



Destination  
is Bologna



CITTÀ  
METROPOLITANA  
DI BOLOGNA

DESTINAZIONE TURISTICA  
BOLOGNA METROPOLITANA

**Allegato 1)**

**P.T.P.L. 2021**

**FILONE 1**

**SERVIZI TURISTICI DI BASE**

## INDICE PROGETTI

1) Comune di Bologna.....	pag. 1
2) Comune di Alto Reno Terme.....	pag. 2
3) Comune di Castel San Pietro Terme.....	pag. 3
4) Comune di Monghidoro.....	pag. 5
5) Comune di Imola.....	pag. 7
6) Comune di Lizzano in Belvedere.....	pag. 8
7) Comune di Sasso Marconi.....	pag. 14
8) Comune di Zola Predosa .....	pag. 15
9) Comune di Dozza.....	pag. 18
Tabella di sintesi.....	pag. 19

---

## SCHEDA 1

---

**SOGGETTO PROPONENTE: COMUNE DI BOLOGNA**

**P.G. n. 63875/2020**  
**Integrazione P.G. n. 67471/2020**

GESTIONE: esternalizzata a Bologna Welcome Srl

Bologna Welcome Srl è stato individuato tramite procedura pubblica dalla Città metropolitana di Bologna a cui il Comune di Bologna ha delegato la funzione di stazione appaltante per la gestione di varie attività tra cui il servizio relativo all'informazione e assistenza ai turisti (IAT), come indicato nell'accordo di collaborazione sottoscritto in data 1/8/2017 Protocollo n. 46878 e in fase di rinnovo.

In vista del rinnovo per ulteriori 3 anni del contratto di servizi inerenti la DMO, con Delibera di Giunta P.G. n. 477605/2020, sono state previste le risorse previste per il corretto funzionamento e il mantenimento del servizio di cui trattasi fino al 31/12/2023. Per l'anno 2021, il Comune di Bologna ha destinato la somma di euro 1.550.000,00 che saranno oggetto di trasferimento alla Città metropolitana nell'ambito dell'accordo istituzionale sopra richiamato; all'interno dell'impegno complessivo di euro 1.550.000,00, la spesa prevista per la complessiva gestione dei punti informativi è stimata in euro 630.000,00. Si precisa che all'interno del contratto di appalto stipulato con l'aggiudicatario Bologna Welcome s.r.l. rientrano le funzioni di gestione degli uffici I.A.T. la cui titolarità, anche per quanto concerne la spesa, rimane in capo al Comune di Bologna. Durante il periodo di alta stagione verrà ripreso il servizio di informazione turistica diffusa nel centro storico di Bologna organizzato anche negli anni precedenti. Tale servizio prevede di dare informazioni turistiche in strada con personale riconoscibile e qualificato.

Nel 2021 si prevede di proporre ai visitatori servizi in totale sicurezza dando la possibilità all'utente di fissare appuntamenti sia telefonici che in presenza con uno degli operatori degli IAT. L'obiettivo è quello di dare la possibilità all'utente di ricevere in modo sempre più veloce tutte le informazioni relative al territorio con possibilità di prenotare ed acquistare le esperienze quali visite guidate, tours, ingressi a mostre e Musei, biglietterie per eventi e spettacoli.

### Formazione

Il personale addetto agli uffici IAT-R ogni anno partecipa a numerosi momenti di formazione, in aula e presso sedi diverse dall'abituale luogo di lavoro, per l'aggiornamento delle conoscenze sui servizi turistici e sugli eventi realizzati sul territorio. Il personale partecipa, inoltre, alla formazione in materia di primo soccorso e antincendio richiesta a norma di legge. In accordo con i singoli organizzatori di eventi, vengono realizzate visite guidate specifiche a musei e monumenti oltre a momenti di prova dei servizi turistici offerti ai visitatori prima della loro commercializzazione.

In occasione di eventi di particolare richiamo turistico, vengono organizzati dei momenti di formazione ad hoc per gli operatori in modo da rendere più efficace la promozione e la vendita dell'evento presso gli uffici IAT-R.

Oltre a quelli sopra indicati, la formazione prevista per l'anno 2021 verterà sui seguenti temi: corsi di aggiornamento linguistici; corsi di comunicazione per utilizzo dei Social Network; corsi di Visual merchandising per gli allestimenti delle vetrine e degli uffici IAR-R; corsi di aggiornamento relativi al filone di prodotti outdoor, active & slow e di nuovi percorsi culturali.

