da remoto accessibile in ottemperanza a quanto previsto dalla normativa vigente, consentita all'interno di una white list.

Sono disponibili a fianco dei totem dispositivi multi-usb, n. 4 per ricarica smartphone e tablet navigazione. Le informazioni turistiche sul patrimonio, le attività e i servizi turistici sono fornite in lingua italiana e inglese. Il servizio IAT digitale proposto risponde ai nuovi e mutati bisogni del turista, sempre più propenso all'utilizzo del digitale e permette di aumentare gli standard di innovazione tecnologica dei servizi di informazione e accoglienza turistica, migliorando l'esperienza del turista: Permette infatti di fornire informazioni in tempo reale.

Nel corso del 2026 verrà aggiornata e migliorata l'APP Modena UNESCO SITE che permette di esplorare le meraviglie dell'arte fra i luoghi e i monumenti Patrimonio Mondiale UNESCO. Un racconto ricco di immagini, panoramiche a 360°, testi di approfondimento e contenuti video permetteranno di ammirare le opere d'arte e conoscere i protagonisti che hanno contribuito a creare la storia della città di Modena. L'APP permetterà di spostarsi tra i luoghi usando le mappe, selezionando il percorso trovando le tappe di questo cammino: una narrazione multimediale che guiderà alla scoperta di piazza Grande, il Duomo, Torre Ghirlandina, Palazzo Comunale e i Musei del Duomo. Inoltre, si intende continuare ad arricchire il portale di contenuti redazionali, continuare nelle azioni volte al miglioramento dell'accessibilità e a renderlo pienamente interoperabile con emiliaromagnatourismo.it per la sezione eventi.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Elementi di integrazione nel sistema informativo turistico ERT/SITur regionale tramite la Redazione locale di riferimento

Il Comune di Modena è sede di redazione locale (Modena e pianura) all'interno della funzione IATR. La gestione dello IATR, della Redazione Locale è supportata da Modenatur (DMO), mentre la gestione dello IAT digitale è in collaborazione tra Archeosistemi (che gestisce la welcome room) e Modenatur. Il coordinamento e la responsabilità complessiva sono garantiti dall'unico responsabile degli appalti di gestione (Giovanni Bertugli) che già da anni ha sviluppato una piattaforma di collaborazione funzionale tra le imprese, anche attraverso l'utilizzo del sito visitmodena come supporto tecnologico alla gestione delle prenotazioni e alla promozione. Viene inoltre garantito in forma collaborativa e complementare un piano di redazione social condiviso.

2) Elementi di qualità dell'attività di collaborazione, scambio di informazioni, coprogettazione con l'ufficio HUB di riferimento e tra l'HUB e gli altri uffici afferenti al medesimo ambito

Lo IAT digitale essendo collegato alla redazione locale di Modena e a visitmodena di fatto possiede le caratteristiche funzionali per svolgere attività di collaborazione, scambio di informazioni, coprogettazione in ambito sovracomunale.

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile

- **accessibilità** Lo spazio è accessibile anche a personale con difficoltà motoria in quanto dotato di ascensore e privo di barriere architettoniche. Verranno potenziate le azioni volte al miglioramento dell'accessibilità del portale turistico.

- **sostenibilità** Sono presenti tre monitor per la divulgazione di spot pubblicitari audio e video e prenotazione on line.

- **innovazione** È possibile vivere una esperienza immersiva di visita alla città grazie ad un apposito video realizzato fruibile grazie alla strumentazione digitale altamente innovativa.

4) Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO

La DMO ha avuto e avrà l'utilizzo degli spazi digitali per la promozione dei servizi e delle attività di visita della città e del territorio anche grazie al sistema integrato di gestione coordinato dal Comune di Modena.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 30.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 30.000,00

PUNTEGGIO: 79

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

6) COMUNE DI MODENA - WELCOME ROOM

P.G. n. 38751 del 10/11/2025

SEDE

Piazza Mazzini 45/A, 41121 Modena (MO)

Relazione generale dell'attività e obiettivi di miglioramento del servizio con riferimento alle azioni che si intendono svolgere nel corso del 2026

La Welcome Room situata sotto piazza Mazzini (ex Albergo Diurno) di libero accesso permette la consultazione di informazioni turistiche sia tramite 3 Monitor che trasmettono video promozionali di Modena e del territorio, che tramite materiale cartaceo promozionale ad uso dei turisti.

È provvista di arredi che consentono la consultazione dei materiali in maniera confortevole; inoltre sono presenti 4 postazioni multi-usb per ricarica smartphone e tablet e connettività wi-fi ad utilizzo gratuito.

È stato inoltre predisposto uno spazio specifico per il deposito bagagli da utilizzare in autonomia senza costi a carico del fruitore, comunque presidiato da 1 operatore, sempre presente negli orari apertura della welcome room, che offre anche informazione turistica e distribuzione materiale informativo, in coordinamento con lo IAT-R (come di seguito illustrato).

Gli spazi sono polifunzionali in quanto si prestano, tramite divisorii amovibili, all'utilizzo contemporanea di mostre, eventi, sala formazione, sala meeting, senza precluderne l'utilizzo al turista e al visitatore della città, anzi arricchendo l'esperienza di visita con contenuti culturali ed espositivi. Il turista può inoltre accedere ai servizi di prenotazione del portale www.visitmodena.it attraverso schermi touch migliorando anche l'accessibilità e la comodità di fruizione dei servizi digitali offerti.

A qualificare l'accoglienza del luogo la presenza di bagni pubblici completamente riqualificati, anche per disabili e spazio baby room.

Azioni/iniziative che si intendono svolgere nel corso del 2026:

Nel corso del 2026 verranno organizzate mostre e iniziative culturali finalizzate ad arricchire il percorso di visita della welcome room. L'esperienza acquisita negli ultimi anni ha infatti dimostrato che la programmazione di allestimenti espositivi e iniziative culturali non solo permettono di aumentare l'attrattività del luogo ma creano interesse esperienziale nei turisti ed escursionisti in visita alla città.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Elementi di integrazione nel sistema informativo turistico ERT/SITur regionale tramite la Redazione locale di riferimento

Il Comune di Modena è sede di redazione locale (Modena e pianura) all'interno della funzione IATR. La gestione dello IATR, della Redazione Locale è affidata a Modenatur (DMO), mentre la gestione della Welcome room è affidata ad Archeosistemi (che gestisce anche le visite dei luoghi del sito Unesco di Modena). Il coordinamento e la responsabilità complessiva sono garantiti dall'unico responsabile degli appalti di gestione (Giovanni Bertugli) che già da anni ha sviluppato una piattaforma di collaborazione funzionale tra le imprese, anche attraverso l'utilizzo del sito visitmodena come supporto tecnologico alla gestione delle prenotazioni e

alla promozione. Viene inoltre garantito in forma collaborativa e complementare un piano di redazione social condiviso.

2) Elementi di qualità dell'attività di collaborazione, scambio di informazioni, coprogettazione con l'ufficio HUB di riferimento e tra l'HUB e gli altri uffici afferenti al medesimo ambito

La welcome room essendo collegata alla redazione locale di Modena e a visitmodena di fatto possiede le caratteristiche funzionali per svolgere attività collaborazione, scambio di informazioni, coprogettazione con gli altri uffici del territorio. Lo spazio, inoltre, è già stato utilizzato, e lo sarà anche per il 2026, per attività formative della rete del IAT provinciali e per iniziative promozionali dell'offerta turistica del territorio modenese.

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile

accessibilità Lo spazio è accessibile anche a personale con difficoltà motoria in quanto dotato di ascensore e privo di barriere architettoniche.

sostenibilità Sono presenti tre monitor per la divulgazione di spot pubblicitari audio e video e prenotazione on line, arredi atti a consentire la consultazione dei materiali turistici presenti di Modena e del territorio.

innovazione È possibile vivere una esperienza immersiva di visita alla città grazie ad un apposito video realizzato fruibile grazie alla strumentazione digitale altamente innovativa (n. 6 proiettori laser da 6300ANSI Lumen con risoluzione Full HD, con proiezione in unica immagine su 3 pareti. la welcome room sarà il punto di partenza o di arrivo di visite e attività di approfondimento del sito Unesco e di altri luoghi culturali della città, nonché di visite turistiche a tema, attraverso l'utilizzo di video, proiezioni di immagini "di particolari o dettagli" dei luoghi visitati, proposta di giochi virtuali.

4) Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO

La DMO ha avuto e avrà un utilizzo degli spazi per l'organizzazione di eventi, meeting, ospitalità giornalisti ecc. grazie al sistema integrato di gestione coordinato dal Comune di Modena

TOTALE SPESE PREVISTE: € 30.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 30.000,00

PUNTEGGIO: 90

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

7) COMUNE DI PAVULLO - WELCOME ROOM

P.G. n. 38820 del 11/11/2025
integrazione P.G. n. 40465 del 21/11/2025

SEDE

Via Giardini n. 3, 41026 Pavullo nel Frignano

Relazione generale dell'attività e obiettivi di miglioramento del servizio con riferimento alle azioni che si intendono svolgere nel corso del 2026

Con Deliberazione di Giunta Comunale n. 113 del 14 settembre 2023, in attuazione della D.G.R. Emilia-Romagna n. 2188 del 12 dicembre 2022 (L.R. 4/2016, art. 13), il Comune di Pavullo nel Frignano ha definito il proprio modello organizzativo per i servizi di informazione e accoglienza turistica. In coerenza con i criteri regionali, l'Ente ha individuato la Welcome Room – allestita presso il Palazzo Ducale – quale spazio multifunzionale per l'accoglienza, l'informazione e la valorizzazione turistica locale, sostituendo la precedente formula "UIT".

La Welcome Room rappresenta un punto di riferimento per residenti e visitatori, offrendo:

- accesso libero a materiali promozionali e informativi;
- fruizione autonoma di contenuti digitali e multimediali;
- esperienze immersive e attività di valorizzazione del patrimonio locale.

È stata definita un'identità visiva, integrata nel sistema di comunicazione territoriale, e attivato il profilo Instagram @visitpavullo, per una promozione costante e coordinata delle iniziative turistiche, culturali e naturalistiche del territorio.

Il Comune partecipa inoltre alla convenzione con il Comune di Sassuolo per la gestione del progetto “Ducato Estense”, finalizzato alla promozione congiunta del patrimonio culturale e delle vie storiche (in particolare la Via Vandelli), e collabora stabilmente con la DMO per la realizzazione di esperienze slow e outdoor, a sostegno di un turismo sostenibile e di prossimità.

Palazzo Ducale: Il Palazzo Ducale rappresenta il principale polo culturale e di aggregazione del Comune di Pavullo nel Frignano. Negli ultimi anni l’Amministrazione Comunale ha attuato un percorso di valorizzazione strutturale e funzionale dell’edificio, finalizzato a rendere gli spazi sempre più accessibili, fruibili e integrati tra loro.

Gli interventi realizzati hanno favorito l’apertura del Palazzo a una pluralità di attività — mostre, eventi, conferenze, percorsi didattici e iniziative rivolte alle scuole — consolidandone il ruolo di luogo identitario e punto di incontro per cittadini e visitatori.

Tra gli obiettivi strategici 2025–2026 rientra il completamento della riorganizzazione funzionale degli spazi interni, che prevede:

- la riqualificazione della Biblioteca Comunale “G. Santini”, con la nuova sezione adulti al piano terra e la Biblioteca Giovani al primo piano, realizzata con il contributo della Fondazione di Modena;
- la valorizzazione della sinergia tra Biblioteca, Galleria d’Arte Contemporanea e Welcome Room, per un’offerta culturale e turistica coordinata;
- il potenziamento delle attività formative e laboratoriali della Fabbrica delle Arti, rivolte a studenti, docenti e famiglie del territorio, anche mediante l’utilizzo dell’Emporio degli Scarti.

L’obiettivo complessivo è rafforzare la coerenza e l’integrazione dei servizi culturali e turistici del Palazzo Ducale, rendendolo un luogo aperto, dinamico e riconoscibile come polo culturale e informativo di riferimento per l’Appennino Modenese.

Finalità del progetto

Il progetto mira a rafforzare le attività della Welcome Room come punto informativo strategico lungo l’asse tra la pianura modenese e l’Appennino, in coerenza con il sistema HUB di Sestola (IAT-R Appennino Modenese).

L’obiettivo è potenziare la qualità dell’accoglienza e la visibilità del territorio, migliorando strumenti, servizi e sinergie di rete.

Azioni previste

- aggiornamento e ampliamento dei materiali informativi multilingue (inglese, francese, tedesco, cinese);
- produzione di nuovi dépliant e contenuti digitali coordinati con la DMO;
- miglioramento degli spazi (mediante noleggio di desk in una logica di utilizzo coerente ed efficace in relazione agli spazi) e della segnaletica della sede e dei luoghi i maggior afflusso turistico ;
- realizzazione di pannellistica informativa e materiali espositivi;
- attivazione di percorsi educativi e turistico-culturali in collaborazione con scuole e associazioni;
- partecipazione al progetto intercomunale **PTPL 2026 – Ambito 2**, per la valorizzazione delle esperienze turistiche dell’Appennino Modenese, solo da un punto di vista divulgativo ed informativo;
- adesione al progetto denominato Tour sulla Via del Ducato, in collaborazione con il Comune di Sassuolo

Risultati attesi

- incremento dell’attrattività e della riconoscibilità;
- miglioramento dell’esperienza del visitatore e della qualità dei servizi di accoglienza;
- rafforzamento della rete territoriale e della promozione coordinata dell’Appennino Modenese.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Elementi di integrazione nel sistema informativo turistico ERT/SITur regionale tramite la Redazione locale di riferimento

Il Comune di Pavullo nel Frignano, attraverso la Welcome Room, è pienamente integrato nel sistema informativo turistico regionale ERT/SITur, avvalendosi della collaborazione continuativa con la Redazione locale, referente territoriale per l’ambito di competenza.

L’attività redazionale è orientata all’aggiornamento costante dei contenuti informativi relativi a eventi, attrattori, itinerari e servizi turistici del territorio comunale, assicurando coerenza con la strategia di

comunicazione del Territorio Turistico Bologna-Modena e con le linee guida regionali per la gestione coordinata delle informazioni turistiche.

In particolare, la Welcome Room:

- trasmette periodicamente alla Redazione locale le schede aggiornate di eventi, punti di interesse, strutture ricettive e percorsi outdoor;
- partecipa alle attività di verifica e validazione dei dati inseriti nel portale regionale, garantendo la qualità, la tempestività e l'uniformità delle informazioni pubblicate;
- contribuisce alla produzione di contenuti multimediali e materiali fotografici destinati alla promozione digitale integrata sul portale regionale e sui canali social collegati;
- collabora con la DMO per la definizione di campagne tematiche e itinerari esperienziali inseriti nel sistema ERT/SITur.

Questa sinergia assicura una presenza strutturata e riconoscibile di Pavullo nel Frignano all'interno della rete regionale dell'informazione turistica, favorendo la visibilità coordinata dell'Appennino Modenese e l'allineamento con le strategie di comunicazione e promozione del sistema turistico dell'Emilia-Romagna.

2) Elementi di qualità dell'attività di collaborazione, scambio di informazioni, coprogettazione con l'ufficio HUB di riferimento e tra l'HUB e gli altri uffici afferenti al medesimo ambito

Il Comune di Pavullo nel Frignano, attraverso la Welcome Room, opera in stretta sinergia con l'Ufficio HUB IAT-R di Sestola – Appennino Modenese, quale punto di riferimento territoriale per la gestione integrata delle attività di accoglienza, informazione e promozione turistica nell'ambito del Territorio Turistico Bologna-Modena, e con il Comune di Sassuolo per la promozione coordinate delle iniziative legate al Ducato estense, oltre che alla promozione delle Vie storiche che interessano il territorio (via Romea Nonantolana, Via Vandelli, Via Romea Germanica Imperiale).

La collaborazione si fonda su una logica di rete e di coprogettazione delle iniziative di valorizzazione dell'Appennino Modenese, con l'obiettivo di offrire al visitatore un sistema di accoglienza diffuso, coerente e coordinato.

In tale contesto, il Comune di Pavullo nel Frignano partecipa attivamente ai tavoli tecnici e agli incontri di programmazione con l'HUB di riferimento e con gli altri uffici del medesimo ambito, contribuendo alla definizione di strategie condivise e azioni operative comuni.

Gli elementi qualificanti di tale collaborazione sono:

- scambio continuo di informazioni su eventi, esperienze e servizi turistici, garantendo l'aggiornamento tempestivo dei canali digitali e informativi del sistema ERT/SITur;
- coprogettazione di iniziative di promozione congiunta, con particolare attenzione alle tematiche legate al turismo esperienziale, outdoor e culturale, e con il Comune di Sassuolo in coerenza con il progetto "Ducato Estense" e con le linee della DMO;
- per garantire omogeneità e qualità del servizio di accoglienza tra i diversi punti informativi dell'ambito, il Comune di Pavullo nel Frignano prevede l'allineamento operativo delle modalità di accoglienza e il noleggio di attrezzature idonee a rendere gli spazi interni del Palazzo Ducale più funzionali, collaborativi e accoglienti. L'obiettivo è consentire una gestione flessibile e integrata degli ambienti, adattabile alle diverse attività e servizi turistico-culturali che si svolgono all'interno del Palazzo, migliorando così la fruizione da parte dei visitatori e la qualità complessiva dell'esperienza di accoglienza;
- condivisione di buone pratiche e momenti formativi tra il personale degli uffici turistici, volti a migliorare le competenze in accoglienza, comunicazione e gestione del turista.

Tale modello di collaborazione consente di valorizzare le specificità locali in una cornice territoriale unitaria, promuovendo un'immagine integrata e riconoscibile dell'Appennino Modenese. L'azione sinergica tra l'HUB di Sestola e la Welcome Room si traduce quindi in un rafforzamento complessivo del sistema di informazione e accoglienza turistica, con effetti positivi sulla qualità dell'esperienza del visitatore e sulla competitività del territorio nel mercato turistico regionale.

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile

Accessibilità

La Welcome Room, collocata al piano terreno del Palazzo Ducale, è pienamente accessibile a persone con disabilità motorie e sensoriali, grazie alla presenza di percorsi privi di barriere architettoniche, arredi e spazi

adeguatamente segnalati. Il progetto prevede ulteriori interventi di miglioramento dell'accessibilità cognitiva e sensoriale, mediante l'introduzione di:

- materiali informativi in linguaggio facile da leggere e da comprendere;
- segnaletica integrata multilingue, conforme agli standard ERT/SITur. Queste azioni intendono favorire un turismo inclusivo, accessibile a tutte le persone, indipendentemente da età, capacità fisiche o competenze linguistiche.

Sostenibilità

Il progetto si fonda sui principi del turismo sostenibile e di prossimità, in coerenza con le linee guida regionali e con gli obiettivi della DMO. Le attività della Welcome Room promuovono:

- la mobilità dolce, attraverso la diffusione di itinerari pedonali, cicloturistici e outdoor;
- la valorizzazione di prodotti e servizi turistici locali, favorendo le imprese e i produttori del territorio;
- la riduzione dell'impatto ambientale mediante l'uso di materiali ecocompatibili e digitalizzazione dei supporti informativi;
- la collaborazione con scuole e associazioni per la diffusione di buone pratiche di tutela ambientale e conoscenza del patrimonio naturale, in particolare con l'itinerario della Via delle Fiabe;
- in tal modo, la Welcome Room diventa un punto di riferimento per un turismo responsabile, in equilibrio tra fruizione e conservazione del territorio.

Innovazione

La strategia progettuale mira al potenziamento tecnologico e organizzativo dei servizi di informazione e accoglienza. Le principali azioni innovative riguardano:

- miglioramento dei contenuti del totem informativo presente nell'ingresso di Palazzo Ducale per la consultazione autonoma dei contenuti turistici;
- lo sviluppo di strumenti digitali multilingue integrati nel sistema ERT/SITur e coordinati con la DMO;
- la realizzazione di esperienze immersive e virtuali legate ai luoghi identitari del territorio (Via delle Fiabe, salita alla Torre di Lavacchio);
- la riorganizzazione dei flussi informativi tra gli uffici del sistema turistico locale, per una gestione coordinata e in tempo reale dei contenuti promozionali;
- la promozione digitale attraverso il profilo Instagram @visitpavullo e campagne social integrate.

L'approccio innovativo e digitale del progetto consente di ampliare la fruibilità delle informazioni, migliorare l'esperienza del visitatore e rafforzare la competitività del territorio in linea con l'evoluzione del mercato turistico regionale.

4) Attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO

Il Comune di Pavullo nel Frignano, tramite la Welcome Room, mantiene una collaborazione costante con la DMO, soggetto incaricato della promozione turistica coordinata del territorio modenese.

L'attività si concentra sulla condivisione e l'aggiornamento regolare delle informazioni turistiche relative a eventi, punti di interesse, itinerari e servizi, in modo da assicurare uniformità e coerenza nella comunicazione all'interno del sistema informativo regionale ERT/SITur.

In particolare, le principali azioni riguardano:

- la trasmissione periodica di contenuti alla DMO per la pubblicazione sui portali informativi e promozionali regionali;
- l'integrazione dei calendari eventi e delle iniziative locali nei programmi territoriali condivisi;
- la partecipazione a incontri di coordinamento e pianificazione delle attività di promozione congiunta;
- la produzione coordinata di materiali informativi e digitali, in linea con le indicazioni grafiche e comunicative della DMO;
- l'utilizzo dei canali digitali (sito, social media, newsletter) per la diffusione di informazioni turistiche aggiornate e coerenti con la programmazione territoriale;
- la collaborazione nella raccolta di dati e indicatori turistici, utili al monitoraggio dei flussi e alla valutazione delle azioni di promozione.

Queste attività consentono di mantenere un collegamento operativo stabile tra il Comune e la DMO, favorendo la circolazione efficiente delle informazioni e la gestione coordinata dei servizi di accoglienza e promozione nell'ambito turistico dell'Appennino Modenese.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 30.553,14

Spese non ammesse: € 553,14 (ai sensi dell'art. 5.3 dell'avviso, poiché il costo complessivo ammissibile risulta superiore alla valorizzazione massima prevista per Ambito 1.a, la spesa ammessa ai fini della quantificazione

del contributo viene rideterminata nell'importo massimo previsto, riducendo della stessa misura percentuale ciascuna voce di spesa ricompresa nel piano finanziario)

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 30.000,00

PUNTEGGIO: 59

FASCIA DI VALUTAZIONE: BASSA

AMBITO 1.b - Animazione e intrattenimento turistico

1) COMUNE DI MODENA - IAT R

P.G. n. 38751 del 10/11/2025
integrazione P.G. n 41360 del 28/11/2025

Relazione generale dell'attività con riferimento alle azioni che si intendono svolgere:

Il progetto prevede la progettazione e la realizzazione di un programma annuale di visite guidate tematiche, speciali e di approfondimento dei luoghi del Sito Unesco di Modena (Torre Ghirlandina, Sale Storiche, Acetaia Comunale). Le esperienze di visita verranno proposte secondo metodologie innovative e fortemente coinvolgenti. Il programma verrà promosso sul portale visitmodena e attraverso una campagna social dedicata. Si prevede inoltre la stampa del programma da distribuire in vari luoghi di interesse dei turisti. Nel corso del 206 alcune delle esperienze di visita presso questi luoghi altamente frequentati dai turisti verranno proposte in una veste nuova e più inerente ai nuovi bisogni.

Verrà realizzato un programma annuale di visite guidate in lingua inglese e/o francese alla Torre, visite guidate "COMBO" alla Torre e alle sale del Palazzo Comunale, visite guidate all'Acetaia Comunale, visite guidate tematiche e di approfondimento, visite speciali, Aperitivi in Torre, visite guidate "all'alba" con colazione, performance teatralizzate con attori/cantanti, attività per bambini interattive (Escape Room multimediale/caccia al tesoro/misteri della torre/caccia al personaggio), organizzazione di cicli di visite guidate con tematiche legate alla storia, ai luoghi dell'arte, alle nuove realtà storico-artistiche recuperate, e ai personaggi di Modena e del suo territorio.

Verranno inoltre potenziate tutte le azioni e gli interventi di organizzazione, supervisione e coordinamento delle attività di animazione e fruizione dei "luoghi del gusto" dei produttori di prodotti tipici.

Il programma di animazione e intrattenimento sarà veicolato attraverso azioni di informazione e promozione digitale, social e web, innovative.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti

Il programma di animazione e intrattenimento proposto ha la finalità di potenziare l'attrattività turistica dei luoghi interessati (Torre Ghirlandina, Sale Storiche, Acetaia Comunale). Grazie alla partecipazione attiva del personale coinvolto, caratterizzato da una specifica e puntuale preparazione in ambito storico e artistico, di attori professionisti, con i quali verranno ideati percorsi teatralizzati *ad hoc* e di professionisti del settore della comunicazione e della valorizzazione dei luoghi della cultura, il progetto ha le caratteristiche di scientificità, originalità e coerenza nei contenuti, capace di incentivare l'offerta e attrarre significativi flussi di pubblico.

2) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione

Accessibilità

Le visite guidate saranno accessibili a tutti tranne quelle realizzate in Torre che non permette l'accesso a chi ha disabilità (es. disabilità psicomotorie).

Sostenibilità verranno adottate prassi di sostenibilità ambientale

Innovazione al fine di incrementare le visite per stranieri verranno potenziate le visite in lingua.

Nei veri luoghi di interesse, verranno inoltre sperimentate visite notturne al fine di sfruttare e valorizzare il nuovo impianto di illuminazione.

3) Valorizzazione e promozione di elementi identitari in grado di innalzare la capacità di attrazione dei territori e innescare processi di qualificazione e rivitalizzazione del territorio.

Il programma di animazione e intrattenimento proposto ha la finalità di valorizzare e promuovere alcuni elementi identitari del territorio. Di seguito, a titolo esemplificativo, alcuni temi che saranno trattati: la storia di La Secchia rapita e la figura di Tassoni; la torre Ghirlandina e la sua architettura, con particolare approfondimento sui capitelli scolpiti del piano dei Torresani; il libero Comune; la Ghirlandina e la sua funzione di Torre Civica; San Geminiano; le famiglie e i personaggi nobiliari della Modena ottocentesca; visite

di approfondimento del paesaggio che si può ammirare dalla Sala dei Torresani della Torre Ghirlandina; con le Visite guidate “all’alba” con colazione, alla fine della visita viene offerto caffè e torta tipica modenese: il Bensone è il dolce più classico di Modena, il vero e proprio simbolo della città; visite guidate alle sale storiche concentrate su il Tassoni e Ludovico da Castelvetro, I Miracoli di San Geminiano; Lodovico Lana; percorso artistico nelle sale storiche dal rinascimento all’Ottocento; Nicolò Dell’abate nella sala del fuoco; le visite guidate dell’Acetaia comunale a cura della Consorteria con illustrazione delle origini e delle caratteristiche dell’Aceto Balsamico Tradizionale di Modena.

4) Caratteristiche di integrazione e diversificazione di prodotti e servizi inerenti a settori economici diversi

Per la sua stessa natura la filiera del turismo è trasversale e coinvolge diversi settori economici, commercio, agricoltura, artigianato, ricettività, ristorazione, trasporti, professioni turistiche regolamentate e molto altro. L’obiettivo primario, qualificando l’offerta finalizzata ad incrementare i flussi di pubblico, anche grazie alla collaborazione con l’attività svolta dalla DMO, rimane di generare soggiorni più lunghi, con una maggiore ricaduta dell’economia turistica e sul suo indotto che rimane una priorità essendo il turismo definito dai pernottamenti.

Breve report dell’edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità (solo per progetti ricorrenti già presentati nelle scorse edizioni del PTPL):

Alcune delle attività già realizzate in passato verranno riproposte ma sempre cercando di dare una nuova veste a seguito di un “restyling progettuale”. Le rassegne diventate un appuntamento fisso possano consolidare ed aumentare ancor di più la visibilità e “popolarità” ai luoghi di interesse turistico sopra menzionati. Per il 2026 si prevede di continuare con la comunicazione e promozione del programma delle iniziative, soprattutto per i luoghi meno conosciuti, le principali novità riguarderanno lo svolgimento di visite guidate e/o teatralizzate in orario diurno e serale, legate anche all’estensione dell’orario di apertura della Torre Ghirlandina.

Criteri e modalità di riscontro dei risultati:

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Progettazione e realizzazione del programma annuale attività di animazione e intrattenimento	Analisi con cadenza trimestrale dello stato di realizzazione del programma
Progettazione e realizzazione di una strategia di comunicazione	Monitoraggio degli strumenti di comunicazione attivati (n. dépliant distribuiti, n. post pubblicati sui social, ecc....)
Monitoraggio dei risultati	Monitoraggio trimestrale quantitativo e qualitativo (n. dei partecipanti e raccolta delle criticità e/o apprezzamenti)

TOTALE SPESE PREVISTE: € 30.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 30.000,00

PUNTEGGIO: 87

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

2) COMUNE DI SESTOLA - IAT R

P.G. n. 38723 del 10/11/2025

Relazione generale dell’attività con riferimento alle azioni che si intendono svolgere

Cimone4Kids 2.0 – Una montagna a misura di bambino

“Cimone 4Kids 2.0 - Una montagna a misura di bambino” è un programma unificato di attività rivolte ai bambini in età 0-12 anni che coinvolge diversi comuni intorno al Monte Cimone: Fanano, Fiumalbo, Montecreto, Lama Mocogno, Pievepelago, Riolunato, Serramazzoni e Sestola. L’obiettivo è offrire un’esperienza completa e divertente, permettendo ai giovani visitatori di giocare, imparare, scoprire il territorio e socializzare. Dopo l’edizione 2025 con ottimi riscontri in tutta la montagna, l’intenzione è quella di

continuare in un percorso condiviso con gli altri comuni partner e con un aumento delle attività e delle esperienze a misura di bambino.

Negli ultimi anni, l'Appennino ha registrato una crescente domanda di turismo esperienziale e familiare. Le famiglie, in particolare, cercano proposte che uniscano divertimento, natura e scoperta del territorio, anche al di fuori della stagione estiva. Nel 2025 si è concretizzata l'esigenza di coordinare e valorizzare le iniziative rivolte ai bambini e ai ragazzi, creando un'offerta coerente e riconoscibile sotto un unico marchio territoriale. Per questo anche per il 2026 l'idea è quella di riproporre il progetto "Cimone4Kids 2.0" puntando però ad un'impronta green e slow.

Pensato come un grande contenitore di opportunità di svago e scoperta dedicato proprio alle famiglie, "Cimone4Kids" debutta alla sua seconda edizione: una rassegna che riunisce le numerose attività ludiche, formative ed esperienziali organizzate dai Comuni e dagli operatori del territorio durante l'estate e in occasione degli eventi autunnali.

L'iniziativa nasce dal desiderio di offrire anche ai più piccoli la possibilità di conoscere la storia, la cultura e la natura del Cimone, stimolando la curiosità, facendo emergere talenti, coltivando passioni e creando nuove amicizie.

Gran parte delle iniziative proposte quest'anno verteranno sul tema della natura e della sostenibilità ambientale, promuovendo la conoscenza del territorio, dei suoi ecosistemi e delle pratiche rispettose dell'ambiente.

Il programma condiviso tra i comuni del Cimone comprenderà, a titolo esemplificativo e non esaustivo, un ricco calendario di proposte tra cui:

- momenti di *baby dance* e *baby yoga*;
- attività di orienteering ed escursioni guidate nel bosco;
- passeggiate sensoriali e di forest bathing per famiglie;
- esperienze didattiche legate alla tradizione (antichi mestieri, visite ai metati, giochi di una volta, preparazione di ricette tipiche e prodotti montanari, educazione ambientale al rispetto della flora e della fauna);
- laboratori di buschcraft per bambini;
- spettacoli di burattini, saltimbanchi, circensi, marionette e cantastorie;
- laboratori creativi e teatrali;
- letture animate e proiezioni di film d'animazione;
- incontri e laboratori con artisti e artigiani dell'Appennino per imparare a realizzare prodotti locali;

Le attività includeranno laboratori didattici di artigianato tradizionale (lavorazione di pietra e legno), laboratori sui prodotti tipici locali (Parmigiano Reggiano, crescentine, frutti di bosco e castagne), attività ludico-sportive all'aperto e momenti di scoperta della fauna e della flora dell'Appennino.

In sintesi, *Cimone4Kids 2025* si conferma come un progetto strategico per:

- Promuovere la cultura e le tradizioni locali;
- Stimolare la sensibilità ambientale e la sostenibilità tra i più giovani;
- Offrire esperienze formative e ludiche per famiglie e bambini;
- Rafforzare la collaborazione tra soggetti pubblici e privati del territorio.

I risultati ottenuti confermano l'importanza di continuare a sviluppare e consolidare il progetto negli anni futuri, ampliando le attività e le collaborazioni e valorizzando sempre più le risorse naturali e culturali dell'Appennino Modenese.

Ideazione grafica e stampa del materiale informativo "Cimone4Kids"

Considerato che, nel corso del 2025, è stato rilevato un significativo interesse da parte delle famiglie verso i supporti informativi cartacei messi a disposizione dagli uffici turistici, si ritiene opportuno procedere alla realizzazione e stampa di opuscoli che avranno la funzione di brochure-calendario e conterrà, in forma sintetica e facilmente consultabile, il riepilogo degli appuntamenti e delle attività previste nell'ambito della rassegna "Cimone4Kids".

La grafica sarà coerente con l'immagine coordinata del progetto e presenterà uno stile distintivo e riconoscibile, che valorizzi l'identità visiva della rassegna.

Gli opuscoli saranno distribuiti nei punti informativi e negli uffici turistici dei Comuni aderenti, nonché in occasione degli eventi principali.

Una sezione dedicata illustrerà inoltre i servizi turistici rivolti alle famiglie, includendo:

- indirizzi e orari di apertura di strutture sportive, aree giochi e parchi avventura;
- contatti di riferimento per informazioni e prenotazioni.

Il materiale sarà inoltre reso disponibile in formato digitale sul sito ufficiale della Redazione Locale, garantendo la massima diffusione delle informazioni anche online.

Comunicazione sui canali social della Redazione Locale

In coerenza con gli obiettivi generali del progetto, è prevista la realizzazione di una campagna di comunicazione digitale dedicata alla promozione di “Cimone4Kids”, sviluppata e diffusa attraverso i canali social ufficiali della Redazione Locale.

La campagna sarà incentrata sul concetto di “Appennino family friendly”, quale messaggio guida per valorizzare il territorio del Cimone come destinazione ideale per le famiglie.

Tutti i contenuti digitali (post, grafiche, video, stories, ecc.) manterranno coerenza visiva e stilistica con l'opuscolo informativo, contribuendo a consolidare l'immagine coordinata del progetto.

Nel corso del 2026 verrà ideato, realizzato e diffuso un video promozionale pensato per valorizzare al meglio, attraverso i canali social, il progetto *Cimone 4Kids*. Il video racconterà con immagini coinvolgenti e messaggi emozionali le esperienze, le attività e i servizi dedicati ai più piccoli, con l'obiettivo di attirare e fidelizzare famiglie e nuovi visitatori. Attraverso immagini vivaci e un ritmo pensato per i social, il video inviterà famiglie e piccoli esploratori a vivere l'esperienza unica del Cimone, dove ogni giornata diventa un'avventura.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti

Il progetto “Cimone4Kids 2.0”, potenziale motore di valore aggiunto per lo sviluppo turistico dell’Appennino, nasce con l’obiettivo di rispondere ai bisogni di socialità e svago dei giovanissimi, rafforzando al contempo l’attrattività dell’offerta ricreativa della montagna modenese.

Nel corso del 2025 è emersa con chiarezza la necessità di coordinare in un unico calendario le numerose iniziative dedicate ai più piccoli: un numero crescente di famiglie, infatti, ha espresso il desiderio di esplorare il territorio in modo dinamico, spostandosi tra i diversi Comuni alla ricerca di esperienze ludiche e formative capaci di rendere le vacanze più coinvolgenti e divertenti.

Attraverso la realizzazione di “Cimone4Kids” e il consolidamento del brand “Appennino family friendly”, il progetto intende rafforzare l’offerta di intrattenimento locale rivolta a famiglie e bambini, incrementando gli investimenti sia in termini quantitativi che qualitativi. L’obiettivo è attrarre in particolare la Generazione X e i Millennials, due target in costante crescita ma non ancora pienamente fidelizzati.

Infine, l’inserimento nel calendario di attività autunnali mira ad ampliare la stagionalità del turismo, stimolando nuovi flussi di visitatori anche oltre il periodo estivo di alta stagione.

2) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione

accessibilità: Il progetto *Cimone4Kids* nasce con l’obiettivo di rendere ogni esperienza inclusiva e accessibile, ponendo questi valori come elementi centrali della sua identità. La rassegna intende promuovere la socialità, la collaborazione e il rispetto reciproco, creando occasioni di incontro tra bambini e famiglie. Tra le numerose attività proposte, particolare attenzione sarà riservata a quelle che si svolgeranno in spazi facilmente raggiungibili e che potranno essere pienamente fruite anche da bambini con disabilità motorie. Tutti i laboratori saranno inoltre progettati per eliminare le barriere cognitive, grazie a un approccio basato su attività pratiche, giochi sensoriali e percorsi esperienziali che stimolino la partecipazione e la creatività di tutti.

sostenibilità: All’interno di *Cimone4Kids* saranno sviluppate iniziative dedicate all’educazione ambientale; quali ad esempio laboratori di riciclo creativo o esperienze nella natura e attività mirate alla scoperta delle risorse e dei cicli vitali del territorio (come quello delle piante o dell’acqua). L’obiettivo è favorire nei bambini una maggiore sensibilità verso l’ambiente, aiutandoli a comprendere la delicatezza degli ecosistemi e a sviluppare un legame empatico con la natura, basato sul rispetto e sulla responsabilità in un’ottica di “educazione green”.

innovazione: La realizzazione di un programma coordinato di eventi rivolti a un unico target (bambini e famiglie) e condiviso dai comuni aderenti rappresenta un importante passo innovativo nella pianificazione territoriale. Il progetto consolida la collaborazione tra enti pubblici e soggetti privati, volto alla costruzione di una rete coesa e sinergica. Questa cooperazione consentirà di offrire un calendario di attività integrate, migliorando la qualità e l’attrattività dell’offerta turistica e rafforzando il senso di appartenenza alla comunità del territorio del Cimone.

3) Valorizzazione e promozione di elementi identitari in grado di innalzare la capacità di attrazione dei territori e innescare processi di qualificazione e rivitalizzazione del territorio

Cimone4Kids pone al centro della propria proposta la valorizzazione delle peculiarità identitarie dell’Appennino Modenese. Le esperienze didattiche, le attività all’aria aperta e i laboratori creativi saranno progettati per stimolare la curiosità e l’interesse dei bambini verso il patrimonio storico e culturale, le tradizioni locali – come la gastronomia e l’artigianato – e le meraviglie naturali del territorio.

L’obiettivo principale è quello di rendere la scoperta del territorio accessibile e coinvolgente per i più piccoli, creando esperienze su misura per loro e, al contempo, capaci di rispondere alle aspettative delle famiglie. Tale approccio punta a favorire soggiorni più lunghi e a stimolare nuovi investimenti nella montagna modenese, contribuendo alla sua crescita economica e sociale.

Offrire un ventaglio di proposte variegato, attivo ed emozionante, perfettamente integrato con le attrazioni naturali e culturali del territorio, significa aumentare le possibilità di fidelizzare i visitatori, invogliandoli a tornare e a vivere nuove esperienze in Appennino.

4) Caratteristiche di integrazione e diversificazione di prodotti e servizi inerenti a settori economici diversi

Il progetto *Cimone4Kids* abbraccia diversi ambiti di intervento che, integrandosi tra loro, contribuiscono a valorizzare e rafforzare l’identità turistico-culturale dell’Appennino Modenese.

Attraverso il coinvolgimento di professionalità locali e di educatori esperti, la rassegna offrirà a famiglie e bambini l’opportunità di vivere esperienze autentiche e memorabili a stretto contatto con il territorio. Il programma prevede laboratori didattici dedicati all’artigianato tradizionale (come la lavorazione della pietra e del legno) e ai prodotti tipici locali — tra cui Parmigiano Reggiano, crescentine, frutti di bosco e castagne — o lavorazione di erbe essenziali come lavanda e ortica oltre ad attività ludiche e ricreative all’aria aperta.

Cimone4Kids non si limiterà a promuovere le iniziative direttamente organizzate dai Comuni, ma offrirà anche spazio e visibilità ai soggetti privati del territorio — guide ambientali escursionistiche, associazioni, volontari, animatori, esercizi commerciali, gestori di impianti sportivi, maneggi, caseifici e aziende agricole — che proporranno attività coerenti con i valori e le finalità del progetto.

In questo modo si intende rafforzare la rete territoriale, consolidando i legami tra i diversi attori dell’Appennino, considerati una risorsa fondamentale per garantire servizi di qualità nell’ambito dell’animazione e dell’accoglienza turistica.

Breve report dell’edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità (solo per progetti ricorrenti già presentati nelle scorse edizioni del PTPL):

Il progetto *Cimone4Kids 2025* è stato molto apprezzato confermando la valorizzazione dell’Appennino Modenese come destinazione turistica a misura di famiglia. Le iniziative proposte — laboratori didattici di artigianato e prodotti tipici, attività ludico-sportive all’aperto e momenti di scoperta del territorio — hanno riscosso un grande successo.

I risultati registrati sono stati ottimi in termini di partecipazione attiva, con numerose famiglie e bambini coinvolti nelle varie attività, contribuendo a creare esperienze memorabili a contatto diretto con la montagna, la cultura e le tradizioni locali.

Il progetto ha inoltre rafforzato la rete territoriale, consolidando la collaborazione tra Comuni, operatori privati, associazioni e professionisti locali, dimostrando ancora una volta come *Cimone4Kids* rappresenti una risorsa preziosa per l’animazione e l’accoglienza turistica nell’Appennino Modenese.

Criteri e modalità di riscontro dei risultati:

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
“Cimone4Kids 2.0 - Una montagna a misura di bambino”	Numero di accessi alla scheda caricata sul sito della Redazione Locale
Stampa di materiale informativo	Quantità di copie prodotte e distribuite
Comunicazione sui canali social del progetto	Numero di visualizzazioni e interazioni della pagina

TOTALE SPESE PREVISTE: € 30.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 30.000,00

PUNTEGGIO: 79

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

3) COMUNE DI MARANELLO - STTI - IAT R

P.G. n. 38849 del 11/11/2025

Relazione generale dell'attività con riferimento alle azioni che si intendono svolgere

Il progetto 2026 capitalizza sulla solida base digitale creata nel biennio precedente, che ha portato a un'eccezionale crescita complessiva di +71,71% di follower su Instagram e un'alta copertura social (1.492.515 copertura Facebook).

Tuttavia, il report 2025 della promozione digitale conferma che l'audience è ancora prevalentemente domestica (96% Italia).

Il piano si concentra quindi sull'internazionalizzazione dei prodotti MICE/Luxury sfruttando un target sempre più maturo (fascia 45-54 come principale *follower persona*).

Il fulcro è la sinergia tra l'ecosistema digitale (sito *maranelloplus.com* accessibile e la messa a regime e della rete digitale di 200 dispositivi BEACON per *proximity marketing*) e la collaborazione con la rete commerciale.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti

Gli obiettivi del Progetto di Promozione per il 2026, in coerenza con le Linee Guida e la DMO, sono:

- Internazionalizzazione e Alto Valore (Prioritario): Superare l'attuale forte dipendenza dal mercato nazionale (96% Italia) e incrementare significativamente il tasso di internazionalizzazione e la spesa media dei visitatori, indirizzando i prodotti turistici (in particolare MICE e Luxury, in linea con la fascia d'età 45-54 prevalente) sui mercati internazionali target (USA, Canada, UAE, Asia).

- Innovazione e *User Experience*: Sfruttare la tecnologia BEACON e la comprovata efficacia delle Adv per creare un'esperienza utente "frictionless" (obiettivo regionale) e migliorare la conversione dei visitatori *in loco* tramite *proximity marketing*.

- Segmentazione e Sostenibilità: Consolidare il posizionamento del territorio come destinazione pienamente Inclusiva e Sostenibile, sviluppando e promuovendo attivamente i prodotti di Cicloturismo/Outdoor e garantendo l'accessibilità dei contenuti digitali e dei servizi (formazione IAT).

2) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione accessibilità:

Accessibilità Digitale Piena: Promozione del sito *maranelloplus.com* con implementazione finale del plugin di lettura automatica dei testi e adozione degli standard WCAG. Questo garantisce che i *kit* promozionali e le informazioni sul territorio siano fruibili da turisti diversamente abili, supportando l'obiettivo di Turismo Inclusivo.

sostenibilità:

Promozione Mobilità Dolce e Zero Carta: Collaborazione con influencer e blogger specializzati in turismo sostenibile e outdoor. Campagne di digital marketing focalizzate sul Cicloturismo e sui Cammini, promuovendo attivamente le BIKE STATION gratuite e pacchetti turistici "eco-friendly". Riduzione strategica della stampa di materiale informativo a favore di prodotti digitali, minimizzando l'impatto ambientale delle attività promozionali.

innovazione:

Marketing 4.0 con BEACON: a regime la rete digitale costituita da 200 dispositivi BEACON presso POI, Cammini e punti IAT Diffuso per erogare contenuti di proximity marketing geolocalizzati. Ciò garantisce un'informazione "frictionless" (obiettivo regionale) e immediata sui dispositivi mobili dei turisti, migliorando l'esperienza *in loco* e fornendo dati per l'analisi di mercato (SITur 4.0).

3) Valorizzazione e promozione di elementi identitari in grado di innalzare la capacità di attrazione dei territori e innescare processi di qualificazione e rivitalizzazione del territorio.

L'azione di promozione e commercializzazione 2026 è interamente focalizzata sull'evoluzione degli elementi identitari del Sistema Turistico Territoriale Intercomunale, unendo il prodotto di richiamo globale (la Motor Valley) con le istanze di Sostenibilità e Rivitalizzazione Territoriale delle aree interne (Appennino), in linea con le direttive del PPCT 2025-2027.

1. Innalzamento dell'Attrattività: La *Fast Cars, Slow Life Experience*

L'elemento identitario è l'esperienza duale e complementare del territorio, sintetizzata nel *claim* "Fast Cars & Slow Life":

- Motor Valley (Fast Cars) come Gancio Internazionale: Mantenere l'obiettivo di creare e sviluppare pacchetti turistici esperienziali che, partendo dall'attrattore principale (Museo Ferrari), segmentino l'offerta sui target ad alto valore. Le esperienze saranno elaborate per intercettare direttamente i segmenti MICE e HNWI, come strategia per contrastare l'attuale forte prevalenza di flussi domestici (96% Italia) e innalzare la spesa media dei visitatori, supportando la strategia di internazionalizzazione della DMO.

- Appennino e Turismo Slow (Slow Life) per la Qualificazione: Verranno potenziate le azioni di promozione e commercializzazione per i prodotti Outdoor (Cicloturismo, Cammini e Trekking), che rappresentano l'elemento di riqualificazione e valorizzazione delle aree interne e montane del Sistema Turistico.

Le azioni si collegano con le attività di itinerari sostenibili e storytelling del territorio che vengono promossi dall'Ente Parchi Emilia Centrale.

2. Processi di Qualificazione e Rivitalizzazione del Territorio

Le iniziative di promozione saranno finalizzate a innescare processi virtuosi di rivitalizzazione economica e qualificazione della filiera:

- Diffusione dei Flussi e *Proximity Marketing*: la digitalizzazione del territorio di riferimento con l'entrata a pieno regime della rete di dispositivi BEACON presso i POI, i Cammini e i punti di IAT Diffuso ha la funzione specifica di delocalizzare il flusso turistico, guidando il visitatore, tramite *proximity marketing*, dall'attrattore principale (Maranello) verso gli *asset* meno noti e le attività commerciali della rete IAT Diffuso nelle aree periferiche.

- Valorizzazione dell'Enogastronomia Certificata: Sviluppo di itinerari tematici Food & Wine che colleghino le eccellenze enogastronomiche (acetaie, caseifici, produttori locali) con i Cammini. Questi itinerari saranno mappati e resi disponibili sul sito maranelloplus e promossi tramite social e attraverso la rete IAT Diffuso (formata anche per questo scopo), garantendo un ulteriore elemento di forte identità regionale e di turismo responsabile. Si procederà ad una mappatura delle esperienze *Walk-in* (o a fruizione immediata) che non richiedono una prenotazione anticipata ma che sono disponibili per l'acquisto al momento e l'uso immediato: tour brevi, ingressi a musei o degustazioni veloci.

- Certificazione Inclusiva: La piena accessibilità del sito maranelloplus.com e la formazione specifica sulla gestione del turismo diversamente abile qualificheranno il territorio come destinazione attenta all'Inclusività (elemento identitario sociale), potenziando l'attrattività verso un segmento di domanda in crescita.

4) Caratteristiche di integrazione e diversificazione di prodotti e servizi inerenti a settori economici diversi

Il Progetto 2026 è intrinsecamente basato sull'integrazione multisettoriale. Lo scopo è estendere la permanenza e la spesa del turista (in particolare i segmenti ad Alto Valore, che sono anche quelli con un'età media matura - fascia 45-54 anni), indirizzandoli verso settori diversi da quello ricettivo e di *attraction* principale.

Si punterà allo sviluppo di pacchetti turistici di alta gamma che integrano l'offerta Motor Valley con l'accesso a distretti industriali e servizi MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) senza dimenticare la possibilità di mini esperienze fruibili in giornata per quanti sono già presenti sul territorio.

Prodotti Food & Wine e Sostenibilità: Promozione di itinerari tematici (es. visita ad acetaie, caseifici, cantine) che collegano il brand Motor Valley all'eccellenza DOP/IGP dell'Emilia-Romagna. Verrà rafforzata la promozione di prodotti enogastronomici a km 0 in coerenza con la Sostenibilità.

Promozione delle BIKE STATION e sviluppo di *e-bike tour* che sfruttano il Cicloturismo (Cammini) per integrare la visita ai centri urbani con l'esplorazione dell'Appennino.