**Totale spese previste € 630.000,00**

**Totale spese ammissibili € 630.000,00**

**Punteggio 85/100**

**Fascia di valutazione ALTA**

---

## SCHEDA 2

---

**SOGGETTO PROPONENTE:** COMUNE DI ALTO RENO TERME

**P.G. n. 63033/2020**

Sono due gli uffici di informazione turistica che operano sul territorio comunale in diverse sedi

**SEDE:** IAT di Porretta Terme – Piazza della Libertà, 11

**SEDE:** UIT di Molino del Pallone - Via Roma, 56/1

**GESTIONE:** dal 1 maggio 2019 la gestione degli uffici è stata affidata, tramite avviso di manifestazione di interesse, ad Appennino Slow srl (deliberazione di Giunta comunale n. 173 del 31 dicembre 2018)

A seguito dell'esternalizzazione nel 2017 della gestione del servizio all'UNPLI, l'ufficio IAT dal 1° maggio 2019 è stato affidato ad Appennino Slow srl. Tale modifica del gestore ha permesso di migliorare la rete e interazione con gli altri uffici IAT e UIT dell'area metropolitana grazie anche all'interscambio del personale, alla crescita reciproca ed alle esperienze condivise. Appennino Slow è presente da oltre 20 anni sul mercato turistico ed ha come core business proprio la valorizzazione, promozione e commercializzazione dell'Appennino Bolognese. Questo ci ha permesso di allacciare relazioni con il tessuto economico e ricettivo locale, in modo da commercializzare il prodotto turistico. A questo scopo sono stati creati dei pacchetti turistici specifici legati agli eventi più importanti nel nostro territorio (Porretta Soul Festival, Porretta Prog, Porretta Slow, Al centro della linea gotica ecc.). Parallelamente è nato il progetto "VisitAppennino" ([www.appenninoslow.it](http://www.appenninoslow.it)) che comprende numerosi pacchetti turistici, anche componibili in base alle esigenze del turista alla scoperta dei nostri luoghi più caratteristici. Tale progetto è ancora in fase di assestamento, ma ha sicuramente un grande potenziale. Sarà obiettivo dell'Amministrazione, di Appennino Slow e degli uffici lavorare in tal senso in modo da concretizzare il nostro lavoro in presenze turistiche. Inoltre tale azienda continuerà ad occuparsi dell'aggiornamento del portale internet turistico ([www.discoveraltorenoterme.it/](http://www.discoveraltorenoterme.it/)), dei profili social collegati e della gestione della newsletter settimanale. L'ufficio collabora con gli uffici della DMO (destination management organisation), gli organi della DT Bologna e gli altri uffici IAT provinciali. Supporta gli organizzatori eventi sia sull'ideazione che sulla realizzazione degli stessi in un'ottica di rafforzamento dell'identità territoriale della DT predisponendo servizi e autorizzazioni in loco. Oltre a ciò, in occasione di specifici eventi, il personale è disponibile ad aperture straordinarie dell'ufficio (ore notturne e festive). L'ufficio risponde agli standard qualitativi richiesti dalla Regione Emilia-Romagna (delibera n. 956 del 2005). Periodicamente vengono attivati percorsi formativi del personale degli uffici locali, assieme al personale degli altri uffici gestiti sempre da Appennino Slow, nonché un'azione comune sul tema comunicazione di seguito esplicito.

### Formazione

La formazione del personale che lavora negli uffici di informazione turistica non può essere improvvisata in quanto l'operatore deve avere competenze trasversali (storico-culturali, linguistiche, ambientali, locali ...) ed essere sempre aggiornato sulle attività del territorio di competenza, ma anche limitrofo, oltre che su Bologna e l'area tutta della Città Metropolitana. Essendo Appennino Slow l'unico referente nella gestione di 4 uffici turistici locali (UIT Sasso Marconi, IAT Monghidoro, IAT Alto Reno Terme, UIT Molino del Pallone) e di ExtraBo come punto di riferimento di tutto l'Appennino (in centro a Bologna), è stato individuato, in accordo tra le Amministrazioni, un progetto riguardante il personale dei rispettivi IAT e UIT per formare gli addetti in modo completo e approfondito attraverso vere e proprie "lezioni di territorio" da effettuare sul campo. Analogamente, le Amministrazioni hanno concordato sull'idea di coordinarsi, sempre seguendo le linee direttive di DMO e Città Metropolitana, per quel che riguarda un piano di comunicazione che permetta a tutti gli uffici turistici di conoscere e promuovere le attività e le peculiarità del territorio presidiato dai diversi IAT e UIT in modo da ampliare il target e il mercato di riferimento fornendo risposte che vadano oltre i confini amministrativi. Grande importanza in questo senso ce l'hanno i social network (Facebook, Instagram su tutte) oltre ai siti di riferimento di ogni ufficio che interagiscono tra di loro facendosi pubblicità reciprocamente e creando una rete solida e vincente. Inoltre i dipendenti degli uffici hanno seguito sia in presenza che online gli incontri proposti e organizzati da Bologna Welcome, tutti a tema turistico, alcuni prima della pandemia che ci ha colpiti, altri durante. Partecipare anche ai numerosi tavoli (sicurezza, cultura, turismo, Appennino ecc.) è sicuramente un modo per apprendere direttamente le