Breve report dell'edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità (solo per progetti ricorrenti già presentati nelle scorse edizioni del PTPL):

non è un progetto ricorrente

Criteri e modalità di riscontro dei risultati:

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
servizio di marketing digitale	+ 5% nr. post su fb e Ig
ideazione esperienze “Eco-friendly”	nr. 3 esperienze proposte
Riduzione del materiale promozionale cartaceo	20% di riduzione rispetto al 2025

TOTALE SPESE PREVISTE: € 26.204,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 26.204,00

PUNTEGGIO: 55

FASCIA DI VALUTAZIONE: BASSA

4) UNIONE TERRE DI CASTELLI - IAT

P.G. n. 38475 del 07/11/2025

Relazione generale dell'attività con riferimento alle azioni che si intendono svolgere

Il Progetto TERRE DI CASTELLI SMART EXPERIENCE ha come obiettivo quello di sviluppare un innovativo progetto di digitalizzazione integrato basato sulla piattaforma Artplace per promuovere e migliorare la fruizione del patrimonio culturale e paesaggistico dell'Unione Terre di Castelli con l'obiettivo di:

- implementare l'accessibilità culturale e intellettuale dei contenuti
- ampliare il numero e la varietà delle persone e coinvolgere nuovi gruppi o categorie di turisti/utenti/visitatori maggiormente propensi a tecnologie smart
- migliorare la user experience dei visitatori
- proporre itinerari culturali e ambientali digitali;

Artplace, sfrutta la tecnologia iBeacon per mappare in modo intelligente il territorio e i suoi punti di interesse. Attraverso il proprio smartphone, il visitatore può accedere facilmente a informazioni curate e coinvolgenti su percorsi, beni culturali e paesaggistici, vivendo un'esperienza immersiva e personalizzata

Grazie a questa soluzione, il territorio viene valorizzato in chiave turistica, rendendo la scoperta del patrimonio locale più intuitiva, interattiva e ricca di contenuti di qualità. Artplace non solo guida il visitatore, ma promuove e potenzia l'attrattività turistica, trasformando ogni luogo in un racconto da esplorare, e dove il visitatore potrà creare il proprio itinerario personale.

I visitatori saranno così guidati nel visitare non solo i principali centri urbani, ma anche i punti d'interesse sparsi dalla pianura alla montagna, in una sorta di itinerari digitali, valorizzando le risorse del territorio attraverso informazioni multimediali direttamente sullo smartphone e con ulteriori link per approfondimenti sul portale turistico www.terredicastelli.it.

Per fare questo si prevede l'installazione di circa n. 250 dispositivi sparsi per tutto il territorio dell'Unione, posizionati presso i punti d'interesse di carattere storico-culturale, naturalistico, lungo il Cammino dell'Unione, Iat Terre di Castelli e gli Iat diffusi (n. 17), secondo una metodologia ragionata basata sui i principi della Smart City.

Artplace è un'applicazione mobile disponibile gratuitamente negli Store sia in versione iOS che Android.

Già attiva in diversi contesti della Provincia di Modena — tra cui Maranello, Fiorano Modenese, Formigine, Prignano sulla Secchia, Palagano, Montefiorino, Frassinoro, Concordia sulla Secchia, Fanano e Fiumalbo, fino a Valsamoggia (Bo) — il progetto si inserisce in continuità con le iniziative esistenti. Ciò faciliterà turisti e visitatori nella scoperta non solo di Terre di Castelli, ma anche di altri territori della Provincia di Modena.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti

L'app si basa sulla tecnologia “iBeacon”, che fa parte del mondo dell'Internet of Things (IoT), piccoli dispositivi che usano il Bluetooth a basso consumo per inviare segnali agli smartphone. In questo modo

possono fornire informazioni, notifiche o contenuti personalizzati alle persone che si trovano nelle vicinanze, offrendo un'esperienza di visita più coinvolgente. Nello specifico questa tecnologia smart implementa l'interazione e l'engagement tra utenti e il contesto turistico e culturale mediante piattaforme tecnologiche come Artplace.

Questa scelta, parte dal dato di fatto che oggi la grande maggioranza dei turisti e dei visitatori dei luoghi della cultura possiede uno smartphone, capace di ricevere, elaborare e mostrare informazioni e contenuti multimediali. Grazie pertanto a questa tecnologia i visitatori potranno dunque godere di un'audioguida personalizzata (anche in lingua inglese), utilizzando uno strumento familiare come lo smartphone, che da un punto di vista sanitario non deve, peraltro, essere condiviso con altre persone, eliminando tra l'altro anche i costi di acquisto e/o di noleggio nonché di igienizzazione delle tradizionali audioguide.

D'altro lato l'adozione dell'applicazione ArtPlace e di questa tecnologia, consentirà di ottenere numerosi vantaggi a livello di attrattività turistica, implementando l'interazione e l'engagement tra utenti e il contesto turistico e culturale e consentendo di arricchire e migliorare la fruizione dell'esperienza da parte dei turisti. I visitatori potranno così usufruire di un'audioguida personalizzata, utilizzando uno strumento familiare come il proprio smartphone, potendo avere informazioni anche in lingua inglese.

2) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione

accessibilità

I beacon rappresentano una tecnologia che può aumentare in modo significativo l'accessibilità dei luoghi della cultura. Possono infatti fornire informazioni e indicazioni in tempo reale, adattandole alle esigenze delle persone con diverse forme di disabilità. Ad esempio:

- Persone con disabilità visiva o uditiva: possono trasmettere contenuti in formati accessibili, come audio descrizioni o testi, e guidare l'utente lungo un percorso di visita.
- Persone con disabilità motoria: possono segnalare in anticipo se un itinerario è accessibile o suggerire alternative.
- Visitatori in generale: favoriscono una fruizione personalizzata dei punti di interesse, sia indoor che outdoor, offrendo contenuti dedicati e mirati.

In questo modo, si offre una esperienza di visita più inclusiva e personalizzata, migliorando l'orientamento e l'accesso alle informazioni per tutti. In conclusione, possiede un potenziale significativo per migliorare l'accessibilità dei luoghi di attrazione turistica per persone con fragilità.

sostenibilità

Questa tecnologia è a basso impatto ambientale e comporta un importante risparmio energetico: nel contesto di un sistema di localizzazione, fungono da trasmettitori di segnali. Grazie all'uso di una versione a basso consumo del Bluetooth (BLE), possono funzionare per anni con una singola batteria. Diversamente dai sistemi universali come il GPS, richiedono installazione e manutenzione solo per la sostituzione delle batterie o dei beacon stessi.

innovazione

Questo progetto rappresenta un elemento di forte innovazione per il territorio di Terre di Castelli, poiché introduce una modalità digitale avanzata per la fruizione dei luoghi culturali, turistici e ambientali. È un salto di qualità nell'esperienza di visita che rende Terre di Castelli un territorio all'avanguardia nella promozione culturale digitale, capace di integrare tradizione e innovazione e di dialogare con i sistemi più avanzati di interpretazione e valorizzazione del patrimonio.

Il fatto che questa tecnologia sia già utilizzata in altri territori della Provincia di Modena rappresenta un valore aggiunto, favorendo una crescita condivisa e una maggiore coesione progettuale a livello provinciale.

3) Valorizzazione e promozione di elementi identitari in grado di innalzare la capacità di attrazione dei territori e innescare processi di qualificazione e rivitalizzazione del territorio

I dispositivi collegati alla piattaforma Artplace trasmettono un segnale radio identificabile che viene rilevato dai dispositivi mobili, come smartphone e tablet, dei visitatori. Grazie alla piattaforma, la valorizzazione del territorio si realizza attraverso un percorso digitale che accompagna e arricchisce l'esperienza del visitatore. In particolare, il sistema consente di:

- Attivare la relazione con il pubblico in modo mirato, inviando notifiche e messaggi geolocalizzati quando il visitatore si trova vicino a punti di interesse. Questi contenuti — informazioni utili, approfondimenti, inviti ad attività o eventi — stimolano la curiosità, favoriscono la partecipazione e rafforzano il legame con il luogo.

- Arricchire la narrazione del territorio grazie a contenuti multimediali accessibili in loco: video, audio, immagini e testi che accompagnano il visitatore nella scoperta dei luoghi. Questo approccio rende l'esperienza più coinvolgente, immersiva e adatta a pubblici diversi.

- Guidare l'esplorazione del territorio, suggerendo percorsi consigliati oppure lasciando il visitatore libero di muoversi in autonomia, fornendo comunque informazioni personalizzate e aggiornate in tempo reale. In questo modo si favorisce una fruizione consapevole e orientata alla scoperta.

Tale soluzione si rivela particolarmente vantaggiosa per tracciare la posizione di persone "esterne" all'ambiente, come turisti, visitatori o escursionisti, in quanto i dispositivi possono raccogliere una varietà di dati:

- determinare la posizione dello smartphone o del tablet in base alla distanza dal dispositivo stesso
- registrare il tempo trascorso dal visitatore tramite il proprio dispositivo
- registrare inoltre il numero di volte in cui il device dell'utente è passato vicino al beacon.

Questi dati risultano estremamente preziosi per analizzare i flussi di visita, comprendere i comportamenti del pubblico e misurare l'efficacia delle iniziative di comunicazione. Sarà possibile sapere, ad esempio, quante persone hanno visitato un luogo e quante di queste hanno scelto di approfondire i contenuti accedendo al sito dedicato. Raccogliendo queste informazioni in modo continuo, sarà possibile prevedere meglio i comportamenti dei visitatori e prendere decisioni più efficaci per valorizzare il territorio. In questo modo si potranno offrire servizi e contenuti più mirati, rispondendo meglio ai bisogni di ogni persona. In sintesi, non si tratta solo di raccogliere dati, ma di trasformarli in conoscenza strategica per guidare la crescita del territorio e migliorare l'esperienza di ciascun ospite.

4) Caratteristiche di integrazione e diversificazione di prodotti e servizi inerenti a settori economici diversi

Il progetto favorisce l'integrazione e la diversificazione di prodotti e servizi collegati a diversi settori economici. In particolare, mette in relazione:

- cultura e turismo, attraverso la valorizzazione del patrimonio storico, artistico e paesaggistico;
- innovazione tecnologica e digitale, grazie all'uso di soluzioni smart per l'interpretazione dei luoghi e l'interazione con i visitatori;
- commercio, ristorazione e ricettività, che possono beneficiare dell'aumento dei flussi e della maggiore permanenza sul territorio generati da un'esperienza di visita più coinvolgente;
- promozione territoriale e marketing, attraverso strumenti che favoriscono la conoscenza e la fruizione delle eccellenze locali.

Questa integrazione permette di creare un'offerta più ricca e articolata, capace di coinvolgere filiere diverse e generare ricadute economiche diffuse sul territorio. In tal modo, il progetto non si limita a valorizzare singoli luoghi, ma contribuisce allo sviluppo di un ecosistema turistico-culturale integrato e innovativo.

Breve report dell'edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità (solo per progetti ricorrenti già presentati nelle scorse edizioni del PTPL): Trattasi di un nuovo progetto.

Criteri e modalità di riscontro dei risultati:

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Progettazione di itinerari culturali, turistici e ambientali supportati da tecnologie beacon, con la digitalizzazione dei contenuti ed utilizzo tramite piattaforma ArtPlace	Fornitura e installazione di n 250 dispositivi (emergenze storico – culturali e cammino dell'unione)
Produzione e caricamento di contenuti culturali, turistici e ambientali dedicati	Numero: accessi, interazioni con i contenuti, percorsi e punti di interesse maggiormente consultati.
Promozione del servizio ai visitatori tramite canali web, social, materiali informativi, Iat e IAT diffusi	

Monitoraggio e aggiornamenti	Costante verifica del funzionamento tecnico e aggiornamento dei contenuti
------------------------------	---

TOTALE SPESE PREVISTE: € 30.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 30.000,00

PUNTEGGIO: 57

FASCIA DI VALUTAZIONE: BASSA

5) COMUNE DI FANANO - IAT

P.G. n. 38717 del 10/11/2025
integrazioni P.G. n. 41335 del 28/11/2025

Relazione generale dell'attività con riferimento alle azioni che si intendono svolgere

Cimone 4Kids 2.0 - Una montagna a misura di bambino" è un programma unificato di attività rivolte ai bambini in età 0-12 anni che coinvolge diversi comuni intorno al Monte Cimone: Fanano, Fiumalbo, Montecreto, Lama Mocogno, Pievepelago, Riolunato, Serramazzoni e Sestola. L'obiettivo è offrire un'esperienza completa e divertente, permettendo ai giovani visitatori di giocare, imparare, scoprire il territorio e socializzare. Il programma "Cimone4Kids" è nato dall'esperienza decennale della rassegna "Fanano4Kids", nata e sviluppata a Fanano e poi, per ragioni di condivisione allargata e immagine pubblicitaria unitaria, proposta con questo nuovo nome anche agli altri Comuni del Frignano, in modo da fornire al turista una offerta più ampia e diffusa. Dopo l'edizione con ottimi riscontri in tutta la montagna nel 2025, l'intenzione di IAT Fanano è quella di continuare in un percorso condiviso con gli altri comuni partner e con un aumento delle attività e delle esperienze a misura di bambino.

Le attività relative al territorio di Fanano, cui si riferisce il presente progetto, sono molteplici:

- Laboratori didattici e creativi: Vengono organizzati diversi laboratori, come quelli di propedeutica musicale ("Impara a Strimpellar") e di attività manuali arte-creative come l'utilizzo della pietra, della creta, della stoffa e di altri materiali di riciclo utili a stimolare la fantasia e la creatività dei bambini. Per ogni attività sono previsti professionisti che quotidianamente, nel corso dell'anno, operano nel campo e portano la loro esperienza anche nel contesto vacanziero.

- Attività ludico-sportive all'aperto, benessere e movimento: Il programma di attività mira a far trascorrere ai bambini del tempo spensierato all'aria aperta, con camminate guidate volte alla conoscenza dell'ambiente e della vita in montagna, ed alla sensibilizzazione sul rispetto della natura e degli altri, in un'ottica di turismo lento e sostenibile. Vengono proposte attività all'aria aperta legate all'orienteering, a tematiche relative alla natura, al mondo dei funghi e dei frutti del sottobosco e alla cultura delle tradizioni legate al mondo della castagna. Sono proposte anche attività motorie come lo yoga per bambini, un'attività ludica che unisce movimento, respirazione, rilassamento e consapevolezza del corpo, offrendo numerosi benefici fisici, emotivi e sociali. A differenza dello yoga per adulti, le lezioni per bambini sono spesso strutturate come giochi o racconti, utilizzando posizioni ispirate agli animali o alla natura e sono praticate all'aperto.

- Eventi culturali e di intrattenimento: La rassegna include anche letture e presentazioni di libri, talvolta in collaborazione con librerie locali e case editrici, valorizzando illustratori e autori per l'infanzia. Per questo tipo di iniziative è previsto il coinvolgimento di librerie del territorio che si occupano di editoria indipendente dedicata al mondo dei bambini/ragazzi. Inoltre da anni è attiva la collaborazione con compagnie di teatro per mini laboratori e spettacoli serali mirati come burattini, letture animate pomeridiane e notturne, pomeriggi in biblioteca e tanto altro. Le attività sono solitamente organizzate in collaborazione con la Biblioteca comunale e con il gruppo locale di lettori volontari "Nati del Leggere".

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti

L'organizzazione di attività durante le vacanze estive nel luogo di villeggiatura è proficua a livello sia strategico sia pedagogico perché combina le varie esperienze e l'esplorazione del territorio con lo sviluppo personale dei piccoli partecipanti. Sfruttando un contesto nuovo e rilassato, si possono incentivare l'apprendimento basato sull'esperienza, l'autonomia e il benessere psicofisico. L'ambiente informale e rilassato delle vacanze, lontano dalla routine scolastica e familiare, favorisce l'instaurarsi di nuove relazioni e l'acquisizione di importanti competenze trasversali. Fanano4Kids (in seguito "Cimone4Kids"), sotto questi aspetti, ha raggiunto diversi obiettivi. Si è constatato nel corso degli anni che fare conoscere diversi bambini tra di loro ha portato forti risultati di fidelizzazione di interi gruppi familiari: condividere esperienze ha portato molti turisti a prolungare negli anni permanenza e, in diversi casi, affitti prolungati o addirittura acquisto di seconde case. Il senso di paese, la condivisione di aspetti legati ad esperienze e tradizione locali hanno portato bambini e adulti in un percorso di amore crescente per questo territorio, una sorta di escalation emotiva che crea sinergie e legami forti che perdurano nel tempo. Solo nel Comune di Fanano sono stati quantificati circa 2.000 prenotazioni a laboratori e attività nel corso dell'estate, un dato che sicuramente genera soddisfazione e voglia di continuare ogni anno sempre con più stimoli nuovi e innovazioni.

Vantaggi strategici: Massimizzazione del tempo: Occupare il tempo libero estivo con attività significative riduce la perdita di apprendimento e la noia, rendendo le vacanze un periodo produttivo e non solo di svago. Sfruttare il contesto: Il luogo di vacanza offre uno sfondo unico per apprendere. Per esempio, una passeggiata in montagna può diventare una lezione di scienze naturali. Un apprendimento insolito al di fuori del classico ambiente scolastico e di città.

Budget familiare: Pianificare le attività in anticipo permette di gestire meglio il budget, evitando spese eccessive per intrattenimento estemporaneo. Essendo quasi tutte le attività ad accesso gratuito, l'utente si trova ad avere a che fare con un villaggio turistico diffuso in cui la condivisione e la scoperta di nuovi mondi diventano il fil rouge dell'estate.

Benessere familiare: Un programma di attività ben strutturato può aiutare i genitori a conciliare il lavoro con la gestione dei figli, riducendo lo stress e garantendo un'estate serena e organizzata per tutta la famiglia.

Stampa del materiale informativo "Cimone 4Kids"

Passano gli anni, ma le abitudini restano. Anche nel 2025, nonostante negli anni ci sia un costante impegno nel cambiare modalità di diffusione dei materiali informativi, privilegiando uso di newsletter, invio di brochure in pdf ad indirizzarli targettizzati e altre forme eco friendly, permane nell'utente, anche millennial, l'interesse al cartaceo. Le brochure cartacee continuano ad essere la forma di promozione più richiesta e utilizzata. Per questo pure nel 2026 il programma di "Cimone4Kids" sarà proposto in formato pdf, con diffusione su tutti i siti comunali, dell'Unione dei Comuni e sui social, compreso quella della Biblioteca comunale, e spedito anche tramite newsletter; a questo sarà accompagnata una ampia diffusione cartacea per una più larga divulgazione. La grafica sarà coerente con l'immagine coordinata del progetto e presenterà uno stile distintivo e riconoscibile, che valorizzi l'identità visiva della rassegna. Gli opuscoli saranno distribuiti nei punti informativi e negli uffici turistici dei Comuni aderenti, nei punti di più alta affluenza del territorio, nonché distribuiti massivamente in occasione degli eventi principali. Una sezione dedicata illustrerà inoltre i servizi turistici rivolti alle famiglie, includendo: indirizzi, contatti di riferimento e orari di apertura di piscine, strutture sportive, aree giochi e parchi avventura. Il materiale sarà inoltre reso disponibile in formato digitale sul sito ufficiale della Redazione Locale (www.inappenninomodenese.net), garantendo la massima diffusione delle informazioni anche online.

Comunicazione sui canali social della Redazione Locale: In coerenza con gli obiettivi generali del progetto, è prevista la realizzazione di una campagna di comunicazione digitale dedicata alla promozione di "Cimone4Kids", sviluppata e diffusa attraverso i canali social ufficiali della Redazione Locale (www.inappenninomodenese.net) e sui canali promozionali dei singoli comuni. Verrà realizzata una pagina Instagram di "Cimone4Kids" e in collaborazione con gli altri comuni realizzeremo un video riassuntivo con tutte le attività in modo da conferire alle iniziative stesse un ulteriore valore.

2) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione

Accessibilità. L'ideazione e la realizzazione di "Cimone4Kids" tiene in considerazione l'inclusività e l'accessibilità come imprescindibili "principi guida". Inoltre, il progetto si prefigge di valorizzare l'interazione e l'aggregazione sociale e di promuovere la "cultura del rispetto reciproco". Tra le innumerevoli proposte di intrattenimento contemplate dalla rassegna, saranno poste in evidenza le iniziative che si svolgeranno in spazi agevolmente raggiungibili e le esperienze totalmente fruibili da bambini con disabilità motorie. In aggiunta, tutti i laboratori didattici garantiranno il completo abbattimento delle barriere cognitive attraverso attività manuali e giochi sensoriali.

Sostenibilità: Un filone di iniziative inserite in “Cimone4Kids” (contrassegnato da un marchio identificativo) sarà dedicato all’educazione ambientale. Attraverso la pianificazione di laboratori di riciclo creativo, di esperienze all’aria aperta e di attività legate alla conoscenza delle risorse del territorio (ciclo di vita delle piante, ciclo dell’acqua) si cercherà di trasmettere ai bambini la consapevolezza della fragilità degli ecosistemi, incoraggiandoli a coltivare una forte empatia con l’ambiente naturale.

Innovazione: innovazione e tradizione e viceversa, con aumento della interazione con gli stakeholders. In termini di innovazione, ogni anno si tenta di aumentare le esperienze, in modo da trasmettere valori e input ai giovani ospiti: quest’anno inseriremo, tra le novità, laboratori di cucina su ricette della tradizione (crescentine, pasta fresca in genere e altro) e visita dinamica e interattiva ad una fattoria didattica situata poco fuori Fanano. Questa azienda, gestita da un laureato in Agraria, ha iniziato dal 2025 a collaborare con le scuole di tutto il Frignano e si ritiene possa essere un valore aggiunto per tutti i turisti. Oltre al fatto che l’aumento di visibilità creerebbe maggiore engagement e visibilità all’azienda stessa e contestualmente, benessere al territorio. Tra le proposte dell’azienda: laboratori come “Il tempo dell’orto”, “La vita di zafferano e castagna” e “Alla scoperta del frutteto” nell’ottica della conoscenza, sviluppo e divulgazione dell’agricoltura sostenibile poi altre attività come “Una mattina col gregge” e “Spuledriamoci” per interattività con pony e ovini.

Nel 2026 si tornerà a fare provare ai bambini lo sport tradizionale della Ruzzola, molto popolare nell’Appennino Emiliano fino ad Umbria ed Abruzzo. Avendo a disposizione una struttura sportiva dedicata ed una convenzione attiva con l’ASD Ruzzolone Fanano, si ritiene che questa sia un’esperienza unica nel suo genere perché coniuga l’attività motoria con la natura e le tradizioni del territorio.

Si valuterà anche la proposta di laboratori di apprendimento della lavorazione della pietra arenaria locale e di piccola scultura (es. “marcolfe”), altra attività che riveste valore culturale e tradizionale nel territorio.

3) Valorizzazione e promozione di elementi identitari in grado di innalzare la capacità di attrazione dei territori e innescare processi di qualificazione e rivitalizzazione del territorio

L’interazione tra turisti e tradizioni aumenta l’attrattiva di un territorio secondo la logica della valorizzazione del capitale culturale unico e della creazione di esperienze autentiche. Questa logica trasforma il patrimonio immateriale e materiale in prodotti turistici attraenti, che rispondono a una domanda crescente di esperienze significative e uniche. Il coinvolgimento diretto con la tradizione non solo genera valore economico attraverso la spesa turistica, ma innesca anche processi di rivitalizzazione locale, incentivando la conservazione, la trasmissione delle arti e dei mestieri, e la creazione di nuove opportunità lavorative e imprenditoriali, che qualificano l’identità del luogo.

Turismo esperienziale: Il turista non è più un semplice osservatore, ma diventa protagonista attivo che interagisce con le tradizioni e la comunità locale, vivendo un’esperienza immersiva e memorabile.

Soddisfazione della domanda: Questa modalità di turismo risponde a una crescente domanda di esperienze “autentiche” e “real”, che vadano oltre il turismo di massa superficiale.

Coinvolgimento emotivo: L’interazione diretta crea un legame emotivo più forte tra il turista e il luogo, generando un passaparola positivo e fidelizzando il visitatore.

4) Caratteristiche di integrazione e diversificazione di prodotti e servizi inerenti a settori economici diversi

L’interazione tra i vari stakeholders del territorio è fondamentale in “Cimone4Kids”: ecco perché è stata inserita una rosa abbastanza varia di attività, anche delocalizzando alcune di esse. Il tratto comune, comunque, riguarda la comunione tra bambini e natura attraverso il coinvolgimento di professionalità locali e di educatori esperti. La rassegna consentirà quindi alle famiglie e ai giovanissimi di vivere esperienze memorabili a stretto contatto con il territorio, assaggiandone umanamente le: non mancheranno coinvolgenti laboratori didattici dedicati all’artigianato locale (lavorazione della pietra e del legno) e ai prodotti tipici (in particolare, Parmigiano Reggiano, crescentine, frutti di bosco e castagne) e attività ludiche da praticare all’aria aperta o presso i numerosi impianti sportivi presenti in montagna. Inoltre, attraverso la sua pubblicità capillare occorre specificare che “Cimone4Kids” non si limiterà a promuovere solamente le iniziative organizzate direttamente dai Comuni, ma permetterà anche ai tanti soggetti privati attivi sul territorio (Guide Ambientali Escursionistiche, associazioni di promozione sociale, organizzazioni di volontariato, animatori, esercizi commerciali, gestori di strutture sportive, maneggi, caseifici, aziende agricole) di dare risalto alle proprie attività inerenti e coerenti con le finalità del progetto. In questo modo, nell’intento di rafforzare la rete territoriale, si desidera consolidare i legami con i vari attori operanti in Appennino, che senza dubbio rappresentano una risorsa preziosa per assicurare adeguati servizi di animazione e accoglienza turistica.

Breve report dell’edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità (solo per progetti ricorrenti già presentati nelle scorse edizioni del PTPL):

Non si sono registrate criticità, se non, come sempre, riguardanti il reperimento di risorse atte a permettere una maggiore accessibilità al progetto da parte degli utenti. Gli elementi di novità sono stati spiegati nei paragrafi precedenti e sempre coerenti con i parametri principali relativi a sostenibilità economica, accessibilità ed educazione. Nel 2025, nel Comune di Fanano, si sono registrate 2.500 prenotazioni ai laboratori, letture e varie attività di “Cimone4Kids”, senza dimenticare gli oltre 3.500 ragazzi che si sono alternati nelle strutture sportive del territorio (Palaghiaccio trasformato in palestra indoor estiva, Campi da Calcio, Campi da Tennis e Piscina). Una montagna sempre più a misura di bambino.

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Cimone 4Kids 2.0 - Una montagna a misura di bambino	Numero di accessi alla scheda caricata sul sito della Redazione Locale Registrazione numero partecipanti alle diverse iniziative
Stampa del materiale informativo	Quantità di copie distribuite
Comunicazione sui canali social del logo “Cimone4Kids”	Numero di post e di visualizzazioni ed interazioni
Promozione del Video pubblicitario	Numero di visualizzazioni ed interazioni

TOTALE SPESE PREVISTE: € 15.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 15.000,00

PUNTEGGIO: 79

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

Allegato 4)

TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA-MODENA

P.T.P.L. 2026

AMBITO 2

**INIZIATIVE DI PROMOZIONE TURISTICA
DI INTERESSE LOCALE**

MODENA

INDICE PROGETTI

AMBITO 2 - Iniziative di promozione turistica di interesse locale.....	3
1) UNIONE TERRE DI CASTELLI - IL CAMMINO DELL'UNIONE PER TUTTI: BORGHI, SAPORI E NATURA NELLE COLLINE MODENESI.....	3
2) UNIONE COMUNI MODENESI AREA NORD - BELLA BASSA BECOMES SMART	7
3) COMUNE DI MODENA - PIANO DI PROMOZIONE PER RAFFORZARE L'IMMAGINE TURISTICA DI "MODENA" (intero territorio provinciale).....	12
4) COMUNE DI CARPI- CARPI E LE SUE ECCELLENZE. SAPERI E SAPORI TRA ARTE, CULTURA E TERRITORIO	15
5) COMUNE DI SASSUOLO - TOUR SULLA VIA DEL DUCATO.....	18
6) COMUNE DI SESTOLA - CIMONEFLOW, SEGUI IL RITMO DELLA MONTAGNA!.....	23
7) COMUNE DI MARANELLO - STTI - DIGITAL HUB & BUYER TOUR: STRATEGIA INTEGRATA PER IL POSIZIONAMENTO QUALITATIVO DELLA DESTINAZIONE.....	28
8) NAHIA APS - PETTEGOLEZZI – ALLA SCOPERTA DI PAESI E CITTÀ LUNGO LA CICLOVIA DEL SOLE	32

AMBITO 2 - Iniziative di promozione turistica di interesse locale

1) UNIONE TERRE DI CASTELLI - IL CAMMINO DELL'UNIONE PER TUTTI: BORGHI, SAPORI E NATURA NELLE COLLINE MODENESI

P.G. n. 38476/2025
integrazione P.G. n. 41240/2025

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

/

Descrizione sintetica

Il cammino dell'Unione è un percorso ad anello che ci porta alla scoperta di paesi e colline in provincia di Modena, fino al comune di Valsamoggia (Bo). Si parte da Vignola e si ritorna dopo 5 giorni (5 tappe) e 109 km. Il nome "Cammino dell'Unione" è stato scelto in quanto il territorio che attraversato è quello dell'Unione Terre di Castelli, ognuno con il proprio castello o borgo, ognuno caratterizzato dalla stessa quiete tipica delle zone di campagna e pedemontana, dalla calorosa accoglienza di sorrisi e persone. Unione perché la lentezza del cammino, fa immergere chi lo percorre, nelle colline e nei boschi circostanti, facendolo sentire a casa. In 5 giorni si incontra un paesaggio in costante trasformazione: dal letto del fiume Panaro, alle colline vitate tipiche della zona di Castelvetro; dai giganti di pietra – i maestosi Sassi di Rocciamalatina – ai boschi di castagno che preannunciano l'arrivo a Zocca, punto più alto del cammino. Anche le prelibatezze culinarie si arricchiranno giorno dopo giorno, pasto dopo pasto: a Spilamberto sarete, infatti, nella culla dell'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena, per poi cominciare a salire di quota e assaggiare le mitiche crescentine cotte nelle tigelle. Dal primo all'ultimo chilometro, la pasta fresca è all'ordine del giorno, sempre accompagnati da un calice del vino genuino: il Lambrusco Grasparossa di Castelvetro, vivace, accogliente e adatto a ogni persona e occasione, proprio come il Cammino dell'Unione, fatto di persone ospitali e accoglienti. Ref. <https://camminodellunione.com/>

Nel corso di questo anno si è proceduto all'installazione della segnaletica ufficiale, a seguito della verifica e monitoraggio di alcune varianti dell'itinerario con il supporto di Ente Parchi Emilia Centrale. Si è in procinto di proseguire con la stesura del protocollo di intesa tra tutti gli enti coinvolti: 8 comuni di Unione TdC, Valsamoggia (Bo), Ente Parchi e Provincia di Modena, nel quale Unione Terre di Castelli sarà il capofila/gestore. A seguire potremmo richiedere l'inserimento nel sito 'Cammini e Vie di Pellegrinaggio dell'Emilia-Romagna' curato da APT Servizi.

Questo itinerario rappresenta una risorsa territoriale di rilievo dal punto di vista paesaggistico, culturale, enogastronomico, ma al momento non è pienamente fruibile da tutte le persone, in particolare da chi ha bisogni di accessibilità: disabilità motoria, problemi sensoriali, mobilità ridotta, famiglie con passeggini e anziani.

L'associazione omonima che ha dato vita al Cammino, opera come partner integrante dell'Unione Terre di Castelli, collaborando in modo continuativo a tutte le attività legate alla valorizzazione, promozione e gestione del percorso, oltre al supporto dei viandanti. Vigila sulla manutenzione dei tratti di cammino, del coordinamento dei volontari e delle realtà economiche locali coinvolte, della comunicazione e promozione turistica, nonché della raccolta dati e aggiornamento dei materiali informativi utili a migliorare l'esperienza dei camminatori e la fruizione del territorio.

Dall'altra l'associazione Free Wheels ODV ha come missione l'abbattimento delle barriere fisiche e mentali e la promozione di cammini accessibili per tutti.

Il progetto pertanto mira a far convergere queste due realtà: valorizzare il Cammino dell'Unione con un nuovo itinerario accessibile, e al contempo rafforzare l'inclusione sociale, la fruizione slow del territorio, il turismo sostenibile e partecipato.

Lo studio preliminare del percorso prevede un'analisi approfondita del Cammino, finalizzata a verificarne la percorribilità, la sicurezza e la qualità complessiva. Verranno inoltre esaminate e rilevate eventuali varianti utili a migliorare la fruibilità e l'accessibilità dell'itinerario. Durante i sopralluoghi si procederà al rilievo delle criticità presenti lungo il tracciato, che saranno documentate in una relazione tecnica contenente le possibili soluzioni per incrementare la sicurezza e la sostenibilità del percorso. Parallelamente, saranno verificate le strutture di accoglienza utili durante il percorso (5 tappe), con un'analisi della loro funzionalità e adeguatezza

rispetto alle esigenze dei camminatori. Anche per queste verrà redatta una relazione tecnica, con indicazioni e proposte di miglioramento mirate a garantire un'accoglienza di qualità, coerente con gli standard del Cammino e con gli obiettivi di valorizzazione del territorio.

Si proseguirà con azioni mirate di promozione e, in questo contesto, la partecipazione del Cammino dell'Unione alla fiera Fa' la cosa giusta! e la presenza sull'app Walk Plus rappresentano passaggi strategici per accrescere la visibilità e il riconoscimento del progetto a livello regionale e nazionale. La fiera, punto di riferimento per il turismo sostenibile e i nuovi stili di vita, offre l'occasione di presentare il Cammino a un pubblico qualificato e interessato, di attivare relazioni con operatori, associazioni e viaggiatori consapevoli, e di consolidare l'immagine del territorio come destinazione autentica, accogliente e responsabile.

Parallelamente, la promozione tramite Walk Plus (app e web) permetterà di raggiungere un pubblico più ampio di camminatori digitali, fornendo informazioni aggiornate, mappe interattive e strumenti utili per un'esperienza di fruizione autonoma e sostenibile.

Inoltre, l'utilizzo della tecnologia dei beacon, installati lungo il percorso o nei punti di interesse, consentirà di offrire un'esperienza ancora più coinvolgente e personalizzata.

In sinergia, questi canali – fiera, app e beacon – rafforzano la promozione integrata del territorio, potenziando la rete del turismo lento e contribuiscono a rendere il Cammino dell'Unione una meta sempre più riconoscibile, accessibile e attrattiva, in linea con le strategie del Territorio Turistico.

Azioni:

1. Effettuare l'analisi preliminare del percorso per valutare fondo, morfologia, dislivelli e condizioni generali di accessibilità, individuando eventuali tratti critici e possibili varianti più inclusive; svolgere rilievi tecnici su n. 5/7 tappe, mediante sopralluoghi, GPS, analisi pendenze e larghezze, monitoraggio superficie e punti a rischio; produrre schede tecniche, foto georeferenziate e tracciati GIS/GPX; mappare tutte le criticità (barriere, superfici inadatte, incroci pericolosi, mancanza di protezioni e segnaletica, limiti dell'accesso ai servizi) e classificarle per tipologia e livello di impatto; redigere una relazione tecnica con proposte migliorative; valutare l'accessibilità delle strutture ricettive lungo il percorso;
2. Utilizzo dei dispositivi beacon collegati alla piattaforma Art Place, per fornire contenuti digitali geolocalizzati su storia, cultura, punti di interesse, informazioni sull'accessibilità e supporto alla navigazione assistita.
3. Partecipazione per la promozione del Cammino dell'Unione all'interno della fiera FA LA COSA GIUSTA! principale evento italiano dedicato al consumo critico e agli stili di vita sostenibili. Lo spazio espositivo sarà progettato come punto informativo esperienziale, dedicato alla presentazione del cammino quale esempio virtuoso di turismo lento, inclusivo e a basso impatto ambientale nel territorio dell'Unione Terre di Castelli.
4. Proseguire con la promozione tramite Walk Plus, la piattaforma digitale (app e web) dedicata alla promozione dei cammini, percorsi e itinerari turistici in Italia. Permette di mappare, descrivere e valorizzare i percorsi a piedi, offrendo informazioni su tappe, punti di interesse, ospitalità e servizi utili ai camminatori. È pensata sia per i viaggiatori, che possono esplorare e seguire i cammini tramite GPS, sia per enti e territori, che possono inserire e promuovere i propri itinerari.

Ambito territoriale interessato:

Tutti i comuni di Unione Terre di Castelli e Valsamoggia (Bo)

Periodo di svolgimento delle azioni previste:

Si prevede che tutte le azioni siano svolte dal mese di marzo ed entro il mese di dicembre 2026.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti:

Il progetto rappresenta un'importante leva di sviluppo turistico territoriale, in quanto trasforma il Cammino dell'Unione in un itinerario accessibile, innovativo e riconoscibile, capace di ampliare e qualificare l'offerta turistica locale. L'iniziativa genera un incremento significativo dell'attrattività del territorio attraverso la

valorizzazione integrata di paesaggio, cultura, enogastronomia e borghi, rendendo tali risorse fruibili a un pubblico più ampio e diversificato, inclusi visitatori con esigenze specifiche di mobilità.

L'implementazione di percorsi accessibili e strumenti digitali avanzati favorisce un turismo slow e sostenibile, prolungando i tempi di permanenza dei visitatori e incentivando la scoperta capillare del territorio, con effetti diretti su strutture ricettive, ristorazione, servizi ed economia locale. Il Cammino, promosso come modello di accessibilità e inclusione, contribuisce inoltre a posizionare il territorio come destinazione di riferimento per il turismo responsabile e inclusivo, attirando nuovi flussi, incrementando le presenze e generando un impatto duraturo sulla reputazione e competitività dell'area.

2) Coerenza con gli obiettivi delle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027 e con il quadro di riferimento di cui alle premesse dell'Avviso PTPL 2026:

Il progetto risulta pienamente coerente con le Linee guida indicate.

Il nuovo itinerario che andrà ad integrare l'attuale del Cammino Unione, sarà inclusivo e accessibile, e progettato per accogliere persone con disabilità, famiglie con bambini e anziani, ampliandone il target di riferimento.

Si configura come un progetto di valorizzazione integrata del territorio Bologna–Modena, capace di valorizzare e promuovere castelli, borghi storici e luoghi identitari, oltre alle eccellenze enogastronomiche, sostenendo l'economia rurale, le filiere corte e la cultura agricola territoriale.

Contribuisce alla destagionalizzazione dei flussi turistici, con particolare vocazione ai mesi primaverili e autunnali, periodi ideali per godere dei paesaggi collinari e appenninici.

In autunno, nel particolare, la magia del foliage arricchisce l'esperienza del cammino, offrendo atmosfere suggestive e un richiamo naturale forte per i camminatori interessati al turismo lento, contemplativo e paesaggistico.

3) Descrizione puntuale degli obiettivi e dei mercati e della coerenza interna rispetto alle azioni e ai costi:

L'iniziativa si rivolge a un mercato turistico ampio e diversificato (nazionale ed estero), composto sia da camminatori e turisti slow, sia da persone con esigenze di accessibilità, promuovendo un modello di turismo sostenibile, partecipato e inclusivo. In tal modo, contribuisce ad ampliare il bacino di visitatori, fidelizzare nuove tipologie di pubblico e rafforzare l'attrattività del territorio.

La coerenza interna del progetto è garantita dall'insieme delle azioni previste — analisi tecnica del percorso, identificazione e mappatura delle criticità, definizione di soluzioni operative e valutazione delle strutture ricettive da una parte, e dall'altra la promozione alla fiera dedicata ai cammini e turismo lento “Fai La Cosa Giusta” — e tutto integrato con sistemi digitali - beacon informativi e app (Art Place e Walkplus), per un supporto innovativo alla fruizione accessibile. Ogni attività è funzionale agli obiettivi e giustificata rispetto ai costi, assicurando un intervento strategico, efficace e sostenibile volto a garantire accessibilità e incremento della qualità dell'offerta turistica territoriale.

Fondamentale rispetto ad azioni e costi, è l'attività svolta dall'associazione del Camino dell'Unione, partner integrante dell'Unione Terre di Castelli, che collabora attivamente a tutte le iniziative legate alla valorizzazione, promozione e gestione del percorso. Oltre alla manutenzione della segnaletica e dei tratti di cammino, al coordinamento dei volontari e alla promozione, svolge un ruolo fondamentale nella condivisione del progetto con la cittadinanza, favorendo la partecipazione attiva di residenti, associazioni e operatori turistici locali.

Questo coinvolgimento contribuisce a rafforzare il senso di appartenenza al territorio, a promuovere la cura collettiva dei luoghi e a far percepire il Cammino dell'Unione come un bene comune, risultato di un impegno condiviso tra istituzioni e comunità, contribuendo ad una maggiore efficacia ed efficienza dei progetti.

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

Non è previsto nessun impatto ambientale

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

Il nuovo tracciato sarà progettato a cura di Free Wheels ODV, secondo standard di accessibilità internazionale ed inclusione sociale: persone con disabilità partecipano come utenti, e come co- progettisti/tester del percorso; si promuove l'autonomia e l'indipendenza di tutti.

L'utilizzo di tecnologie come i beacon e l'app ArtPlace, consentiranno ai viandanti di ricevere informazioni utili e geolocalizzate lungo il percorso (orientamento, contenuti culturali, sicurezza), potenziando autonomia e fruibilità anche per persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive.

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

Si tratta di un progetto innovativo e inedito, che mira a integrare l'itinerario attuale del Cammino dell'Unione con un percorso pienamente accessibile.

7) Produzione e messa e disposizione del Territorio Turistico di materiale foto e video, anche realizzato con drone:

Unione Terre di Castelli dedica annualmente un budget per realizzare servizi fotografici nell'ambito della promozione turistica del territorio. Assolutamente disponibili a mettere a disposizione il materiale foto e video.

In caso siano previste azioni di promozione istituzionale in occasione di fiere turistiche, organizzazione di press tour e educational tour e altre attività similari organizzate di propria iniziativa e non rientranti nel piano del Territorio Turistico di Bologna-Modena e/o di Apt Servizi, puntuale motivazione sull'opportunità di tali azioni:

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

La partecipazione del Cammino dell'Unione alla fiera Fa' la Cosa Giusta! di Milano, si inserisce in piena coerenza con le strategie di promozione turistica adottate dagli enti sopra indicati, in particolare APT Servizi Emilia-Romagna, che da anni valorizza i cammini regionali anche attraverso la presenza alla medesima manifestazione. L'iniziativa, pertanto, si integra e contribuisce a rafforzare le politiche territoriali dedicate al turismo lento, sostenibile e accessibile.

Breve report dell'edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità (solo per progetti ricorrenti già presentati nelle scorse edizioni del PTPL):

La partecipazione alla fiera Fa' la Cosa Giusta! — consolidata da due anni — ha rappresentato un importante strumento di promozione del Cammino dell'Unione estremamente positivo, tra i contatti raccolti e la loro qualità (target coerente, potenziali partner, buyer, media), la visibilità ottenuta attraverso il numero di visitatori, la copertura mediatica e l'attività sui social, il coinvolgimento del pubblico nelle attività proposte e i feedback ricevuti, oltre all'impatto sull'immagine del brand e le collaborazioni avviate.

Proprio dall'ultima edizione è nata l'idea progettuale con l'associazione Free Wheels ODV del presente progetto.

Inoltre nell'ultima edizione (2025) è nata l'opportunità di attivare una collaborazione con l'Ente Parchi Emilia Centrale, con l'obiettivo di condividere due spazi espositivi nella prossima edizione, ampliando così la visibilità dei rispettivi progetti (Cammino dell'Unione, sentieristica Area Protetta e CETs).

Criteri e modalità di riscontro dei risultati:

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

Ideazione progettuale di nuovo itinerario in 5/7 tappe accessibile da integrare all'attuale itinerario del Cammino dell'Unione	Conclusione entro il 31.12.2026
Partecipazione a Fa la Cosa Giusta di Milano	Numero visitatori e qualità (target coerente, potenziali partner, media)
Monitoraggio	costante controllo sulla realizzazione e rispetto tempistica per le azioni di progetto

TOTALE SPESE PREVISTE: € 14.664,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: 14.664,00

PUNTEGGIO: 76

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

2) UNIONE COMUNI MODENESI AREA NORD - BELLA BASSA BECOMES SMART

P.G. n. 38675/2025

P.G. n. 40531/2025

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

/

Descrizione sintetica

Bella Bassa Becomes Smart è un progetto innovativo di digitalizzazione integrata che nasce con l'obiettivo di promuovere e migliorare la fruizione del patrimonio culturale e paesaggistico del territorio dell'Unione Comuni Modenesi Area Nord (Camposanto, Cavezzo, Concordia sulla Secchia, Finale Emilia, Medolla, San Felice sul Panaro, San Possidonio, San Prospero). Il progetto, basato sulla piattaforma tecnologica Artplace, mira a rendere più accessibili, coinvolgenti e sostenibili i percorsi di visita del territorio, attraverso un sistema diffuso di dispositivi intelligenti che connettono i visitatori ai luoghi, alle storie e alle identità locali.

Gli obiettivi principali di Bella Bassa Becomes Smart sono i seguenti:

- implementare l'accessibilità culturale dei contenuti;
- ampliare il bacino dei pubblici, integrandoli tra visite di prossimità e un servizio di tipo turistico;
- migliorare l'esperienza di visita (user experience);
- accogliere dati statistici anonimi su flussi, tempi di permanenza e spostamenti.

Il progetto consiste nell'installazione, nel territorio dei citati Comuni dell'Unione Comuni Modenesi Area Nord di circa 200 dispositivi beacon, distribuiti nei principali punti d'interesse culturale e naturalistico, negli IAT diffusi e lungo i principali cammini e percorsi ciclopedonali, come la Via Romea Germanica Imperiale, la Romea Strata e la Ciclovia del Sole. Questa rete tecnologica renderà il territorio accessibile e "narrato" in tempo reale, accompagnando i visitatori in un'esperienza di scoperta personalizzata e interattiva.

La tecnologia utilizzata è iBeacon, piccoli trasmettitori Bluetooth Low Energy (BLE) a basso costo e consumo energetico, capaci di funzionare per anni con una singola batteria. Grazie alle loro dimensioni ridotte, possono essere installati in modo non invasivo su pali della luce o segnaletica esistente. Quando un visitatore con Bluetooth attivo si avvicina a un beacon, riceve una notifica che permette di accedere ai contenuti collegati al punto d'interesse. Ogni dispositivo è collegato a un pannello di controllo personalizzato, a cui i Comuni e l'Unione potranno accedere per aggiornare in autonomia i contenuti, testuali, fotografici, audio o video, integrati fino a quattro lingue diverse.

L'esperienza di visita innovativa è così strutturata: il visitatore presso il territorio trova una targa che segnala la presenza della piattaforma e scarica gratuitamente l'app Artplace sul proprio smartphone. Attraverso una mappa dinamica, può consultare tutti i punti di interesse digitalizzati e, avvicinandosi a ciascuno di essi,

ricevere sul proprio dispositivo notifiche push con informazioni, audio, video e contenuti multimediali. Raggiunto il punto di interesse, potrà accedere a materiali di approfondimento sulla storia e l'importanza del luogo, per poi proseguire la visita verso altri siti di interesse. Questo sistema, basato sul principio della Smart City, offre un'esperienza fluida, intuitiva e inclusiva, in grado di unire fruizione fisica e digitale del patrimonio, incentivando la permanenza dei visitatori e la conoscenza diffusa del territorio.

L'uso dei beacon rappresenta anche un importante passo avanti in termini di accessibilità. La tecnologia permette di fornire informazioni geolocalizzate e personalizzabili per persone con disabilità visive, uditive o motorie, offrendo contenuti vocali, descrittivi o visivi a seconda delle esigenze. Inoltre, l'adozione della modalità Bring Your Own Device (BYOD) — cioè l'utilizzo del proprio smartphone — elimina costi di gestione e igienizzazione delle audioguide tradizionali, garantendo al contempo sicurezza e comfort.

Oltre a migliorare la fruizione, Bella Bassa Becomes Smart rappresenta uno strumento strategico in quanto permette di raccogliere dati statistici anonimi su flussi, tempi di permanenza e spostamenti, fornendo strumenti preziosi per la pianificazione e la promozione turistica basata su dati reali: le analytics raccolte dai dispositivi consentono infatti di monitorare i flussi di visita e costruire modelli predittivi utili per la pianificazione territoriale, lo sviluppo di nuovi itinerari e la creazione di campagne di comunicazione mirate. L'intero progetto si inserisce in una prospettiva di Smart Community, in cui i dati diventano leva di conoscenza e sviluppo sostenibile, favorendo la nascita di modelli di business virtuosi e sinergie tra enti, operatori turistici e cittadini. Infine, attraverso notifiche geolocalizzate e contenuti multimediali, i visitatori possono ricevere inviti a eventi, informazioni su percorsi tematici o promozioni dei negozi del centro storico.

L'app, disponibile in più lingue, amplia l'accessibilità anche ai turisti stranieri e alle comunità non italofone, rafforzando la mediazione culturale e il senso di appartenenza al territorio.

Bella Bassa Becomes Smart coniuga innovazione tecnologica, accessibilità, sostenibilità e valorizzazione culturale. Un progetto che trasforma la "Bassa" in un territorio sempre più connesso, accogliente e intelligente in cui le attrazioni culturali, il paesaggio e le persone dialogano attraverso la tecnologia per generare nuove esperienze di conoscenza e comunità.

Azioni:

1. Mappatura delle attrazioni e raccolta dei contenuti: attività di ricognizione e mappatura dei punti di interesse (beni culturali, luoghi della memoria, emergenze architettoniche, itinerari naturalistici, cammini e ciclovie) presenti nei territori dei Comuni aderenti, oltre alla raccolta ed eventuale redazione dei testi descrittivi. I contenuti saranno strutturati in modo uniforme per tutti i Comuni, così da garantire una narrazione coerente e riconoscibile della "Bella Bassa", valorizzando gli elementi identitari condivisi.
2. Posizionamento dei dispositivi iBeacon, cartelli e vetrofanie: fase operativa di infrastrutturazione digitale del territorio. Saranno installati circa 200 dispositivi iBeacon in prossimità dei principali punti d'interesse culturale e naturalistico, presso gli IAT diffusi, le attrazioni principali e lungo i cammini e percorsi ciclopedinali (Via Romea Germanica Imperiale, Romea Strata, Ciclovia del Sole). L'intervento sarà accompagnato dal posizionamento di cartelli informativi e vetrofanie che segnalieranno ai visitatori la presenza del sistema digitale e la possibilità di accedere ai contenuti multimediali tramite smartphone. I dispositivi saranno collocati secondo criteri di basso impatto ambientale, utilizzando strutture esistenti come pali della luce, segnaletica o arredi urbani, e saranno alimentati da batterie a lunga durata, nel rispetto dei principi di sostenibilità.
3. Inserimento dei contenuti nella piattaforma Artplace: si procederà poi con l'inserimento e l'organizzazione dei contenuti digitali all'interno della piattaforma Artplace, che costituisce il cuore tecnologico del progetto. La piattaforma consentirà ai visitatori di accedere, tramite smartphone, a schede informative, contenuti multimediali e percorsi tematici in italiano e in più lingue. Artplace, basata su tecnologia iBeacon e su logiche di Internet of Things (IoT), permetterà una fruizione personalizzata e interattiva, trasformando la visita in un'esperienza immersiva e dinamica.
4. Divulgazione, comunicazione e promozione: questa azione mira a diffondere la conoscenza e l'utilizzo dell'app Artplace e a promuovere l'immagine unitaria della "Bella Bassa" come territorio digitale e sostenibile, prevedendo attività di presentazione pubblica del progetto e momenti formativi per operatori IAT, Pro Loco e soggetti locali, una campagna di comunicazione coordinata (online e offline) per favorire il download e l'utilizzo dell'app, oltre ad azioni promozionali integrate sui canali web, social e media locali, in collaborazione con APT Servizi Emilia-Romagna e gli enti turistici di area vasta.
5. Monitoraggio e analisi dei dati: utilizzo del sistema di raccolta dati anonimizzati forniti dai beacon per analizzare i flussi di visita, i tempi di permanenza e le aree più frequentate.