dinamiche legate alla nostra realtà turistica, informarsi e confrontarsi con persone in modo stimolante e dinamico contribuendo alla crescita personale e alla formazione di ogni operatore.

**Totale spese previste IAT di Porretta Terme € 53.300,00**

**Spese ammissibili IAT di Porretta Terme € 53.300,00**

**Totale spese previste UIT di Molino del Pallone € 5.650,00**

**Spese ammissibili UIT di Molino del Pallone € 5.650,00**

**Totale spese ammissibili € 58.950,00**

**Punteggio 85/100**

**Fascia di valutazione ALTA**

---

### **SCHEDA 3**

---

**SOGGETTO PROPONENTE: COMUNE DI CASTEL SAN PIETRO TERME**

**P.G. n. 63561/2020**

**SEDE:** UIT di Castel San Pietro Terme - Piazza XX Settembre, 4

**GESTIONE:** diretta

L'ufficio U.I.T. di Castel San Pietro Terme, direttamente gestito dal Comune, composto complessivamente da cinque addetti, è attualmente ubicato in Piazza XX Settembre, all'interno del Municipio, con accessibilità a tutte le categorie di utenti (anche diversamente abili). Si segnala che è in fase di progettazione il trasferimento degli uffici a poca distanza dal Palazzo Comunale, in locali di proprietà dell'Amministrazione Comunale, particolarmente idonei per ubicazione, collocazione, lay out, servizi e prestigio a divenire nuova sede UIT. L'Ufficio costituisce un importante punto di riferimento immediato, dedicato a turisti e viaggiatori che si trovano nella città, per provvedere ad un sistema diffuso di accoglienza ed informazione turistica, in grado di promuovere le eccellenze dell'area metropolitana, nonché fornire assistenza affinché il soggiorno del visitatore risulti gradevole. All'interno delle numerose attività poste in essere, l'Ufficio intende sempre più organizzarsi non solo come "punto stabile", ma anche con l'affiancamento, in determinate occasioni (quali eventi, iniziative, manifestazioni, ecc.), di c.d. "azioni di accoglienza diffusa" per raggiungere il turista nel luogo in cui si trova, con l'attivazione di info point e corner di promozione turistico-territoriale.

Tutta l'attività di informazione svolta viene, sempre più spesso, esplicitata in forma web, online e telefonica, tuttavia, rimane sempre attuale la funzione primaria di ricevimento presso lo sportello, ancorché attivata con nuove modalità a seguito della pandemia Covid-19.

Come si evince dalla scheda di rilevazione turistica della stagione 2019, l'Ufficio U.I.T. di Castel San Pietro Terme è generalmente visitato/contattato direttamente dai visitatori: è quindi un luogo in cui il turista raccoglie stimoli, suggestioni, chiede suggerimenti e consigli; notizie che riceve in prima istanza dai social e, in seconda istanza, con richieste dirette. A seguito delle problematiche derivanti dagli effetti Post-Covid-19, nel 2021 sarà però necessario che il Punto d'informazione ed Accoglienza turistica, consapevole del proprio ruolo di importante interfaccia fra i turisti e la destinazione, si organizzi per fornire ai potenziali visitatori, in via preventiva, informazioni che li rassicurino per scelte di visita/soggiorno nel nostro territorio, nonché durante la permanenza, relative alle misure di sicurezza e di igiene collettiva che le nostre strutture sono in grado di garantire. L'Ufficio UIT, essendo uno dei primi punti di contatto del turista con il territorio, dovrà inoltre costantemente proporsi con proprie linee guida di sicurezza, igienizzazione e prevenzione del contagio, dimostrando così la propria capacità ad adattarsi prontamente e positivamente alle nuove necessità e ai nuovi bisogni della domanda turistica.