Ambito territoriale interessato:

Unione dei Comuni Modenesi Area Nord (Comuni di Camposanto, Cavezzo, Concordia sulla Secchia, Finale Emilia, Medolla, San Felice sul Panaro, San Possidonio, San Prospero)

Periodo di svolgimento delle azioni previste:

Febbraio-dicembre 2026

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti:

Gli otto Comuni dell'Unione dei Comuni Modenesi Area Nord stanno da tempo investendo energie, competenze e risorse per costruire una nuova immagine coordinata della Bassa Modenese, valorizzandone il paesaggio rurale, la cultura diffusa e l'identità accogliente. Questo percorso condiviso si è concretizzato nel progetto "Bella Bassa", nato con l'obiettivo di fornire ai visitatori tutte le informazioni utili per "attraversare" e scoprire il territorio al meglio, promuovendo un turismo lento, sostenibile e autentico.

Nel giugno 2025, il progetto ha compiuto un passo decisivo verso la sua piena operatività grazie all'ingresso nella rete di sedici IAT diffusi, che insieme alle Pro Loco locali ampliano la capacità di accoglienza e di informazione del territorio. Questa rete di operatori, formata e coordinata, rappresenta oggi un presidio diffuso di accoglienza turistica, capace di offrire informazioni aggiornate, suggerimenti di visita, itinerari personalizzati e servizi di supporto alla mobilità dolce. Con la nuova fase del progetto, denominata Bella Bassa Becomes Smart, l'Unione compie un ulteriore passo verso la trasformazione digitale e l'innovazione sostenibile, rendendo la "Bella Bassa" una Smart Destination capace di coniugare tecnologia, accessibilità e valorizzazione del patrimonio locale. L'obiettivo è quello di rendere la Bassa Modenese sempre più riconoscibile e fruibile, sia dal punto di vista turistico che identitario, consolidando un modello di sviluppo territoriale inclusivo e innovativo.

Il progetto Bella Bassa Becomes Smart possiede una valenza turistica strategica in quanto introduce nel territorio dell'Unione Comuni Modenesi Area Nord un sistema digitale integrato capace di potenziare concretamente l'attrattività e la competitività turistica del comprensorio.

1. Attraverso l'infrastrutturazione tecnologica basata sulla piattaforma Artplace e sulla rete di circa 200 dispositivi iBeacon, il progetto consente di valorizzare in modo diffuso e innovativo il patrimonio culturale, ambientale e paesaggistico dell'area, migliorando l'accessibilità, la visibilità e la fruizione delle risorse locali;

2. grazie a una mappatura capillare dei punti di interesse, dai centri storici ai cammini, dalle emergenze naturalistiche ai luoghi della memoria, l'iniziativa favorisce la costruzione di un sistema territoriale interconnesso e riconoscibile, in grado di offrire al visitatore un'esperienza di visita personalizzata, interattiva e coerente con i principi del turismo sostenibile e intelligente (smart tourism).

3. L'utilizzo della tecnologia iBeacon, che consente di ricevere contenuti multimediali e informazioni geolocalizzate direttamente sul proprio smartphone, rende il territorio più accessibile, leggibile e attrattivo, facilitando la scoperta di luoghi meno conosciuti e contribuendo così alla destagionalizzazione e alla diffusione dei flussi turistici.

In questo modo il progetto non si limita a promuovere le mete più note, ma incentiva la fruizione dell'intero territorio, generando ricadute economiche e occupazionali diffuse a beneficio di operatori, attività ricettive, esercizi commerciali e servizi culturali;

4. Il progetto ha inoltre una forte valenza di marketing territoriale: la piattaforma Artplace consente infatti di raccogliere dati e statistiche anonime sui comportamenti e gli spostamenti dei visitatori, fornendo all'Unione e ai singoli Comuni strumenti analitici per orientare strategie di promozione mirate e basate su evidenze (data driven tourism management);

5. Il progetto contribuisce in modo diretto a incrementare la permanenza media dei visitatori, stimolandoli a prolungare il proprio soggiorno per esplorare nuovi itinerari e punti di interesse suggeriti dall'applicazione, e a rafforzare l'immagine complessiva della Bassa modenese come destinazione turistica contemporanea, sostenibile e innovativa.

2) Coerenza con gli obiettivi delle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027 e con il quadro di riferimento di cui alle premesse dell'Avviso PTPL 2026:

Il progetto Bella Bassa Becomes Smart dimostra elevata coerenza con gli orientamenti strategici regionali 2025-2027, nello specifico nei seguenti punti:

1. consolidare il mercato nazionale e potenziare i flussi internazionali;
2. accrescere la qualità del prodotto turistico e la sua brand awareness;
3. sviluppare nuovi prodotti turistici con alto indice di appeal internazionale, inclusivi e sostenibili;
4. rafforzare l'ecosistema digitale del turismo regionale e favorire l'adozione di tecnologie innovative;
5. favorire l'accessibilità e la mobilità su tutto il territorio regionale.

Il progetto si integra quindi nelle linee guida triennali di riferimento, puntando su elementi distintivi del comprensorio (cammini, ciclovia, beni diffusi) che risultano compatibili con le priorità del PTPL, offrendo una piattaforma e infrastruttura che può essere utilizzata come strumento di promozione, commercializzazione e fruizione. Contribuisce a costruire un'offerta turistica più accessibile, fruibile e attrattiva anche per target internazionali e generazioni digital native, conforme al target regionale indicato nelle Linee guida.

3) Descrizione puntuale degli obiettivi e dei mercati e della coerenza interna rispetto alle azioni e ai costi:

Il progetto per l'Unione Comuni Modenesi Area Nord si propone i seguenti obiettivi specifici, coerenti con l'orizzonte triennale e l'ambito di riferimento:

1. Incrementare il numero di presenze turistiche nel comprensorio, stimolando flussi verso aree non ancora pienamente valorizzate, favorendo la permanenza media del visitatore;
2. Migliorare la qualità dell'esperienza di visita, attraverso una fruizione digitale integrata, multimediale e personalizzata del patrimonio culturale e paesaggistico;
3. Ampliare il bacino di pubblico includendo nuovi segmenti (nazionali e internazionali), target "esperienziali", "attivi", persone con disabilità o mobilità ridotta, famiglie, cicloturisti;
4. Rafforzare il posizionamento del territorio dell'Unione dei Comuni Modenesi Area Nord come destinazione turistica sostenibile, smart e accessibile, aumentando la sua attrattività;
5. Raccogliere dati e costruire capacità analitiche per monitorare il comportamento dei visitatori, ottimizzare l'offerta e orientare decisioni strategiche, in linea con un approccio data-driven;
6. Promuovere inclusione e accessibilità, offrendo contenuti multilingue, itinerari accessibili e strumenti digitali che facilitino la fruizione anche da parte di persone con esigenze specifiche;
7. Favorire la diffusione territoriale dei benefici, coinvolgendo tutti i comuni dell'Unione, i percorsi extra-urbani, i cammini, i punti d'interesse meno conosciuti, contribuendo alla delocalizzazione dei flussi turistici.

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

Il progetto si pone innanzitutto l'obiettivo di incentivare forme di turismo a piedi e in bicicletta, promuovendo itinerari ciclo-pedonali, cammini e percorsi naturalistici, in coerenza con le strategie regionali di riduzione delle emissioni, dei Piani locali adottati in tutta la bassa modenese per il Clima e l'Energia, i PAESC e dei riconoscimenti al progetto nazionale Comuni Ciclabili di FIAB (Federazione Italiana Ambiente e Bicicletta). La piattaforma Artplace e l'uso dei dispositivi iBeacon consentono di ridurre in modo significativo la produzione di materiali cartacei tradizionalmente impiegati per la promozione turistica (brochure, mappe, dépliant). Le informazioni, i contenuti multimediali e le mappe interattive saranno fruibili in formato digitale tramite smartphone e tradotti in quattro lingue.

La tecnologia utilizzata per il progetto, ossia i dispositivi iBeacon, sono non invasivi e a bassissimo consumo energetico, funzionano con batterie a lunga durata (fino a 2-3 anni) e non richiedono cablaggi né interventi edilizi, vengono installati su supporti esistenti (pannelli, arredi urbani, segnaletica), evitando nuove opere o modifiche al suolo e sono rimovibili, riutilizzabili e facilmente manutenibili, riducendo al minimo i rifiuti elettronici.

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

Il progetto mira ad integrare in modo multimediale i principi del turismo accessibile e inclusivo, valorizzando le potenzialità della tecnologia digitale per migliorare l'esperienza di visita di persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive, per poter garantire a tutti i visitatori la possibilità di fruire del patrimonio culturale e paesaggistico dell'Unione Comuni Modenesi Area Nord, in condizioni di autonomia, comfort e sicurezza. La

piattaforma è multilingue (italiano, inglese, francese, tedesco) e consente di ampliare l'accessibilità anche a visitatori stranieri o appartenenti a comunità linguistiche diverse, favorendo inclusione e mediazione interculturale. Attraverso la struttura Artplace è possibile integrare la fruizione del territorio con foto, audio e video, anche sottotitolati, già realizzati dal territorio. L'applicazione permette per ogni punto descritto, la realizzazione di una descrizione con tag all'accessibilità del luogo.

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

Il progetto rappresenta un'iniziativa inedita per l'Unione Comuni Modenesi Area Nord, sia per l'approccio metodologico che per la tecnologia applicata alla valorizzazione del patrimonio culturale e ambientale. L'innovazione non risiede soltanto nell'introduzione di strumenti digitali, ma nella creazione di una rete capace di integrare cultura, turismo, accessibilità e sostenibilità ambientale in un'unica piattaforma interoperabile e di rendere più forte l'identità di destinazione turistica che il territorio sta cercando di costruire, attraverso il progetto Bella Bassa.

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

- foto/video: creazione di un data base fotografico e di video per ogni punto, condivisibili con il Territorio Turistico, per azioni di promozione futura
- drone

In caso siano previste azioni di promozione istituzionale in occasione di fiere turistiche, organizzazione di press tour e educational tour e altre attività similari organizzate di propria iniziativa e non rientranti nel piano del Territorio Turistico di Bologna-Modena e/o di Apt Servizi, puntuale motivazione sull'opportunità di tali azioni:

Non sono previste azioni di promozione istituzionali indipendenti dal piano del Territorio Turistico Bologna-Modena e/o di APT Servizi

Eventuale integrazione con progetti di promozione turistica promossi da altri enti sovraordinati, come ad esempio Apt Servizi, Regione Emilia-Romagna o Territorio Turistico Bologna-Modena: Migliorie attrattive del territorio, in linea con la strategia di destinazione

Breve report dell'edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità (solo per progetti ricorrenti già presentati nelle scorse edizioni del PTPL):

Progetto presentato per la prima volta

Criteri e modalità di riscontro dei risultati:

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Mappatura delle attrazioni e raccolta testi	Numero di punti di interesse mappati; numero di testi multimediali elaborati (foto, audio, video); percentuale di copertura territoriale rispetto al totale dei comuni coinvolti.
Posizionamento di iBeacon, cartelli e vetrofanie	Numero di dispositivi iBeacon installati; numero di cartelli/vetrofanie posizionate; conferma della messa in opera con report fotografico.

Inserimento all'interno dell'app Artplace	Numero di contenuti caricati sull'app (schede, lingue)
---	--

TOTALE SPESE PREVISTE: € 28.304,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 28.304,00

PUNTEGGIO: 56

FASCIA DI VALUTAZIONE: BASSA

3) COMUNE DI MODENA - PIANO DI PROMOZIONE PER RAFFORZARE L'IMMAGINE TURISTICA DI "MODENA" (intero territorio provinciale)

P.G. n. 38751/2025

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

/

Descrizione sintetica:

Il progetto prevede la realizzazione di un piano di promozione turistica attraverso un set di azioni strategiche, creative e di PR/Ufficio Stampa, orientate alla promozione delle iniziative e d'esperienze che è possibile nel territorio, l'attività promozionale si svilupperà soprattutto durante il periodo autunno- inverno. Il piano darà inoltre continuità ai progetti di marketing e comunicazione già realizzati in questi ultimi anni dall'Amministrazione Comunale a favore dell'intero territorio. Verrà utilizzato uno storytelling coinvolgente per creare un legame emotivo con il territorio e i suoi prodotti, promuovendo un'immagine autentica e attraente, infatti il progetto ha come obiettivo strategico il rafforzamento dell'immagine turistica del territorio "Modena" in sinergia e in supporto alle azioni che vengono attuate dalla DMO del territorio modenese in coerenza con gli obiettivi in materia di prodotti e mercati fissati dalle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale, nonché con la strategia contenuta nel Programma di Promo-Commercializzazione Turistica (PPCT) 2026.

Il piano di Promozione avrà la finalità di valorizzare le esperienze che si possono vivere nel territorio collegate ai relativi prodotti turistici, favorendone una narrazione autentica che farà emergere le eccellenze del territorio.

Il progetto ha l'obiettivo di promuovere le seguenti linee di prodotto

City Break

Cultura

Outdoor Active & Slow

Natura e benessere

Food&Wine

Special interest - Motori

Sport

MICE

Tutta la strategia sarà finalizzata allo sviluppo orizzontale dell'offerta partendo dalla città quale "Hub" di accesso turistico e connettendo l'offerta e le esperienze con il territorio provinciale su linee tematiche che possano generare soggiorni più lunghi, con una maggiore ricaduta dell'economia turistica e sul suo indotto. In questa direzione sarà posta particolare attenzione ad accrescere la consapevolezza negli operatori locali rispetto alle potenzialità turistiche del territorio.

Il piano di promozione turistica della città di Modena e del territorio modenese metterà al centro il portale turistico www.visitmodena.it e prevederà una campagna redazionale sui social del sito.

Infatti, il portale visitmodena.it ha efficacemente ampliato l'ambito di promozione a tutto il territorio provinciale in una visione più ampia del brand di destinazione ed anche in riferimento alle progettualità del Territorio Turistico Bologna - Modena.

Il mercato di riferimento sarà principalmente l'Italia, con l'obiettivo di intercettare nuovi bacini di domanda prospettica, potenzialmente sensibile nei confronti della destinazione.

Nel merito gli obiettivi specifici sono i seguenti:

- potenziare l'immagine del brand turistico di Modena, inteso come territorio, e dei suoi prodotti identitari sul mercato italiano;
- consolidare la collaborazione tra IAT del territorio e i principali poli turistici e qualificare le relazioni fiduciarie con lo IAT-R di Modena;
- coordinare strategicamente l'informazione e la promozione con le azioni di promo-commercializzazione di luoghi, esperienze, prodotti, sistema della ricettività e ristorazione.

Il progetto sarà attuato, come avvenuto per le altre campagne, in stretto coordinamento con la DMO del territorio Provincia Modena.

Azioni:

1. Definizione della strategia di comunicazione multiplattaforma e conseguente pianificazione mezzi incentrata sull'analisi particolareggiata dei vari segmenti turistici target prescelti (età, interessi, elementi di profilo), definizione del concept generale di comunicazione e declinazione operativa per i differenti target obiettivo, delle dinamiche di coinvolgimento dei differenti pubblici, degli strumenti utilizzati (ad esempio, content marketing, online advertising, social media marketing, digital PR). La strategia di comunicazione prevederà azioni di affinamento e ridefinizione degli strumenti del piano in funzione dell'analisi dei risultati e dell'evoluzione delle dinamiche turistiche.
2. Realizzazione del piano attraverso la programmazione di inserzioni, pubblicazioni e campagne di advertising nei diversi canali e mezzi di comunicazione online e offline. Tali attività verranno affiancate da una attività di ufficio stampa per organizzazione di una conferenza stampa di lancio della campagna e diffusione di comunicati stampa durante lo svolgimento.
3. Monitoraggio: individuazione di un serie di indicatori di valutazione; definizione della periodicità delle misurazioni.

Ambito territoriale interessato:

L'ambito territoriale interessato è tutto il territorio provinciale, con particolare attenzione all'ambito Modena e pianura.

Periodo di svolgimento delle azioni previste:

Autunno – Inverno 2026

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti:

Il progetto mira a potenziare, attraverso campagne promozionale di brand awareness, l'immagine turistica del territorio modenese in collegamento agli elementi identitari culturali e ai prodotti di eccellenza che distinguono il territorio e la regione. La progettualità sarà condivisa con la DMO, le associazioni di categoria rappresentanti l'anima del tessuto di offerta formato dai privati per condividere informazioni sulle azioni e stimolare in questo modo la creazione di un'offerta adeguata ed inerente alle linee strategiche. Questo processo è ritenuto di fondamentale importanza per fare in modo che gli investimenti pubblici e quelli privati procedano parallelamente in una unica visione strategica, finalizzata ad incrementare essenzialmente il numero delle presenze e la permanenza dei turisti.

2) Coerenza con gli obiettivi delle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027 e con il quadro di riferimento di cui alle premesse dell'Avviso PTPL 2026: Aderenza ai mercati e ai prodotti

Le linee guida 2025-2027 indicano che si dovrà continuare a consolidare e rafforzare il mercato nazionale, rafforzate le azioni di fidelizzazione sui profili di clientela conquistati in questi ultimi anni, capitalizzare i valori turistici-identitari, intendendo con ciò la necessità di sfruttare al massimo la loro essenza comunicativa, comprendendo tutti quei prodotti, territori e peculiarità che rendono unica la regione e la identificano sulla mappa turistica.

Il progetto è perfettamente aderente a questa indicazione strategica rivolgendosi principalmente al mercato italiano, mantenendo le attività di visibilità dei prodotti core unitamente ad una spinta sempre più consistente

nell'innalzamento qualitativo dell'offerta, proponendosi grazie a prodotti/offerte con alto indice di esperienzialità e trattandosi di un progetto che abbraccia tutte le linee di offerta.

3) Descrizione puntuale degli obiettivi e dei mercati e della coerenza interna rispetto alle azioni e ai costi:

In base all'esperienza maturata nel corso degli anni, le azioni e i costi preventivati sono perfettamente coerenti con il mercato individuato (Italia, regioni del nord e centro Italia) e gli obiettivi prefissati (destagionalizzazione e incremento delle presenze durante i week end).

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

In linea generale il piano di comunicazione non prevede la stampa di materiale cartaceo in quanto verranno privilegiati canali di comunicazione online, spot radiofonici o televisivi.

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

La campagna di comunicazione veicolerà tramite il sito visitmodena tutte le informazioni necessarie e utili a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive per usufruire delle esperienze e dei servizi promossi, questo grazie anche alle informazioni sull'accessibilità dei principali luoghi di interesse turistico raccolte e mappate con il progetto "Modena per tutti" che ha ricomprese circa 35 luoghi turistici di tutta la provincia.

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

Per la realizzazione del piano è intenzione affidare il servizio ad una o più agenzie di comunicazione. Il servizio dovrà ricoprendere la formulazione della creatività, del concept nonché la fornitura di contenuti - testi, post, foto, riprese con i droni, video promozionali, spazi editoriali online (landig page, minisiti, ecc.) - che dovranno essere caratterizzati da un elevato livello di innovatività.

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

Per la realizzazione della campagna di comunicazione è prevista la realizzazione di shooting fotografici, spot video promozionali riprese con i droni e altri materiali promozionali: grafiche dei visual es (banner statici e dinamici e native per adv on line) che verranno messi a disposizione del territorio Turistico.

In caso siano previste azioni di promozione istituzionale in occasione di fiere turistiche, organizzazione di press tour e educational tour e altre attività similari organizzate di propria iniziativa e non rientranti nel piano del Territorio Turistico di Bologna-Modena e/o di Apt Servizi, puntuale motivazione sull'opportunità di tali azioni:

NON PREVISTE

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

Il progetto verrà attuato dal Comune di Modena e proseguirà, rafforzandola, la strategia di comunicazione territoriale capace di valorizzare le eccellenze di tutto territorio provinciale verrà elaborato in modo assolutamente complementare alle azioni dell'Agenzia di promozione regionale e condiviso con il Territorio Turistico BO-MO.

Breve report dell'edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità (solo per progetti ricorrenti già presentati nelle scorse edizioni del PTPL):

Piano di promozione nuovo.

Criteri e modalità di riscontro dei risultati:

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Definizione della strategia e del concept creativo.	Corretta definizione di KPI sui quali si è definita la strategia per la generazione di nuove opportunità.
Realizzazione del piano	Analisi con cadenza quindicinale dell'andamento della presenza online e delle performance stabilite, monitorando in modo proattivo il raggiungimento degli obiettivi strategici.
Monitoraggio.	Controllo continuativo degli indicatori individuati nella definizione della strategia con reportistica mensile.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 40.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 40.000,00

PUNTEGGIO: 88

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

4) COMUNE DI CARPI- CARPI E LE SUE ECCELLENZE. SAPERI E SAPORI TRA ARTE, CULTURA E TERRITORIO

P.G. n. 38759 /2025

P.G. n. 41287/2025 e P.G. n. 41448/2025

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

/

Descrizione sintetica:

Il progetto “Carpi e le sue Eccellenze. Tra arte e gusto, la città da gustare e vivere” nasce con l’obiettivo di valorizzare e promuovere la città di Carpi come destinazione culturale e turistica di qualità, attraverso un insieme di esperienze che intrecciano arte, teatro, territorio ed enogastronomia locale.

L’iniziativa mira a costruire un racconto contemporaneo e autentico del patrimonio cittadino, mettendo in risalto le tradizioni, le produzioni tipiche e il dialogo costante tra cultura e gusto.

Il progetto si articola in più azioni coordinate.

Un evento cicloturistico dedicato al turismo slow accompagnerà visitatori e cittadini alla scoperta del territorio carpigiano, dei suoi paesaggi rurali e delle eccellenze gastronomiche locali. La mobilità sostenibile diventa così strumento di conoscenza, partecipazione e scoperta, favorendo un turismo attento all’ambiente e alle identità territoriali.

Seguirà un evento dedicato ai prodotti De.Co., volto a celebrare e far conoscere le Denominazioni Comunali come simbolo di qualità e tradizione. Produttori, ristoratori e artigiani del gusto saranno protagonisti di degustazioni, laboratori e showcooking, offrendo al pubblico un’esperienza diretta del saper fare carpigiano.

Nei Musei di Palazzo dei Pio, all’interno della mostra “Non di solo pane” verranno effettuate visite esperienziali che racconteranno le eccellenze enogastronomiche del Rinascimento, proponendo un percorso immersivo tra storia, arte e convivialità di corte. Attraverso opere, oggetti, ricette e ricostruzioni multimediali, il visitatore potrà riscoprire la ricchezza del patrimonio culturale locale e le radici storiche del gusto emiliano.

La promozione e comunicazione del progetto saranno amplificate da un real con influencer, che racconterà in chiave contemporanea l'esperienza di visita a Carpi, e da un press tour riservato a giornalisti e content creator dei settori turismo e cultura. Il press tour intreccerà arte, gusto e spettacolo, culminando in un importante evento teatrale di musica classica al Teatro Comunale, simbolo della vivacità artistica e culturale della città. Attraverso un linguaggio visivo moderno, una rete di collaborazioni locali e una narrazione condivisa, il progetto intende rafforzare l'immagine di Carpi come città da vivere e da gustare, dove la cultura incontra i sapori e il turismo diventa esperienza autentica, sostenibile e di qualità.

Azioni:

1. Itinerari in bicicletta – “Pedalando tra Arte e Sapori”
2. Evento De.Co. – “Sapori di Carpi” e mostra “Non di Solo Pane”
3. Campagna social – “Carpi Experience”
4. Pubblicità attraverso stampa, radio, manifesti e materiale informativo
5. Press tour connesso a evento teatrale di musica classica

Ambito territoriale interessato:

Comune di Carpi

Periodo di svolgimento delle azioni previste: marzo – dicembre 2026

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti:

Il progetto possiede una forte valenza turistica grazie alla capacità di integrare esperienze culturali, artistiche ed enogastronomiche in grado di attrarre nuovi flussi di visitatori e destagionalizzare l'offerta turistica di Carpi. Attraverso eventi, itinerari cicloturistici e iniziative esperienziali, si punta ad ampliare la permanenza dei turisti, valorizzare le risorse locali e rafforzare il posizionamento della città come destinazione di turismo sostenibile e di qualità.

2) Coerenza con gli obiettivi delle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027 e con il quadro di riferimento di cui alle premesse dell'Avviso PTPL 2026:

Il progetto è pienamente coerente con le Linee guida regionali per la promo-commercializzazione turistica 2025–2027, in particolare per i seguenti indirizzi strategici:

- sviluppo del turismo esperienziale e sostenibile, in connessione con i temi del turismo slow, del cicloturismo e dell'enogastronomia
- promozione dell'identità territoriale e delle filiere locali attraverso la narrazione dei prodotti De.Co. e delle tradizioni rinascimentali;
- utilizzo di strumenti digitali e social media per la promozione coordinata e la comunicazione innovativa.

3) Descrizione puntuale degli obiettivi e dei mercati e della coerenza interna rispetto alle azioni e ai costi:

Obiettivi principali:

- Rafforzare l'immagine di Carpi come destinazione turistica di qualità, dove arte e gusto si fondono in un'esperienza autentica.
- Incrementare i flussi di visitatori nazionali ed esteri, favorendo l'aumento della permanenza media.
- Valorizzare i prodotti De.Co. e le produzioni tipiche locali come ambasciatori del territorio.
- Ampliare la visibilità digitale di Carpi attraverso influencer marketing, real social e press tour.

Mercati di riferimento (nazionale ed estero):

- Turismo culturale.
- Turismo slow e cicloturismo. Turismo enogastronomico.
- Pubblico interessato a eventi teatrali e musicali di rilievo.

Coerenza interna: Le azioni progettuali sono tra loro complementari: gli eventi sul territorio generano contenuti e occasioni di racconto per le campagne digitali e il press tour, mentre la comunicazione integrata — tramite social, stampa, radio e materiali informativi — assicura una visibilità ampia e coordinata.

La struttura dei costi riflette questa sinergia, con investimenti bilanciati tra esperienze, comunicazione e sostenibilità.

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

Il progetto adotta un approccio orientato alla sostenibilità ambientale, attraverso:

- promozione della mobilità dolce e del cicloturismo con itinerari dedicati;
- riduzione della stampa fisica grazie alla prevalenza di strumenti digitali per la diffusione informativa;
- promozione di prodotti locali a filiera corta e ridotto impatto ambientale;

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

Il progetto prevede azioni mirate a garantire la massima accessibilità e inclusione nelle attività proposte, favorendo la partecipazione di persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive.

Percorsi cicloturistici inclusivi, con tratti pianeggianti e possibilità di utilizzo di handbike ed e-bike, per un'esperienza accessibile a tutti.

Spazi espositivi e museali pienamente accessibili a persone con disabilità motorie. Alcune opere dispongono di didascalie in braille e di descrizione per la comprensione di strutture architettoniche e opere d'arte; sono inoltre previste visite sensoriali "bendate" per favorire un approccio esperienziale e inclusivo.

Materiali informativi accessibili, disponibili in formato digitale e redatti con linguaggio chiaro e semplificato, per agevolare la fruizione da parte di tutti i pubblici.

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

Il progetto si distingue per la sua capacità di integrare linguaggi tradizionali e digitali in un racconto unitario del territorio.

L'innovazione risiede nella sinergia tra esperienze culturali, cicloturistiche ed enogastronomiche, nella narrazione contemporanea attraverso influencer e storytelling multimediale, e nella connessione tra promozione turistica ed evento teatrale di musica classica, che trasforma l'esperienza culturale in un percorso partecipativo e immersivo capace di coinvolgere pubblici diversi.

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

- foto/video durante gli eventi enogastronomici e teatrale
- drone per la promozione dei percorsi cicloturistici

In caso siano previste azioni di promozione istituzionale in occasione di fiere turistiche, organizzazione di press tour e educational tour e altre attività similari organizzate di propria iniziativa e non rientranti nel piano del Territorio Turistico di Bologna-Modena e/o di Apt Servizi, puntuale motivazione sull'opportunità di tali azioni: /

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

Breve report dell'edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità (solo per progetti ricorrenti già presentati nelle scorse edizioni del PTPL): /

Criteri e modalità di riscontro dei risultati:

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
/	/

TOTALE SPESE PREVISTE: € 40.000,00
TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 40.000,00
PUNTEGGIO: 58
FASCIA DI VALUTAZIONE: BASSA

5) COMUNE DI SASSUOLO - TOUR SULLA VIA DEL DUCATO

P.G. n. 38762/2025
P.G. n. 41346 del 28/11/2025

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO
Comune di Pavullo

Descrizione sintetica:

Nel corso del 2025, il progetto “La Via del Ducato” ha visto la collaborazione tra il Comune di Sassuolo e il Comune di Pavullo nel Frignano per la valorizzazione della variante della storica Via Vandelli che congiunge i due comuni e le due rispettive residenze ducali: il Palazzo Ducale di Sassuolo, sontuosa residenza barocca, simbolo del fasto e della magnificenza estense, e il Palazzo Ducale di Pavullo nel Frignano, residenza ottocentesca immersa nel paesaggio appenninico e oggi sede di esposizioni e attività culturali. Questa prima fase ha posto le basi per una narrazione territoriale locale riconoscibile attraverso la definizione di un’immagine identitaria coordinata, la creazione di materiali informativi online o offline, l’ideazione di una campagna promozionale digitale condivisa e la produzione di gadget tematici da distribuire ai viandanti che percorrono il cammino.

Conclusa questa fase, l’intento per il 2026 è quello di consolidare la cooperazione e l’impegno dei due Comuni per promuovere attivamente questa nicchia di prodotto turistico, lavorando per trasformare l’itinerario in un’esperienza strutturata e chiaramente identificabile sotto il profilo culturale, turistico e territoriale, con il duplice obiettivo di attivare nuove sinergie tra gli operatori del settore e ampliare la platea di fruitori. In tale prospettiva, l’azione mira a consolidare La Via del Ducato come uno degli itinerari da sperimentare all’interno del territorio del Ducato Estense, restituendo centralità al valore dell’esperienza, del patrimonio culturale e del paesaggio nel tempo lento del cammino.

La programmazione per il 2026 intende, quindi, compiere un passo ulteriore verso una promozione esperienziale e partecipativa dell’itinerario e in questa direzione si colloca l’azione cardine del progetto: l’organizzazione di un Educational Tour, un’opportunità formativa fondamentale per trasmettere ai partecipanti una conoscenza diretta e una concreta consapevolezza del potenziale turistico dell’itinerario. Un viaggio esperienziale è uno strumento che prevede un focus pratico e narrativo, con visite guidate ai palazzi, momenti di trekking guidato, la conoscenza del tessuto associativo e dell’ospitalità locale, tutti elementi che permettono di apprezzare l’intersezione tra la dimensione del cammino e il patrimonio storico-culturale. Attraverso la partecipazione attiva e la sperimentazione in prima persona del cammino, i target group possono acquisire gli strumenti narrativi essenziali per divulgare, con la massima efficacia e autenticità, il valore dell’itinerario.

Correlato a ciò, un’ulteriore finalità progettuale prevede il potenziamento strategico della comunicazione digitale e social, da sviluppare in sinergia con i partecipanti all’Edutour, che, agendo come ambassador attivi, potranno generare contenuti originali e autentici e alimenteranno nuove collaborazioni di rete per veicolare con maggiore impatto il messaggio di autenticità, bellezza e scoperta insito nel cammino. Questo aspetto si realizzerà attraverso una campagna congiunta tra il Comune di Sassuolo e il Comune di Pavullo nel Frignano mediante tre principali azioni coordinate: dal punto di vista istituzionale si prevede l’organizzazione di una conferenza stampa per la presentazione e il lancio ufficiale dell’iniziativa; una campagna promozionale in cross-posting tra le pagine Instagram ufficiali di promozione turistica dei due Comuni e, infine, il coinvolgimento attivo di una rete di stakeholder turistici che operano nei rispettivi territori comunali.

L’obiettivo a lungo termine, che guida tutte le azioni, è elevare “La Via del Ducato” a prodotto turistico integrato nell’offerta del territorio, capace di fondere cammino, arte, storia, natura e tradizioni in un’unica esperienza coerente e suggestiva. Per sostenere questa azione nel tempo, il progetto mira a individuare una rete di soggetti locali, dagli operatori turistici e della ricettività, alle guide, fino alle associazioni, volta a

promuovere una forma di cooperazione territoriale fondata sulla valorizzazione condivisa del patrimonio materiale e immateriale. Attraverso esperienze guidate, visite e attività dedicate, un Educational Tour alla scoperta della Via del Ducato si propone come strumento di narrazione identitaria, in cui il viaggio diventa occasione per riscoprire non solo un cammino storico e i beni culturali, ma anche una comunità viva e accogliente.

Azioni:

1. Educational tour

L'azione cardine del progetto consiste nell'ideazione e conduzione di un Educational Tour dedicato a professionisti del settore turistico e culturale e della promozione territoriale, con particolare attenzione ai referenti del mondo dei cammini.

L'obiettivo principale è quello di far vivere in prima persona l'esperienza del percorso della Via del Ducato, consentendo ai partecipanti di scoprirla i luoghi simbolo, la dimensione paesaggistica e la ricchezza del patrimonio culturale. L'esperienza diretta diventa così strumento di conoscenza, formazione, promozione e comunicazione, in grado di generare una narrazione autentica e partecipata del territorio.

L'Edutour si sviluppa come azione strategica integrata, che coniuga formazione e partecipazione attiva, perseguitando tre risultati fondamentali:

- far vivere l'esperienza del cammino e di conoscenza del patrimonio culturale a soggetti specifici locali, come travel influencer, giornalisti, blogger e operatori turistici, affinché possano raccontare i luoghi e il percorso in modo personale e coinvolgente;
- creazione di una rete di "ambasciatori del territorio", composta da soggetti in grado di diffondere e amplificare il messaggio promozionale attraverso canali professionali, media tradizionali e piattaforme digitali;
- produzione di materiale comunicativo autentico e di qualità, come reportage, storytelling, contenuti fotografici e video, da utilizzare nelle successive campagne di promozione del progetto.

Nell'ottica della qualificazione dell'offerta, il progetto prevede la valutazione del coinvolgimento e dell'impatto delle figure partecipanti, elemento cruciale per misurare la ricaduta effettiva in termini di visibilità, nuovi contatti e collaborazioni di rete; inoltre, è incluso l'ampliamento della campagna social attraverso la diffusione mirata e la promozione coordinata dei contenuti generati durante l'Educational Tour dei materiali.

2. Promozione e comunicazione

Il progetto si sviluppa anche attraverso una fase incentrata sulla realizzazione di una campagna congiunta tra il Comune di Sassuolo e il Comune di Pavullo nel Frignano, affiancata da attività di ampliamento del bacino di utenza. La campagna di comunicazione prevede le seguenti azioni coordinate tra i Comuni:

- Conferenza Stampa: organizzazione di un evento di presentazione e lancio ufficiale del progetto.
- Campagna Social integrata: realizzazione di attività in cross-posting tra le pagine instagram ufficiali di promozione turistica dei due Comuni, rispettivamente visitsassuolo e visit_pavullo
- Coinvolgimento ed estensione della promozione al network degli stakeholder turistici operanti nei rispettivi territori.

Grazie a queste azioni congiunte, il progetto "Tour sulla Via del Ducato" si configura non solo come un evento esperienziale, ma come una leva strategica di valorizzazione e posizionamento de "La Via del Ducato" all'interno dell'offerta turistica territoriale, contribuendo alla costruzione di un'immagine coerente, sostenibile e condivisa del territorio.

Ambito territoriale interessato:

L'ambito territoriale interessato comprende i Comuni di Sassuolo e Pavullo nel Frignano e il ramo della Via Vandelli che li congiunge.

Periodo di svolgimento delle azioni previste:

Aprile 2026 - Dicembre 2026

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti:

Negli ultimi anni si è registrata una crescita dell'interesse verso il turismo lento e, in particolare, verso i cammini, intesi come esperienze di viaggio autentiche e sostenibili, capaci di coniugare natura e cultura. Questo trend positivo ha rafforzato l'attrattività di numerosi territori e l'Anno del Giubileo ha contribuito a rinnovare l'interesse e l'afflusso di giovani, pellegrini e viaggiatori nel centro-nord Italia. Il progetto intende intercettare e consolidare questa crescente attenzione verso i cammini, trasformandola in un'opportunità di sviluppo stabile e duraturo per il territorio. L'obiettivo è valorizzare l'insieme del patrimonio culturale, storico, artistico e paesaggistico che si snoda lungo gli itinerari, promuovendo una conoscenza più profonda dei luoghi e delle loro identità locali.

Attraverso una strategia coordinata di promozione e valorizzazione, il progetto mira a incrementare l'attrattività turistica complessiva, incentivando l'aumento delle presenze e la permanenza media dei visitatori. L'iniziativa si rivolge sia ai camminatori e agli appassionati di turismo esperienziale, sia a un pubblico più ampio, interessato alle tradizioni, al patrimonio storico-artistico e al folklore locale.

2) Coerenza con gli obiettivi delle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027 e con il quadro di riferimento di cui alle premesse dell'Avviso PTPL 2026: Il progetto si configura come un'attività di valorizzazione strategica e continuativa che integra la promozione di due beni storici del Ducato Estense e di un importante tratto della storica Via Vandelli. La natura del progetto, oltre ad arricchire la gamma di proposte turistiche del territorio, di fatto interseca due linee di prodotto, Cultura e Outdoor Active&Slow, allineandosi alle priorità di azione della Provincia di Modena per il 2026. L'unione strategica delle due offerte turistiche mira a incentivare la permanenza dei turisti in provincia, creando un ponte tra due segmenti di domanda turistica non sempre in dialogo: da un lato, i viandanti e gli amanti del turismo slow e dell'escursionismo; dall'altro, gli appassionati di cultura, attratti da borghi e dimore storiche.

Con riferimento alle Linee guida triennali, la prosecuzione delle azioni di promozione de "La Via del Ducato" risponde all'esigenza di continuità progettuale e visione strategica proiettata al mantenimento delle proposte turistiche territoriali.

La progettualità non si esaurisce nell'immediato, ma persegue l'obiettivo di aumentare stabilmente la consapevolezza dell'attrattività del territorio, promuovendo e approfondendo la storia del Ducato Estense attraverso la riscoperta e la fruizione di questa specifica variante della Via Vandelli.

Gli obiettivi primari mirano a un turismo verde, sostenibile e responsabile, con un focus mirato sullo slow tourism, il trekking, i cammini, le vie di pellegrinaggio, le dimore storiche e i borghi.

Per garantire la sostenibilità futura di questo percorso, è previsto lo studio di una strategia di comunicazione social innovativa, volta ad arricchire la proposta turistica e a migliorare in modo continuativo l'esperienza dei turisti con interessi specifici, mantenendo vivo l'interesse sul lungo periodo. I contenuti realizzati resteranno patrimonio del territorio e potranno essere utilizzati in future campagne promozionali. Attraverso l'Edutour, l'itinerario potrà essere inserito in pacchetti turistici permanenti per proporre alternative alle rotte dei principali poli turistici.

3) Descrizione puntuale degli obiettivi e dei mercati e della coerenza interna rispetto alle azioni e ai costi:

In coerenza con gli obiettivi generali del progetto, l'azione è stata concepita per operare prioritariamente sul mercato nazionale, con l'intento di consolidare e ampliare la visibilità del territorio, promuovendone le peculiarità culturali, paesaggistiche e identitarie presso un pubblico ampio e diversificato.

I target group primari individuati per questa fase iniziale saranno selezionati in funzione della loro capacità di amplificare il messaggio e di generare un impatto comunicativo significativo. In particolare, il progetto si rivolge a:

- rappresentanti dei media tradizionali, come redattori, inviati, giornalisti di settore e curatori di rubriche specializzate nel turismo, nella cultura e nell'enogastronomia;
- figure chiave dei new media, come blogger, content creator, influencer e professionisti della comunicazione digitale, in grado di veicolare contenuti esperienziali e di raggiungere target trasversali attraverso canali social e piattaforme online.

Parallelamente, per garantire la sostenibilità nel tempo dell'iniziativa, il progetto prevede la creazione di una rete territoriale stabile, composta da operatori economici, realtà associative e soggetti istituzionali. Tale rete sarà finalizzata a promuovere forme di cooperazione e co-progettazione locale, orientate alla valorizzazione condivisa del patrimonio materiale e immateriale, generando così un circolo virtuoso di promozione e sviluppo.

Dal punto di vista operativo, l'azione sarà strutturata in modo da ottimizzare l'utilizzo delle risorse disponibili, assicurando la corrispondenza tra attività programmate, obiettivi specifici e costi preventivati. La pianificazione economica garantirà una gestione efficiente del budget, massimizzando l'efficacia delle attività di comunicazione e promozione e assicurando la coerenza interna tra risultati attesi e impatti sul territorio.

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

L'azione, centrata sulla realizzazione di un educational tour, mira a generare contenuti originali e di qualità, capaci di valorizzare e promuovere La Via del Ducato come elemento distintivo dell'offerta turistica territoriale. L'esperienza diretta dei partecipanti selezionati tra operatori turistici, giornalisti, blogger e content creator, consentirà di produrre materiali digitali autentici, narrativamente efficaci e fortemente immersivi, in grado di trasmettere l'identità, i valori e le peculiarità del territorio attraversato.

L'obiettivo è quello di sostenere il posizionamento della Via del Ducato all'interno dei circuiti del turismo culturale ed esperienziale, attraverso la creazione di una campagna di comunicazione integrata fondata su contenuti multimediali e storytelling di viaggio. Tale campagna sarà strutturata per garantire una buona visibilità sui canali social e digitali, secondo un approccio a impatto ambientale zero, basato su pratiche sostenibili e sull'utilizzo esclusivo di strumenti e risorse digitali. I materiali realizzati diventeranno parte integrante del patrimonio comunicativo del territorio e potranno essere riutilizzati in successive attività promozionali, contribuendo a mantenere viva e coerente l'immagine de "La Via del Ducato" nel tempo.

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

In coerenza con il principio di inclusività, il progetto pone l'attenzione sulla promozione di un turismo accessibile, inteso come opportunità di conoscenza, partecipazione e fruizione del patrimonio culturale. All'interno dell'itinerario, i due luoghi simbolo presentano già condizioni favorevoli alla fruizione da parte di persone con disabilità:

- Palazzo Ducale di Sassuolo: completamente accessibile a persone con disabilità motorie grazie alla presenza di un ascensore con fermata al piano nobile. Il percorso di visita è interamente percorribile e supportato dal personale di accoglienza; in prossimità dell'ascensore è disponibile un bagno attrezzato.
- Palazzo Ducale di Pavullo nel Frignano: garantisce l'accesso tramite una rampa esterna e dispone di un ascensore interno che consente la visita ai diversi livelli dell'edificio.

Le informazioni utili e necessarie per garantire un'esperienza di visita consapevole e agevole saranno rese disponibili attraverso i principali canali di comunicazione del progetto (sito web, social media, materiali informativi digitali), con l'obiettivo di offrire indicazioni chiare e aggiornate sui livelli di accessibilità dei luoghi fondamentali del percorso.

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

La promozione della Via del Ducato si distingue per la volontà di posizionare il percorso storico rendendolo un prodotto turistico specifico, che coinvolge e mette in dialogo due diversi mercati turistici: il turismo lento dei cammini e il turismo culturale legato alle residenze storiche. L'Educational Tour serve ad aumentare la visibilità di questa particolare porzione della Via Vandelli (da Sassuolo a Pavullo nel Frignano), alternativa al percorso tradizionale, e a valorizzare ulteriormente nei circuiti promozionali ufficiali. L'obiettivo strategico è duplice: da un lato, inserire la Via del Ducato nella rete dei cammini; dall'altro, dare nuovo slancio all'attrattività di due importanti residenze estive ducali, ampliando la platea di turisti interessati a vivere il patrimonio culturale dei territori del vasto Ducato Estense, unendo così la pianura e l'Appennino Modenese lungo un unico e suggestivo asse storico.

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

- foto/video: durante l'Educational Tour è prevista la realizzazione di servizi fotografici e video, volti a documentare l'esperienza dei partecipanti e a produrre contenuti promozionali digitali e social, compatibilmente con le risorse economiche disponibili derivanti dal budget di progetto;

- drone: è da valutare la possibilità di effettuare riprese e scatti aerei per valorizzare i paesaggi e i tratti distintivi del percorso, integrando il materiale digitale dell'Educational Tour, compatibilmente con le risorse economiche disponibili derivanti dal budget di progetto.

In caso siano previste azioni di promozione istituzionale in occasione di fiere turistiche, organizzazione di press tour e educational tour e altre attività similari organizzate di propria iniziativa e non rientranti nel piano del Territorio Turistico di Bologna-Modena e/o di Apt Servizi, puntuale motivazione sull'opportunità di tali azioni:

Il presente progetto è il proseguimento mirato dell'iniziativa inedita avviata nel 2025, finalizzata a individuare e mettere in risalto le peculiarità di un tratto specifico della Via Vandelli: la variante che nel 1750 l'ingegnere Domenico Vandelli ideò per il Duca Francesco III d'Este, con lo scopo specifico di collegare il Palazzo Ducale di Sassuolo al percorso principale della storica Via Vandelli (Modena-Massa). Questa bretella, che parte da Sassuolo, è oggi interamente percorribile a piedi e consente di raggiungere Pavullo nel Frignano in sole due tappe, configurandosi così come una comoda e suggestiva alternativa al percorso tradizionale, lontana dalle rotte dei principali poli turistici.

L'Educational Tour punta a far conoscere e valorizzare specificatamente il tratto della "Via del Ducato", integrandola nella rete di percorsi di turismo lento e sostenibile già riconosciuti a livello interregionale e nazionale, creando così opportunità di promozione, narrazione esperienziale e sviluppo di una rete di ambasciatori del territorio.

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

No

Breve report dell'edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità (solo per progetti ricorrenti già presentati nelle scorse edizioni del PTPL):

Promosso nel 2025, il progetto "La Via del Ducato" mira a valorizzare la storica variante della Via Vandelli che congiunge le antiche residenze estensi dei Comuni di Sassuolo e Pavullo nel Frignano. La fase iniziale ha gettato le basi per lo sviluppo di una narrazione territoriale locale grazie alla definizione di un'identità visiva e comunicativa coordinata. Le azioni specifiche hanno incluso: la produzione di materiali informativi coerenti con l'immagine coordinata adottata dal Territorio Turistico Bologna-Modena, l'ideazione di una campagna promozionale digitale condivisa e la creazione di gadget tematici per i viandanti che percorrono il cammino. In continuità strategica con il lavoro di costruzione identitaria e di promozione avviato nel 2025, l'elemento chiave di innovazione per l'anno 2026 sarà rappresentato dalla realizzazione di un Educational Tour mirato. L'Edutour si configura come un'importante azione di promozione rivolta a operatori esperti, e potrà rivelarsi uno strumento di studio efficace per posizionare la "Via del Ducato" nel panorama turistico regionale. Il coinvolgimento dei partecipanti e il loro feedback su ogni aspetto dell'itinerario, in particolare sul piano logistico e dell'ospitalità, offrirà un valido apporto per individuare aspetti vincenti e potenziali criticità, in ottica di miglioramento dell'offerta. In sintesi, l'Edutour rappresenta il passaggio dalla definizione dell'identità (2025) alla promozione attiva (2026) del cammino storico.

Criteri e modalità di riscontro dei risultati:

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
---------------------------	-------------------------------------

1. Realizzazione dell'Educational Tour lungo la Via del Ducato con creazione della rete di ambasciatori del territorio	<ul style="list-style-type: none"> - Report di progetto con cronoprogramma, lista partecipanti confermati (giornalisti, blogger, influencer, operatori turistici) - Numero di partecipanti effettivi; - Questionario di gradimento (valutazione esperienza); - Numero di contenuti generati durante il tour (post, articoli, video); - Numero di ambasciatori coinvolti; - Attività successive realizzate dagli ambasciatori (post, segnalazioni, tour pilota, ecc...)
2. Promozione e comunicazione Produzione di contenuti digitali e multimediali (foto, video, reportage) per campagna social coordinata sui canali istituzionali	<ul style="list-style-type: none"> - Quantità di contenuti prodotti; - Qualità dei contenuti valutata con indicatori (es. visualizzazioni, engagement, pubblicazioni)

TOTALE SPESE PREVISTE: € 5.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 5.000,00

PUNTEGGIO: 74

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

6) COMUNE DI SESTOLA - CIMONEFLOW, SEGUI IL RITMO DELLA MONTAGNA!

P.G. n. 38816/2025

P.G. n. 41407/2025

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

Comune di Fanano

Comune di Fiumalbo

Comune di Lama Mocogno

Comune di Montecreto

Comune di Pavullo

Comune di Pievepelago

Comune di Polinago

Comune di Riolunato

Comune di Serramazzoni

Descrizione sintetica:

L'Appennino Modenese è un territorio straordinariamente ricco di risorse ambientali, culturali e umane: boschi, borghi in pietra, sentieri d'altura, tradizioni agroalimentari e un patrimonio di saperi legati alla montagna. Eppure, nonostante l'autenticità di questi elementi, il territorio fatica ancora a tradurre il proprio potenziale in un'offerta turistica integrata e contemporanea.

Il turismo esperienziale rappresenta oggi una nuova frontiera di sviluppo per le aree montane, capace di unire crescita economica, tradizione, tutela del paesaggio e rafforzamento delle comunità locali.

L'obiettivo del progetto è trasformare l'Appennino Modenese in una "Destinazione Esperienziale" in cui il visitatore non sia un semplice ospite, ma un protagonista di esperienze autentiche, emozionanti e sostenibili. Per lungo tempo il patrimonio ambientale e culturale ha rappresentato l'elemento distintivo e attrattivo di un territorio. Oggi, tuttavia, l'identità turistica non si fonda più solo sul "cosa vedere", ma soprattutto sul "cosa vivere". Il nuovo trend del turismo esperienziale sposta la motivazione di viaggio dal patrimonio al coinvolgimento diretto: il turista contemporaneo cerca autenticità, emozione, partecipazione e condivisione. In questo scenario l'esperienza diventa motore di scelta della destinazione. Non si tratta semplicemente di arricchire l'offerta, ma di ripensare radicalmente il concetto di prodotto turistico.

L’obiettivo per il 2026 è quello di trasmettere un valore, un’esperienza capace di lasciare un segno e di trasformare un semplice soggiorno in un ricordo duraturo.