Consapevoli che l'economia del turismo è stata pesantemente colpita dalla pandemia di coronavirus (COVID-19) e dalle misure che sono state introdotte per contenerne la diffusione, il 2021, necessiterà da parte dell'Ufficio U.I.T. un costante monitoraggio degli scenari di riferimento turistico relativi al proprio territorio di competenza, adoperandosi con flessibilità alle esigenze sia degli operatori del settore che dei

turisti, per favorire la ripresa. La crisi del settore turistico determinata da Covid-19 ha prodotto cambiamenti delle modalità di richiesta e di offerta del servizio di informazione turistica, sia a breve che a lungo termine, strettamente collegati ai comportamenti dei viaggiatori e visitatori, con una marcata accelerazione del passaggio allo scambio di informazioni on-line senza contatto diretto, nonché ad un aumento di attenzione all'igiene ed a una vita sana. Il 2021, come già il 2020, sarà un anno dedicato al turismo di prossimità e, pertanto, l'Ufficio UIT attiverà conseguenti nuove strategie, considerata la vivacità e la continua evoluzione del settore, caratterizzato da un pubblico interessato prevalentemente a soggiorni brevi ed iniziative per piccoli gruppi, ovvero ad eventi a cui partecipare e luoghi da visitare previa prenotazione.

Ciò necessiterà quindi un'organizzazione del servizio U.I.T. dedicata e puntuale, anche nella fase di promozione, assistendo, per le finalità enunciate, le attività dei vari settori coinvolti che, in linea con gli obiettivi e le indicazioni della Destinazione, contribuiranno alla realizzazione di un'offerta che coniughi a livello turistico: agricoltura, artigianato, cultura, ambiente, sport, enogastronomia, ecc.

Tutti gli operatori del settore saranno quindi invitati a collaborare a tali progettualità nell'ambito del Tavolo del Turismo dei comuni del Circondario Imolese, un vero e proprio "tavolo interattivo", dove la promozione delle singole realtà viene implementata dalla messa in rete di informazioni capaci di costruire proposte precise e dettagliate sulle attrattive e sui servizi turistici.

La progettazione delle attività dell'Ufficio, in linea con il quadro di intervento programmatico è costituita sulla base delle Linee guida regionali previste dall'art.5 della L.R. n.4/2016 e delle Linee di indirizzo pluriennali della destinazione turistica Bologna Metropolitana ed avranno come focus principale il miglioramento di strategie per riguardino in particolare:

- Informazioni generali sulle risorse turistiche e sull'offerta turistica dell'ambito della Destinazione;
- Assistenza al turista nella ricerca di disponibilità ricettiva e per la partecipazione a iniziative, manifestazioni, visite, ecc.;
- Materiale informativo a disposizione, distribuito gratuitamente, quale:
  - dépliant e piantine delle località comprese nel Comune, nei Comuni del Nuovo circondario imolese e nell'area metropolitana con l'indicazione delle principali attrattive e servizi;
  - carte stradali del territorio;
  - locandine e dépliant relativi a manifestazioni, eventi, iniziative, ecc.;
  - presenza di Totem – bacheca con schermo per la proiezione di materiale informativo;
- Organizzazione diretta / Supporto nell'ideazione, relazione, promozione di iniziative ed eventi locali, calendario eventi, programmi di visite, mostre, concorsi, itinerari a tema, ecc.;
- Organizzazione sia presso i locali sia in forma digitale un corner dedicato alle produzioni locali, alle opportunità di visita alle aziende del territorio, in perfetta coerenza con la vocazione turistica distintiva della destinazione turistica di appartenenza;
- Aggiornamento dei dati per garantire adeguata pubblicità alle numerose iniziative a carattere turistico, culturale e fieristico organizzate annualmente nel Comune; le informazioni saranno diffuse ad ampio raggio con l'inserimento nel sito web del Comune di Castel San Pietro Terme ([www.comune.castelsanpietroterme.bo.it](http://www.comune.castelsanpietroterme.bo.it)) e, di volta in volta, anche su altri siti quali quello del Centro Commerciale Naturale di Castel San Pietro Terme ([www.castelsanpietrotermefacetro.it](http://www.castelsanpietrotermefacetro.it)), in collaborazione con l'ufficio stampa e l'area comunicazione del Comune, quello dell'Associazione Cittaslow ([www.cittaslow.org](http://www.cittaslow.org)), quello dell'Associazione nazionale città dell'Olio ([www.cittadell'olio.it](http://www.cittadell'olio.it)), a cui recentemente il Comune di Castel San Pietro Terme ha aderito) e di altri organismi a valenza turistica tra cui IF-IMOLAFENZA TOURISM COMPANY ([www.imolafaenza.it](http://www.imolafaenza.it)), il portale dedicato al turismo dei comuni del Nuovo Circondario Imolese e dell'Unione Romagna Faentina e Bologna Welcome ([www.bolognawelcome.com](http://www.bolognawelcome.com)), relativamente all'Area della Città Metropolitana.