Il territorio, in questa visione, diventa laboratorio di esperienze, dove il visitatore è protagonista attivo e co-creatore del proprio percorso. Ciò richiede però un profondo cambiamento di prospettiva:

- formazione e professionalizzazione degli operatori, capaci di trasformare servizi e attività in esperienze autentiche e significative;
- pianificazione partecipata e valorizzazione delle identità locali in tutte le loro sfaccettature, dalla cultura materiale alle tradizioni immateriali;
- cooperazione tra stakeholder pubblici e privati, per creare reti territoriali che favoriscano contaminazione, confronto e co-progettazione;
- capacità di storytelling e di costruzione di un immaginario condiviso, che renda visibile e desiderabile l’unicità di un territorio anche attraverso l’utilizzo dei più vari canali di promozione a disposizione.

Obiettivi:

1. Mappare e valorizzare gli elementi identitari del territorio: borghi storici, l’artigianato locale, la gastronomia tipica (castagne, funghi, formaggi), tradizioni e paesaggi naturali.
2. Formare operatori e stakeholder locali sulle competenze del turismo esperienziale: accoglienza, storytelling, marketing territoriale, sostenibilità.
3. Creare una rete di esperienze tematiche: outdoor, cultura, natura, benessere, gusto, spiritualità, educazione ambientale.
4. Coinvolgere la comunità locale — cittadini, associazioni, aziende agricole — nella co-creazione di esperienze autentiche.
5. Promuovere la destinazione con una campagna di comunicazione integrata basata su narrazioni emozionali e digital storytelling.

Risultati attesi:

- Creazione di una rete stabile di operatori del turismo esperienziale dell’Appennino Modenese collegati tra di loro in modo da creare interazione, collaborazione, diffusione.
- Miglioramento delle competenze professionali e imprenditoriali degli operatori locali.
- Nascita di nuovi prodotti turistici esperienziali integrati e di un marchio territoriale condiviso.
- Maggiore coinvolgimento della comunità locale e rafforzamento dell’identità montana.
- Aumento delle presenze turistiche e della permanenza media dei visitatori grazie principalmente ad una massiva fidelizzazione dei turisti.
- Coinvolgimento della DMO di riferimento per collaborazione e promozione.

Azioni:

La principale linea di progetto è quella della creazione di itinerari esperienziali replicabili durante tutto l’anno in modo da rendere l’Appennino fruibile in tutti i periodi dell’anno. La realizzazione del progetto si articherà nel seguente modo:

- Analisi e mappatura territoriale delle risorse e delle esperienze potenziali a cura di un team in loco costituito dagli uffici turistici locali.
- Percorsi formativi per operatori e giovani del territorio (turismo sostenibile, comunicazione esperienziale, hospitality emozionale).
- Creazione di una campagna digitale dedicata all’Appennino Modenese come destinazione esperienziale.
- Monitoraggio e valutazione dell’impatto economico, sociale e ambientale del progetto.

COMUNICAZIONE E PROMOZIONE TURISTICA

Nel corso del 2025, la gestione dei canali social di InAppenninoModenese ha raggiunto traguardi di assoluto rilievo: i 34.358 follower su Facebook, i 27.700 su Instagram e i 2.442 su TikTok testimoniano una crescente attenzione del pubblico verso le bellezze naturali, le attrazioni storico-culturali e le tradizioni della montagna modenese.

Nel nuovo anno, la social media strategy della Redazione Locale sarà ulteriormente potenziata, con l’obiettivo di incrementare il tasso di engagement della community e di valorizzare i brand territoriali più rappresentativi — dalla gastronomia tipica all’artigianato tradizionale, dagli eventi enogastronomici al foliage e ai contesti naturalistici più suggestivi.

I canali social continueranno a rappresentare il fulcro della promozione dell’offerta turistica dell’Appennino, in sinergia con le attività di web content dedicate al portale ufficiale www.inappenninomodenese.com, punto

di riferimento per i Comuni dell'Appennino. Il sito garantirà agli utenti un accesso immediato a informazioni sempre aggiornate, rafforzando la visibilità e l'attrattività del territorio.

La redazione locale, gestita dall'HUB di Sestola mantiene regolarmente incontri programmatici sia con gli uffici turistici del territorio per la continua implementazione delle informazioni relative alla promozione locale che con il sistema redazionale di promozione turistica regionale confluito nel sito www.emiliaromagnaturismo.it. È compito della redazione locale coordinare anche collaborazioni con influencer e content creator del segmento turistico per un continuo aumento di interazioni e contatti finalizzati alla Promozione del Territorio in ambito nazionale e internazionale. Inoltre è compito della Redazione Locale in collaborazione con gli altri uffici del Territorio, contribuire alla stesura di contenuti per materiale elaborato dalla DMO e dal Sistema Redazionale Regionale gestito da APT Servizi.

Tra le altre azioni si intende avviare un progetto di promozione radio con alcune emittenti locali in ambito regionale per la valorizzazione del sistema esperienziale del Cimone con alcune inserzioni ad hoc.

Disponibilità a fornire sostegno organizzativo alla DMO e ad Apt Servizi nel caso in cui venisse individuato un press tour per fare scoprire ulteriormente le bellezze e peculiarità del territorio.

Ambito territoriale interessato:

Ambito territoriale interessato: Frignano che ricomprende i comuni di Sestola, Fanano, Montecreto, Riolunato, Pievepelago, Polinago, Fiumalbo, Lama Mocogno, Pavullo, Serramazzoni.

Periodo di svolgimento delle azioni previste: Tutte le azioni previste dal progetto verranno realizzate tra il 1° gennaio e il 31 dicembre 2026.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti:

Creare esperienze significative per i turisti prolunga i soggiorni e aumenta l'attrattività di un territorio perché trasforma una visita superficiale in un'immersione culturale e personale. Ecco i motivi principali:

- **Coinvolgimento Emotivo e Ricordi Duraturi:** Le esperienze autentiche, come partecipare a un corso di cucina locale, un tour guidato da una guida del territorio o una visita ad un'attività artigianale, creano un legame emotivo con la destinazione. I turisti non si limitano a "vedere" un luogo, ma lo "vivono". Questi ricordi duraturi aumentano la soddisfazione e la probabilità che il turista raccomandi la destinazione ad altri.
- **Motivazione a Restare di Più:** Quando un territorio offre un'ampia gamma di attività coinvolgenti e uniche, i visitatori sentono la necessità di fermarsi più a lungo per poterle sperimentare tutte. Un semplice pernottamento si trasforma in una vacanza di più giorni dedicata all'esplorazione e alla scoperta.
- **Differenziazione dalla Concorrenza:** In un mercato turistico globale competitivo, offrire esperienze uniche aiuta una destinazione a distinguersi: il territorio può attirare un target di viaggiatori interessati a un turismo più lento, consapevole e personalizzato.
- **Valorizzazione del Territorio e della Cultura Locale:** Le esperienze offrono l'opportunità di mostrare aspetti unici della cultura, della storia, della natura e delle tradizioni locali che potrebbero passare inosservati in un tour frettoloso. Questo arricchisce l'offerta turistica e supporta l'economia locale, coinvolgendo direttamente piccole imprese, artigiani e in generale tutti gli stakeholders del territorio.
- **Aumento del valore territoriale:** la ricaduta economica sul territorio aumenta quando il turista decide di protrarsi per un tempo più lungo nel luogo scelto. Le esperienze mirano proprio ad incrementare la durata del soggiorno medio, portando quindi maggiori benefici economici alla comunità.

È stato constatato, grazie all'esperienza maturata nell'accoglienza turistica nel corso degli anni, che fare respirare esperienze autentiche al turista crea coinvolgimento e partecipazione nella vita della comunità. Anche se il turista proviene da un contesto quotidiano completamente diverso da quello appenninico, il turista stesso si immerge con facilità nel tessuto locale, stringendo legami e interesse crescente. Sono tanti gli esempi di turista che, negli anni, si è fidelizzato sempre di più al prodotto "Appennino". Da una visita giornaliera si passa ad una visita nel weekend e nel giro di pochi anni anche a intere stagioni o addirittura all'acquisto di un immobile. Per tali motivi perché si ritiene che la promozione continua su esperienze e percorsi di questo tipo possa essere funzionale ad un accrescimento del valore turistico.

Tra le proposte pensate e realizzabili creando sinergie con il tessuto commerciale e associazionistico del territorio:

1. Sport e Outdoor: rudimenti di pesca in torrente, esperienza in parapendio, canoying, passeggiata a cavallo, camminate con guida giornaliera (bellezze naturalistiche, borghi abbandonati, vette, ecc) o anche su più giorni su Cammini Storici come via Romea e via Vandelli, Surviving Experience;
2. Partecipazione a cooking class di cibo tradizionale: crescentine, berlenghi, croccante, formaggio con visite ad aziende e relative esperienze in loco;
3. Immersione attiva nella raccolta di funghi con micologo e raccolta di prodotti del sottobosco;
4. Racconto e raccolta del mondo della Castagna, il pane degli antichi con degustazione di cibo tradizionale in metato;
5. Laboratorio attivo nell'evento Infiorata di Pievepelago;
6. Escursione con visita in luoghi della Memoria della Seconda Guerra Mondiale/Linea Gotica.

2) Coerenza con gli obiettivi delle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027 e con il quadro di riferimento di cui alle premesse dell'Avviso PTPL 2026: In linea con gli obiettivi delle Linee Guida Triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale, il progetto “Cimone Flow” nasce con l'intento di valorizzare i tratti autentici e identitari della montagna modenese, mettendo in risalto il suo patrimonio naturale, culturale e umano.

Attraverso la gastronomia locale, la ricchezza culturale, l'artigianato tradizionale e le esperienze all'aria aperta, il progetto mira a raccontare l'Appennino come un luogo da vivere con lentezza, dove ogni esperienza diventa occasione per scoprire la qualità e l'autenticità del territorio. Questi elementi contribuiscono a costruire un'immagine forte, armoniosa e riconoscibile, capace di trasmettere emozioni genuine e senso di appartenenza. “Cimone Flow” si propone inoltre di coordinare in un unico programma le diverse attività di promozione e valorizzazione già in atto, rafforzando le collaborazioni tra operatori, enti e comunità locali. L'obiettivo è dare vita a nuove sinergie e a strategie di comunicazione condivise, in grado di accrescere la qualità e l'attrattiva dei prodotti turistici più rappresentativi dell'Appennino modenese.

3) Descrizione puntuale degli obiettivi e dei mercati e della coerenza interna rispetto alle azioni e ai costi:

Obiettivi:

Incrementare l'attrattività turistica dell'Appennino Modenese

- Favorire la permanenza sul territorio tutto l'anno, non solo nelle stagioni tradizionali (inverno/estate).
- Promuovere un'immagine forte, omogenea e distintiva del territorio e delle sue risorse identitarie (gastronomia, artigianato, natura, tradizioni).
- Trasformare la percezione del territorio da “luogo da visitare” a “spazio da vivere e condividere”.
- Creare sinergie tra operatori pubblici e privati, rafforzando il ruolo degli uffici IAT come motore della rete territoriale.
- Favorire la sostenibilità economica, ambientale e sociale del turismo nel territorio.

Costruire un'offerta esperienziale strutturata

- Sviluppare itinerari esperienziali calendarizzati e fruibili tutto l'anno.
- Aumentare il coinvolgimento degli stakeholder (imprese locali, artigiani, comunità, guide) nella co-progettazione dell'offerta.
- Garantire accessibilità e inclusività per persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive.

Destagionalizzare l'offerta

- Spingere la domanda turistica anche fuori dai classici picchi stagionali.
- Attrarre segmenti interessati al turismo lento, all'esperienza enogastronomica, alla natura, alle famiglie, al benessere.
- Migliorare la fidelizzazione (engagement) e la visibilità digitale (social media, web content) del territorio.

Assicurare la sostenibilità nel lungo termine

- Offrire opportunità economiche alle imprese e agli operatori locali.
- Promuovere pratiche di fruizione responsabile del territorio e della natura.
- Valorizzare le comunità locali, costruire capitale relazionale e rafforzare l'identità territoriale.

Target di riferimento:

- Turismo “esperienziale” interno: famiglie, coppie, gruppi amanti della natura e del turismo lento.
- Segmenti “slow travel”, “weekend di fuga”, escursionismo, gastronomia locale.

- Visitatori motivati da autenticità, montagna, tradizioni e outdoor.

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

La sostenibilità nel turismo rappresenta la condizione essenziale per coniugare la soddisfazione dei bisogni economici, sociali ed estetici dei visitatori con la tutela e la crescita duratura delle aree ospitanti. Significa garantire uno sviluppo che preservi l'integrità socio-culturale, gli equilibri naturali e la biodiversità del territorio, valorizzando al contempo le comunità che lo abitano.

Il progetto si propone di trasformare la percezione del territorio: da semplice “luogo da visitare” a spazio da vivere e condividere, dove ogni esperienza genera valore e rafforza il legame tra persone e ambiente.

In questa prospettiva, le azioni previste mirano a produrre benefici concreti in termini di:

- Sostenibilità economica, attraverso nuove opportunità per operatori, imprese locali e filiere territoriali;
- Sostenibilità ambientale, promuovendo pratiche di fruizione responsabile e comportamenti rispettosi del patrimonio naturale;
- Sostenibilità sociale, valorizzando le comunità locali, il capitale relazionale e il senso di appartenenza all'Appennino modenese.

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

Tutte le esperienze previste nell'ambito del progetto saranno progettate in chiave inclusiva, con particolare attenzione all'accessibilità per persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive, affinché l'Appennino modenese possa essere vissuto e condiviso da tutti.

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

Il progetto “Cimone Flow” si propone, per la prima volta, di creare una rete integrata di attività, percorsi ed esperienze capace di mettere in connessione diretta il mondo delle imprese con quello degli utilizzatori finali. L'aspetto innovativo risiede nel nuovo ruolo attribuito agli IAT, non più considerati semplicemente strumenti di promozione, ma attori attivi del sistema turistico locale. Gli uffici IAT diventano così ponti concreti tra operatori, turisti e stakeholder, contribuendo a costruire un'offerta coordinata e dinamica.

Il concetto di fare rete assume dunque una valenza operativa: attraverso il coinvolgimento diretto dei diversi attori territoriali, il progetto punta a sviluppare e promuovere esperienze in grado di valorizzare le peculiarità e le stagionalità dell'Appennino modenese.

La presenza capillare degli IAT e il loro coinvolgimento attivo nei processi di ideazione e co-progettazione permettono di individuare nuove opportunità e attività da proporre al visitatore, sia durante tutto l'anno, sia in corrispondenza di eventi o periodi specifici.

Le esperienze così sviluppate vengono rielaborate e condivise attraverso un confronto continuo tra i diversi attori dell'ambito Appennino Modenese, fino a diventare “itinerari esperienziali” strutturati, così da offrire al turista un ventaglio di esperienze autentiche e fruibili durante tutte le stagioni.

Se negli anni passati le proposte erano spesso iniziative isolate, affidate ai singoli IAT, “Cimone Flow” introduce un modello di offerta integrata e continuativa, orientata alla promozione su scala locale, nazionale e internazionale.

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

Nel corso del 2026 verrà realizzato un importante aggiornamento e potenziamento dell'archivio fotografico dei comuni dell'Appennino Modenese. L'intervento prevede l'utilizzo di fotocamere professionali e di droni di ultima generazione per la produzione di immagini e video ad alta qualità, capaci di valorizzare i borghi, i paesaggi e le principali attrazioni storiche e naturalistiche del territorio.

Questo nuovo materiale visivo permetterà non solo di rinnovare i contenuti digitali — siti web e canali social — ma anche di aggiornare e qualificare il materiale promozionale e fieristico a disposizione della destinazione Modena–Bologna, garantendo una comunicazione più efficace e coerente con gli standard attuali di promozione turistica.

In caso siano previste azioni di promozione istituzionale in occasione di fiere turistiche, organizzazione di press tour e educational tour e altre attività similari organizzate di propria iniziativa

e non rientranti nel piano del Territorio Turistico di Bologna-Modena e/o di Apt Servizi, puntuale motivazione sull'opportunità di tali azioni:

Creazione di uno stand illustrativo, da esterno, di “Cimone Flow”, nel quale poter partecipare attivamente ad alcune rassegne gastronomiche chiave del territorio. Sarebbe l'opportunità ottimale di intercettare visitatori alla prima esperienza in loco cercando di fidelizzarli con proposte mirate ad una “seconda visita”. Proporre a questi utenti un'esperienza attiva potrebbe portare ottimi risultati in termini di coinvolgimento emotivo e aumento della presenza in loco.

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

Il progetto “Cimone Flow” verrà inserito all'interno della promozione più ampia in collaborazione con la destinazione turistica Modena - Bologna promuovendo in sinergia anche gli eventi di Modena Slow.

In quest'ottica sarà utilizzato nuovamente il Passaporto dell'Appennino Modenese, un gadget di successo degli ultimi anni che ha saputo evolversi e abbracciare le esigenze dettate dai turisti e dagli uffici turistici. Oggi il Passaporto è un vero e proprio strumento per andare alla scoperta di tanti luoghi che coinvolgono tutto l'Appennino Modenese, coniugando abilmente la visita dei luoghi alla possibilità di fare esperienze inserite nel calendario e che regalano un modo unico di vivere e conoscere il territorio.

Sarà inoltre possibile inserirlo all'interno di "Autunno fuori dal Comune", serie di iniziative organizzate da Bologna e Modena che spingono turisti e cittadini a scoprire le aree interne dell'Emilia-Romagna.

Breve report dell'edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità (solo per progetti ricorrenti già presentati nelle scorse edizioni del PTPL): /

Criteri e modalità di riscontro dei risultati:

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
“Cimone Flow”	Visualizzazioni della scheda sul sito InAppenninoModenese + Numero di partecipanti agli itinerari esperienziali

TOTALE SPESE PREVISTE: € 38.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 38.000,00

PUNTEGGIO: 82

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

7) COMUNE DI MARANELLO - STI - DIGITAL HUB & BUYER TOUR: STRATEGIA INTEGRATA PER IL POSIZIONAMENTO QUALITATIVO DELLA DESTINAZIONE

P.G. n. 38834/2025

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

Comune di Fiorano modenese

Comune di Formigine

Comune di Frassinoro

Comune di Montefiorino

Comune di Palagano

Comune di Prignano s/s

Terme della Salvarola

Descrizione sintetica:

Il progetto, promosso dal Sistema Turistico Territoriale Intercomunale (STTI) guidato dal Comune di Maranello, mira al rafforzamento strategico dell'immagine turistica del territorio (che copre una superficie complessiva di 386,35 km quadrati) e al supporto delle azioni della DMO modenese.

L'obiettivo è dare continuità alla valorizzazione delle eccellenze racchiuse nel STTI e promuovere i prodotti turistici (City Break, Cultura, Outdoor Active & Slow, Food & Wine, Motori, etc.) sul mercato nazionale e, in particolare, su quello internazionale.

Il progetto si basa su un approccio integrato con due assi portanti:

1. Digital Hub per la Fruizione Accessibile: Implementazione di un progetto di digitalizzazione innovativo basato sulla piattaforma Artplace e tecnologia iBeacon. Questa azione mira a migliorare l'accessibilità culturale e intellettuale dei contenuti, ampliare il bacino dei pubblici e ottimizzare la user experience dei visitatori.

2. Buyer Tour & B2B Strategico: Capitalizzazione dei contatti B2B internazionali ottenuti dalla partecipazione alla fiera di settore TTG Travel Experience 2025 mediante l'organizzazione di un Tour/Educational per buyers italiani e stranieri selezionati, offrendo loro un'esperienza immersiva e unica nel territorio del STTI.

L'azione di marketing digitale e il buyer tour saranno collegati attraverso appositi laboratori territoriali, proposti con il progetto nell'ambito 1.a "IAT Innovativi", finalizzati alla ricognizione e al consolidamento dei valori identitari più attrattivi, garantendo un'offerta turistica originale e mirata.

Azioni:

Il progetto si articola nei seguenti interventi:

1. Buyer Strategy & Trade Fairs:

- Azione 1.1 - A seguire la partecipazione al TTG del 2025 dove il Sistema Turistico si è presentato con un proprio stand per valorizzare il brand del STTI e creare una rete di contatti qualificati con operatori turistici internazionali e nazionali si procederà a contattare i buyers conosciuti allo stand per invitarli a manifestare il proprio interesse a partecipare ad un soggiorno nel territorio;
- Azione 1.2 - Organizzazione Tour Buyers: Progettazione e realizzazione di un Tour per buyers selezionati a seguito del TTG (Fam Trip / Educational Tour), con l'obiettivo di tradurre i contatti della fiera in potenziali pacchetti turistici e favorire la permanenza più lunga sul territorio.

2. Digital Hub & Accessibilità (Piattaforma Artplace/iBeacon):

- Azione 2.1 - Digitalizzazione Integrata: completamento della digitalizzazione con la piattaforma Artplace e l'installazione di circa 200 dispositivi Beacon. I beacon, posizionati strategicamente presso i punti d'interesse (culturali e naturalistici) per guidare i visitatori con audioguide personalizzate e in più lingue, saranno ulteriormente arricchiti di contenuti andando a creare una rete di punti di informazione funzionante anche offline utilizzando la funzione bluetooth dello smartphone.
- Azione 2.2 - Contenuti Multimediali: Implementazione dei contenuti multimediali sui percorsi, i beni culturali e paesaggistici, garantendo l'accessibilità a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive.

3. Laboratori Territoriali e Sviluppo Offerta:

- Azione 3.1 - Creazione di Esperienze: Traduzione dei risultati dei laboratori nella creazione di nuove e originali esperienze da fruire nel STTI, per "capitalizzare" i valori turistici identitari dei territori.
- Azione 3.2 - Green Trails "Itinerari sostenibili e storytelling del territorio": In collaborazione con Ente Parchi Emilia Centrale individuare pacchetti esperenziali "green" da proporre nel territorio del STTI.

4. Marketing & Monitoraggio:

- Azione 4.1 - Campagne Promozionali: Programmazione di inserzioni, pubblicazioni e campagne pubblicitarie online e offline, con apposite campagne per ciascuna azione di progetto.
- Azione 4.2 - Messa a Disposizione Materiale: Aggiornamento della banca dati di immagini e video.
- Azione 4.3 - Monitoraggio: Costante controllo sulla realizzazione e rispetto della tempistica per le azioni di progetto, con misurazione del numero di buyers partecipanti al tour.

Ambito territoriale interessato:

Tutto il territorio del Sistema Turistico

Periodo di svolgimento delle azioni previste:

Le azioni saranno realizzate in base ai tempi di risposta della concessione di contributo: Giugno 2025 - dicembre 2025, fatto salvo che la risposta alla domanda di finanziamento non giunga prima.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Valenza turistica del progetto, vale a dire reale capacità del medesimo di potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo e incentivando l'offerta al fine di attrarre significativi flussi di pubblico, incrementare il numero di presenze e la permanenza dei turisti:

Continuità B2B e Capitalizzazione del Mercato: La partecipazione a fiere di settore come il TTG Travel Experience (riconosciuta come piattaforma di incontro globale per gli operatori) ha già creato una rete di contatti qualificati. L'azione progettuale per il 2026, incentrata sull'organizzazione di un Tour/Educational per buyers selezionati, rappresenta la diretta capitalizzazione di tale investimento, mirando a trasformare i contatti B2B in concrete opportunità commerciali e in un incremento misurabile della permanenza turistica sul territorio.

Innovazione Digitale e Inclusività (ArtPlace & iBeacon): Parallelamente, l'adozione della piattaforma ArtPlace e della tecnologia iBeacon introduce un elemento di forte innovazione. Questo sistema non solo implementa l'interazione e l'engagement con il contesto turistico e culturale (migliorando la user experience dei visitatori), ma garantisce altresì l'accessibilità culturale e fisica delle informazioni. Grazie al basso consumo energetico (BLE) e alla precisione, la tecnologia iBeacon potenzia l'inclusività e la fruizione dei punti di interesse da parte di persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive.

Promozione “green trails”: il progetto risponde alla logica della Carta Europea del Turismo Sostenibile, ossia un turismo rispettoso dell’ambiente, che vuole valorizzare paesaggio, comunità e operatori locali, incentivando la mobilità sostenibile. In tale modo si realizza una strategia che va oltre il turismo tradizionale di consumo, ed integra identità, natura, comunità.

2) Coerenza con gli obiettivi delle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027 e con il quadro di riferimento di cui alle premesse dell’Avviso PTPL 2026: Coerenza interna fra gli obiettivi, i mercati, le azioni e i costi: Il Progetto è coerente in quanto rafforza l'immagine turistica del territorio del STTI, allineandosi pienamente alla strategia contenuta nel Programma di Promo-Commercializzazione Turistica (PPCT) 2025/2026 e alle Linee guida triennali regionali. Le azioni valorizzano le esperienze collegate ai prodotti turistici previsti e mirano a favorire una permanenza più lunga sul territorio. I mercati obiettivo, che includono il contesto nazionale e, in ottica di rafforzamento, l'ambito internazionale (con particolare focus sui Paesi DACH e sui mercati extra-europei), sono intercettati e serviti attraverso un approccio multicanale che assicura la piena coerenza con gli obiettivi del progetto:

- Attrazione B2B e Leverage: La partecipazione al TTG nel 2025 ha posto le basi per organizzare un Tour per Buyers selezionati. Questa azione, garantisce un ingaggio diretto degli operatori turistici, fungendo da veicolo principale per l'accesso e il consolidamento nei mercati internazionali.
- Fruizione B2C e Accessibilità: La digitalizzazione multilingue dei contenuti tramite ArtPlace e iBeacon supporta l'attrattività e la permanenza del turista finale, migliorando la fruibilità dell'offerta per i pubblici sia nazionali che esteri.

3) Descrizione puntuale degli obiettivi e dei mercati e della coerenza interna rispetto alle azioni e ai costi:

Il progetto si pone l'obiettivo strategico primario di rafforzare l'immagine turistica del territorio del STTI e di supportare le azioni della DMO modenese.

Gli obiettivi operativi sono:

- Massimizzare il ROI B2B: Capitalizzare l'investimento e i contatti acquisiti al TTG 2025 trasformandoli in opportunità commerciali concrete attraverso l'organizzazione del Tour per Buyers nel 2026.
- Innalzare l'Attrattività e la Permanenza (B2C): Migliorare l'esperienza di fruizione del territorio per il turista finale, favorendo l'allungamento della permanenza media.
- Innovazione e Inclusività: Implementare la digitalizzazione integrata (Digital Hub) per garantire una informazione turistica accessibile (motoria, sensoriale, cognitiva) e multilingue.

I costi, vista l'estensione territoriale, il numero di comuni coinvolti e la diversità dei contesti e la qualità delle azioni, sono contenuti.

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

Il progetto intende dare pieno sviluppo ad un'idea di promozione turistica rispettosa dell'ambiente, quindi valorizzare itinerari, paesaggi e comunità locali favorendo un turismo “slow”, a basso impatto.

La tecnologia iBeacon, che vedrà nel 2026 il completamento dell'installazione e della messa a regime, è in linea con questo obiettivo: è a basso impatto ambientale e comporta un importante risparmio energetico.

I beacon funzionano come trasmettitori di segnali e, grazie all'uso di una versione a basso consumo del Bluetooth (BLE), possono operare per anni con una singola batteria.

Diversamente dai sistemi universali come il GPS, i beacon richiedono installazione e manutenzione solo per la sostituzione delle batterie o dei beacon stessi.

Nel contesto del progetto, la digitalizzazione riduce la necessità di stampare materiali informativi cartacei e brochure per i punti di interesse, contribuendo attivamente alla riduzione dei rifiuti ambientali (misura prevista non esplicitata nei documenti, ma derivante dalla tecnologia).

Anche la promozione viene principalmente fatta attraverso il sito maranelloplus e i canali social ad esso collegati.

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

La tecnologia iBeacon costituisce un elemento chiave per l'accessibilità, in quanto consente di aumentare significativamente il livello di inclusività dell'offerta turistica:

Fornitura di informazioni in tempo reale e geolocalizzate: I beacon possono fornire indicazioni in tempo reale e informazioni sulla modalità di fruizione dell'itinerario a persone con disabilità visiva o uditiva (es. ipovedenti o ipovedenti).

Indicazioni sul percorso: Un dispositivo beacon può essere utilizzato per indicare a una persona con disabilità motoria se un percorso è accessibile.

Personalizzazione dell'esperienza: I beacon consentono di customizzare l'esperienza di visita, fornendo informazioni in un formato accessibile a una persona con disabilità visiva.

Informazioni sui Punti di Interesse (POI): I beacon favoriscono la fruizione di informazioni accessibili sui POI individuati lungo i percorsi di visita outdoor e indoor.

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

Il progetto non propone un'iniziativa consolidata e presenta diversi elementi di innovazione:

- Digitalizzazione Integrata (ArtPlace/iBeacon): L'implementazione della piattaforma ArtPlace con l'installazione di 200 dispositivi beacon su tutto il territorio del STTI è un approccio innovativo basato sui principi della Smart City. La diffusione dei contenuti relativi ai percorsi, ai beni culturali e paesaggistici tramite questa tecnologia è inedita per il STTI. Dopo l'installazione nel 2025 si porteranno avanti le azioni di messa a regime della rete di beacon.

- Sinergia TTG 2025 → Tour 2026: L'approccio di capitalizzare direttamente i contatti B2B generati da una fiera dell'anno precedente tramite un buyer tour dedicato (Tour/Educational) garantisce una strategia di marketing altamente mirata ed efficace, superando il semplice concetto di "presenza in fiera".

- Accessibilità Tecnologica: L'implementazione dell'accessibilità culturale e intellettuale attraverso il Digital Hub rappresenta un elemento di innovazione fondamentale per l'inclusività.

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

- foto/video: Ogni anno viene dedicato un budget per realizzare servizi fotografici e video nell'ambito del territorio del STTI, al fine di realizzare e aggiornare la banca dati di immagini e di video. Vi è la disponibilità a mettere a disposizione del Territorio Turistico Bologna-Modena (TT BOMO) la documentazione fotografica e video del STTI per la sua promozione.

- drone: I video promozionali sono realizzati anche con l'uso del drone.

In caso siano previste azioni di promozione istituzionale in occasione di fiere turistiche, organizzazione di press tour ed educational tour e altre attività simili organizzate di propria iniziativa e non rientranti nel piano del Territorio Turistico di Bologna-Modena e/o di Apt Servizi, puntuale motivazione sull'opportunità di tali azioni:

Il Tour/Educational per Buyers selezionati è organizzato di iniziativa propria in quanto si configura come azione strategica di follow-up diretto e necessario per la capitalizzazione del lavoro di scouting B2B svolto in occasione del TTG Travel Experience 2025 (azione prevista nella precedente annualità progettuale).

L'opportunità di tale azione autonoma risiede nella sua specificità e alta profilazione, che garantiscono la massima efficacia degli investimenti:

1. Targeting Chirurgico: I buyers invitati (italiani ed esteri) saranno selezionati individualmente e hanno già manifestato un interesse specifico per le peculiarità dell'offerta del territorio (es. Motor Valley, Appennino Active & Slow) durante la loro visita in fiera.
2. Focus sul STTI: L'organizzazione autonoma consente di creare un itinerario esperienziale esclusivo e non standardizzato interamente focalizzato sui beni, i servizi e le esperienze uniche del Sistema Turistico Territoriale Intercomunale, massimizzando il potenziale di conversione commerciale.
3. Efficienza di Costo: Gestire l'azione in autonomia, utilizzando una rete di contatti già profilata, assicura un controllo diretto dei costi e garantisce che le risorse siano investite con il massimo impatto per tradurre i contatti B2B in nuovi pacchetti turistici e in un aumento misurabile della permanenza sul territorio del STTI.

Eventuale integrazione con progetti di promozione turistica promossi da altri enti sovraordinati, come ad esempio Apt Servizi, Regione Emilia-Romagna o Territorio Turistico Bologna-Modena:
Partner di APT Servizi per la promozione del brand MOTOR VALLEY in tutte le iniziative collegate al mondo dei motori.

Breve report dell'edizione precedente con indicazione delle misure previste per il superamento delle criticità eventualmente emerse e individuazione degli elementi di novità (solo per progetti ricorrenti già presentati nelle scorse edizioni del PTPL):

Non è un progetto ricorrente

Criteri e modalità di riscontro dei risultati:

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
“Green trails” - Itinerari turistici sostenibili	N. 5 itinerari organizzati che permettano la fruizione lenta, con mezzi dolci (a piedi, in bicicletta, e-bike), segnalati, documentati e promossi.
Progetto di digitalizzazione integrata (ArtPlace/iBeacon)	Report sull'implementazione dell'accessibilità (funzionalità per disabilità motorie/sensoriali).
“Capitalizzare” i valori turistici identitari dei territori	Sfruttare la mappatura dell'offerta turistica del STTI per declinare un circuito virtuoso di esperienze nuove ed originali da offrire ai turisti
Programmazione campagne pubblicitarie	Definizione di apposita campagna pubblicitaria per ogni azione di progetto. Report sull'andamento delle campagne digitali (<i>impressions, reach, engagement</i>).

TOTALE SPESE PREVISTE: € 39.040,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 39.040,00

PUNTEGGIO: 80

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

8) NAHIA APS - PETTEGOLEZZI – ALLA SCOPERTA DI PAESI E CITTÀ LUNGO LA CICLOVIA DEL SOLE

P.G. n. 38860/2025

Domanda trasmessa fuori termine, non ammissibile ai sensi dell'art. 7 dell'avviso (come da esiti dell'istruttoria amministrativa, P.G. n. 41498 dell'01/12/2025).

Allegato 5)

TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA-MODENA

P.T.P.L. 2026

GRADUATORIE

BOLOGNA

Ambito 1

GRADUATORIA AMBITO 1.a - Informazione e accoglienza al turista IAT TRADIZIONALI (Iat R e Iat)

RICHIEDENTE	TIPOLOGIA	PIANO FINANZIARIO INIZIALE	SPESE NON AMMISSIBILI	SPESE AMMISSIBILI	PUNTEGGIO	FASCIA
COMUNE DI BOLOGNA	IAT R con RL	€ 300.000,00	€ 0,00	€ 300.000,00	89	ALTA
COMUNE DI SASSO MARCONI	IAT R con RL	€ 110.831,00	€ 0,00	€ 110.831,00	83	ALTA
NUOVO CIRCONDARIO IMOLESE	IAT R con RL	€ 100.000,00	€ 0,00	€ 100.000,00	81	ALTA
COMUNE DI SAN GIOVANNI IN PERSICETO	IAT R con RL	€ 86.600,00	€ 0,00	€ 86.600,00	80	ALTA
COMUNE DI DOZZA	IAT	€ 30.000,00	€ 0,00	€ 30.000,00	75	MEDIA
COMUNE DI MONGHIDORO	IAT	€ 79.800,00	€ 0,00	€ 79.800,00	75	MEDIA
COMUNE DI ALTO RENO TERME	IAT	€ 83.993,70	€ 0,00	€ 83.993,70	74	MEDIA
COMUNE DI LIZZANO IN BELVEDERE - VIDICIATICO	IAT	€ 44.900,00	€ 0,00	€ 44.900,00	60	MEDIA
TOTALE AMBITO 1.a TRADIZIONALI (Informazione e accoglienza al turista)		€ 836.124,70	€ 0,00	€ 836.124,70		

GRADUATORIA AMBITO 1.a - Informazione e accoglienza al turista IAT INNOVATIVI (Iat Diffusi, Iat Digitali, Welcome Room)

RICHIEDENTE	TIPOLOGIA	PIANO FINANZIARIO INIZIALE	SPESE NON AMMISSIBILI	SPESE AMMISSIBILI	PUNTEGGIO	FASCIA
UNIONE DEI COMUNI DELL'APPENNINO BOLOGNESE	IAT Digitale	€ 5.000,00	€ 0,00	€ 5.000,00	86	ALTA
COMUNE DI CREVALCORE	IAT Diffuso	€ 12.859,78	€ 0,00	€ 12.859,78	81	ALTA
UNIONE RENO GALLIERA	IAT Diffuso	€ 6.000,00	€ 0,00	€ 6.000,00	81	ALTA

RICHIEDENTE	TIPOLOGIA	PIANO FINANZIARIO INIZIALE	SPESE NON AMMISSIBILI	SPESE AMMISSIBILI	PUNTEGGIO	FASCIA
COMUNE DI VALSAMOGGIA	IAT Diffuso	€ 18.000,00	€ 0,00	€ 18.000,00	80	ALTA
COMUNE DI BOLOGNA	Welcome Room	€ 29.000,00	€ 0,00	€ 29.000,00	79	MEDIA
COMUNE DI MARZABOTTO	Welcome Room	€ 30.000,00	€ 0,00	€ 30.000,00	75	MEDIA
COMUNE DI LIZZANO IN BELVEDERE	Welcome Room	€ 17.500,00	€ 0,00	€ 17.500,00	65	MEDIA
COMUNE DI IMOLA	Welcome Room	€ 30.000,00	€ 0,00	€ 30.000,00	62	MEDIA
TOTALE AMBITO 1A INNOVATIVI (Informazione e accoglienza al turista)		€ 148.359,78	€ 0,00	€ 148.359,78		

GRADUATORIA AMBITO 1.b - Animazione e intrattenimento turistico

RICHIEDENTE	TIPOLOGIA	PIANO FINANZIARIO INIZIALE	SPESE NON AMMISSIBILI	SPESE AMMISSIBILI	PUNTEGGIO	FASCIA
COMUNE DI SASSO MARCONI	IAT R con RL	€ 30.000,00	€ 0,00	€ 30.000,00	86	ALTA
NUOVO CIRCONDARIO IMOLESE	IAT R con RL	€ 30.000,00	€ 0,00	€ 30.000,00	80	ALTA
COMUNE DI SAN GIOVANNI IN PERSICETO	IAT R con RL	€ 18.500,00	€ 2.500,00	€ 16.000,00	80	ALTA
COMUNE DI ALTO RENO TERME	IAT	€ 15.000,00	€ 0,00	€ 15.000,00	80	ALTA
COMUNE DI DOZZA	IAT	€ 10.000,00	€ 0,00	€ 10.000,00	80	ALTA
COMUNE DI BOLOGNA	IAT R con RL	€ 29.000,00	€ 0,00	€ 29.000,00	78	MEDIA
TOTALE AMBITO 1 B (Animazione e intrattenimento turistico)		€ 132.500,00	€ 2.500,00	€ 130.000,00		

Ambito 2

GRADUATORIA PROGETTI AMBITO 2 - Iniziative di promozione turistica di interesse locale

RICHIEDENTE	PROGETTO	PIANO FINANZIARIO INIZIALE	SPESE NON AMMISSIBILI	SPESE AMMISSIBILI	PUNTEGGIO	FASCIA
UNIONE DEI COMUNI DELL'APPENNINO BOLOGNESE	CRINALI 2026	€ 40.000,00	€ 0,00	€ 40.000,00	85	ALTA
YODA APS	IT.A.CÀ MIGRANTI E VIAGGIATORI: FESTIVAL DEL TURISMO RESPONSABILE	€ 26.000,00	€ 0,00	€ 26.000,00	83	ALTA
NUOVO CIRCONDARIO IMOLESE	CALICI ERRANTI – CAMPAGNA DI PROMOZIONE DEL PRODOTTO ENOTURISTICO DEL NUOVO CIRCONDARIO IMOLESE	€ 10.000,00	€ 0,00	€ 10.000,00	80	ALTA
UNIONE RENO GALLIERA	FROM CITY TO PLAIN — RIDE THE EASY WAY	€ 8.000,00	€ 0,00	€ 8.000,00	80	ALTA
VIVA IL VERDE APS	BOLOGNA MONTANA ART TRAIL (BOM.ART TRAIL)	€ 40.000,00	€ 11.000,00	€ 29.000,00	80	ALTA
COMUNE DI ZOLA PREDOSA	ZOLA JAZZ WINE 2026 “TRA I GESSI E LE VIGNE, IL SUONO DEL JAZZ DEI COLLI BOLOGNESI”	€ 39.000,00	€ 0,00	€ 39.000,00	78	MEDIA
COMUNE DI SAN LAZZARO DI SAVENA	IL PASSAPORTO DEL TEMPO - DAI MUSEI AI GESSI UNESCO CAMMINANDO NELLA STORIA DELL'UOMO	€ 17.500,00	€ 500,00	€ 17.000,00	74	MEDIA
COMUNE DI IMOLA	BACCANALE 2026. RASSEGNA CULTURALE ED ENOGASTRONOMICA	€ 40.000,00	€ 0,00	€ 40.000,00	69	MEDIA
COMUNE DI ALTO RENO TERME	LOOKAP! METAMORFOSI E L'APPENNINO RITROVATO: ARTE DIFFUSA, NATURA ED ESCURSIONI	€ 13.000,00	€ 0,00	€ 13.000,00	60	MEDIA
COMUNE DI CASTEL SAN PIETRO TERME	OUTDOOR TOUR	€ 40.000,00	€ 300,00	€ 39.700,00	60	MEDIA
COMUNE DI CASTEL SAN PIETRO TERME	NOTTE CELESTE - TERME IN FESTA	€ 32.000,00	€ 0,00	€ 32.000,00	60	MEDIA
ASSOCIAZIONE VITRUVIO A.S.D.	GUGLIELMO MARCONI COMUNE IMMORTALE	€ 19.366,00	€ 0,00	€ 19.366,00	55	BASSA
CITTÀ METROPOLITANA DI BOLOGNA IN FUNZIONE DI DESTINAZIONE TURISTICA	INIZIATIVE TURISTICHE DI INTERESSE METROPOLITANO	€ 50.000,00	-	€ 50.000,00	-	-
TOTALE AMBITO 2 (Iniziative di promozione turistica di interesse locale)		€ 374.866,00	€ 11.800,00	€ 363.066,00		

PTPL 2026

PROSPETTO DI RIEPILOGO BOLOGNA

Riepilogo Ambiti del Programma Turistico di Promozione Locale 2026	Spesa ammessa
AMBITO 1 SERVIZI TURISTICI DI BASE DEI COMUNI E DELLE UNIONI DI COMUNI	€ 1.114.484,48
1.a) INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA AL TURISTA	€ 984.484,48
- <i>IAT TRADIZIONALI</i>	€ 836.124,70
- <i>IAT INNOVATIVI</i>	€ 148.359,78
1.b) ANIMAZIONE E INTRATTENIMENTO TURISTICO	€ 130.000,00
AMBITO 2 INIZIATIVE DI PROMOZIONE TURISTICA DI INTERESSE LOCALE	€ 363.066,00
TOTALE	€ 1.477.550,48

Allegato 6)

**TERRITORIO TURISTICO
BOLOGNA-MODENA**

P.T.P.L. 2026

GRADUATORIE

MODENA

Ambito 1

GRADUATORIA AMBITO 1.a - Informazione e accoglienza al turista IAT TRADIZIONALI (Iat R e Iat)

RICHIEDENTE	TIPOLOGIA	PIANO FINANZIARIO INIZIALE	SPESE NON AMMISSIBILI	SPESE AMMISSIBILI	PUNTEGGIO	FASCIA
COMUNE DI MODENA	IAT R con RL	€ 300.000,00	€ 0,00	€ 300.000,00	93	ALTA
COMUNE DI SESTOLA	IAT R con RL	€ 111.782,80	€ 0,00	€ 111.782,80	77	MEDIA
COMUNE DI MARANELLO - STTI	IAT R	€ 129.570,00	€ 0,00	€ 129.570,00	66	MEDIA
COMUNE DI FANANO	IAT	€ 98.500,00	€ 0,00	€ 98.500,00	65	MEDIA
TOTALE AMBITO 1A TRADIZIONALI (Informazione e accoglienza al turista)		€ 639.852,80	€ 0,00	€ 639.852,80		

GRADUATORIA AMBITO 1.a - Informazione e accoglienza al turista IAT INNOVATIVI (Iat Diffusi, Iat Digitali, Welcome Room)

RICHIEDENTE	TIPOLOGIA	PIANO FINANZIARIO INIZIALE	SPESE NON AMMISSIBILI	SPESE AMMISSIBILI	PUNTEGGIO	FASCIA
COMUNE DI MODENA	WELCOME ROOM	€ 30.000,00	€ 0,00	€ 30.000,00	90	ALTA
COMUNE DI MARANELLO - STTI	IAT DIFFUSO	€ 19.800,00	€ 0,00	€ 19.800,00	80	ALTA
COMUNE DI MODENA	IAT DIGITALE	€ 30.000,00	€ 0,00	€ 30.000,00	79	MEDIA
COMUNE DI PAVULLO NEL FRIGNANO	WELCOME ROOM	€ 30.553,14	€ 553,14	€ 30.000,00	59	BASSA
COMUNE DI CAMPOGALLIANO	IAT DIFFUSO	€ 10.000,00	€ 0,00	€ 10.000,00	58	BASSA
COMUNE DI CARPI	IAT DIFFUSO	€ 20.000,00	€ 0,00	€ 20.000,00	57	BASSA
COMUNE DI NONANTOLA	IAT DIFFUSO	€ 3.800,00	€ 0,00	€ 3.800,00	57	BASSA
TOTALE AMBITO 1A INNOVATIVI (Informazione e accoglienza al turista)		€ 144.153,14	€ 553,14	€ 143.600,00		

GRADUATORIA AMBITO 1.b - Animazione e intrattenimento turistico

RICHIEDENTE	TIPOLOGIA	PIANO FINANZIARIO INIZIALE	SPESE NON AMMISSIBILI	SPESE AMMISSIBILI	PUNTEGGIO	FASCIA
COMUNE DI MODENA	IAT R con RL	€ 30.000,00	€ 0,00	€ 30.000,00	87	ALTA
COMUNE DI SESTOLA	IAT R con RL	€ 30.000,00	€ 0,00	€ 30.000,00	79	MEDIA
COMUNE DI FANANO	IAT	€ 15.000,00	€ 0,00	€ 15.000,00	79	MEDIA
UNIONE TERRE DI CASTELLI	IAT	€ 30.000,00	€ 0,00	€ 30.000,00	57	BASSA
COMUNE DI MARANELLO - STTI	IAT R	€ 26.204,00	€ 0,00	€ 26.204,00	55	BASSA
TOTALE AMBITO 1B INNOVATIVI (Informazione e accoglienza al turista)		€ 131.204,00	€ 0,00	€ 131.204,00		

Ambito 2

GRADUATORIA PROGETTI AMBITO 2 - Iniziative di promozione turistica di interesse locale

RICHIEDENTE	PROGETTO	PIANO FINANZIARIO INIZIALE	SPESE NON AMMISSIBILI	SPESE AMMISSIBILI	PUNTEGGIO	FASCIA
COMUNE DI MODENA	PIANO DI PROMOZIONE PER RAFFORZARE L'IMMAGINE TURISTICA DI "MODENA" (INTERO TERRITORIO PROVINCIALE)	€ 40.000,00	€ 0,00	€ 40.000,00	88	ALTA
COMUNE DI SESTOLA	CIMONEFLOW, SEGUICI IL RITMO DELLA MONTAGNA!	€ 38.000,00	€ 0,00	€ 38.000,00	82	ALTA
COMUNE DI MARANELLO - STTI	DIGITAL HUB & BUYER TOUR: STRATEGIA INTEGRATA PER IL POSIZIONAMENTO QUALITATIVO DELLA DESTINAZIONE	€ 39.040,00	€ 0,00	€ 39.040,00	80	ALTA
UNIONE TERRE DI CASTELLI	CAMMINO DELL'UNIONE PER TUTTI: BORGHI, SAPORI E NATURA NELLE COLLINE MODENESI	€ 14.664,00	€ 0,00	€ 14.664,00	76	MEDIA
COMUNE DI SASSUOLO	TOUR SULLA VIA DEL DUCATO	€ 5.000,00	€ 0,00	€ 5.000,00	74	MEDIA
COMUNE DI CARPI	CARPI E LE SUE ECCELLENZE	€ 40.000,00	€ 0,00	€ 40.000,00	58	BASSA
UNIONE COMUNI MODENESI AREA NORD	BELLA BASSA BECOMES SMART	€ 28.304,00	€ 0,00	€ 28.304,00	56	BASSA
TOTALE AMBITO 2 (Iniziative di promozione turistica di interesse locale)		€ 205.008,00	€ 0,00	€ 205.008,00		

PTPL 2026

PROSPETTO DI RIEPILOGO MODENA

Riepilogo Ambiti del Programma Turistico di Promozione Locale 2026	Spesa ammessa
AMBITO 1 SERVIZI TURISTICI DI BASE DEI COMUNI E DELLE UNIONI DI COMUNI	€ 914.656,80
1.a) INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA AL TURISTA	€ 783.452,80
- <i>IAT TRADIZIONALI</i>	€ 639.852,80
- <i>IAT INNOVATIVI</i>	€ 143.600,00
1.b) ANIMAZIONE E INTRATTENIMENTO TURISTICO	€ 131.204,00
AMBITO 2 INIZIATIVE DI PROMOZIONE TURISTICA DI INTERESSE LOCALE	€ 205.008,00
TOTALE	€ 1.119.664,80



Provincia di Modena

Programmazione, Monitoraggi e Qualità

PARERE DI REGOLARITA' CONTABILE

OGGETTO: PROGRAMMA TURISTICO DI PROMOZIONE LOCALE (PTPLP) DEL TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA-MODENA - ANNO 2026 - APPROVAZIONE

Si esprime il parere FAVOREVOLE in merito alla regolarita' contabile della presente proposta di Atto n. 5961/2025 ai sensi degli artt. 49, comma 1, e 147 bis, comma 1, del T.U. n. 267/2000 ordinamento EE.LL. .

Modena li, 15/12/2025

Il Dirigente
GUIZZARDI RAFFAELE

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



Provincia di Modena

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

PARERE DI REGOLARITA' TECNICA

**OGGETTO: PROGRAMMA TURISTICO DI PROMOZIONE LOCALE (PTPLP) DEL
TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA-MODENA - ANNO 2026 - APPROVAZIONE**

Si esprime il parere FAVOREVOLE in ordine alla regolarità tecnica della presente proposta di Atto n. 5961/2025, attestante la regolarità e la correttezza dell'azione amministrativa, ai sensi degli artt. 49, comma 1, e 147 bis, comma 1, del T.U. n. 267/2000 ordinamento EE.LL. .

Modena li, 12/12/2025

Il Dirigente
GOZZOLI LUCA

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



Provincia di Modena

ATTO DEL PRESIDENTE

L' Atto del Presidente n. 189 del 18/12/2025 è pubblicato all'Albo Pretorio di questa Provincia, per 15 giorni consecutivi, a decorrere dalla data sotto indicata.

Modena, 18/12/2025

L'incaricato alla pubblicazione
MORSOLETTI ILDE ROSSANA
(Sottoscritto digitalmente ai sensi
dell'art. 21 D.L.gs n 82/2005 e s.m.i.)