Di particolare rilievo saranno le azioni atte alla promozione della propria eccellenza turistica costituita dal prodotto termale che, in collaborazione con gli Stabilimenti Termali ed il CO.TER, costituisce, assieme all'impianto di golf della Città, una delle principali fonti di attrazione turistica e di sviluppo socio-economico del territorio.

Si evidenzia che l'attività dello U.I.T. in occasione di manifestazioni ed eventi è supportata anche dall'Associazione Turistica Pro Loco di Castel San Pietro Terme, in base ad apposita convenzione in essere.

Nell'ottica di un costante miglioramento del servizio agli utenti, continueranno ad essere proposte azioni per individuare punti di forza ed eventuali criticità dell'informazione turistica, oltre che aspettative e interessi del pubblico in relazione all'offerta turistico-culturale del territorio, attuale e futura.

Particolare attenzione sarà dedicata all'attività di promozione, valorizzazione e diffusione degli eventi che si svolgeranno su tutto il territorio Metropolitan, a cominciare da quelli inseriti nel cartellone di BOLOGNA

ESTATE 2021, che propongono un'offerta culturale di alto livello qualitativo in tutto il territorio di Bologna e nell'area Metropolitana.

#### Formazione

Il programma formativo degli addetti all'Ufficio U.I.T. di Castel San Pietro Terme per l'anno 2021 prevede la partecipazione a corsi (su più giornate) tenuti da aziende esperte del settore in modalità telematica, ovvero in presenza, a seconda delle disposizioni a tutela della Pandemia COVID-19 in essere al momento della realizzazione dei corsi medesimi.

I corsi di formazione sono finalizzati a migliorare le conoscenze degli operatori U.I.T. relativamente ai seguenti argomenti:

- Conoscenza del territorio dell'Area Metropolitana, con focus relativo alle eccellenze culturali, storiche, turistiche, ambientali, sportive, enogastronomiche e del termalismo;
- Gestione procedure prenotazione per la partecipazione a manifestazioni, eventi, visite a mostre, musei, ecc.;
- Metodologie per migliorare la fruibilità delle opportunità dei servizi turistici disponibili sulla base delle richieste dell'utente, con sperimentazione di nuove forme di interazione, in specie app dedicata, ovvero link web dedicato;
- Metodologie per la rilevazione della customer satisfaction.

Il programma di formazione ha come finalità il miglioramento delle performance dell'addetto alle attività di informazione ed accoglienza turistica, per ottimizzare la diffusione capillare delle informazioni dell'Area metropolitana ed offrire all'utenza una consulenza qualificata.

**Totale spese previste € 40.000,00**

**Spese ammissibili € 40.000,00**

**Punteggio 85/100**

**Fascia di valutazione ALTA**

---

#### **SCHEDA 4**

---

**SOGGETTO PROPONENTE: COMUNE DI MONGHIDORO**

**P.G. n. 63583/2020  
Integrazione P.G. n. 67233/2020**

**SEDE:** IAT di Monghidoro - Via Matteotti, 1 (presso Municipio)

**GESTIONE:** in concessione a Appennino Slow Scrl a seguito di procedura negoziata (Determinazione n. 122 dell'8 giugno 2016 rinnovata con determinazione n. 204 del 22/06/2018)

Coerenti con le linee di indirizzo pluriennali 2021-2023 per la programmazione turistica redatte della Destinazione Turistica Bologna Metropolitana, l'Ufficio IAT di Monghidoro, si impegna per il 2021 i seguenti obiettivi: favorire la destagionalizzare delle presenze turistiche con azioni specifiche nei periodi di bassa stagione (nuovi eventi, attività innovative, ecc.); migliorare la qualità dell'accoglienza sia dell'ufficio che delle strutture ricettive del territorio; condividere i progetti con gli operatori locali; favorire quelle iniziative legate al turismo sostenibile e responsabile; migliorare la qualità degli eventi nel comune; incentivare le attività green legate al turismo outdoor; fornire adeguata formazione agli operatori dell'ufficio e del territorio. Tutto questo dovrà avvenire in sinergia con i comuni limitrofi in particolare con i 4 comuni del Patto di Crinale di cui di fatto siamo l'ufficio informazioni di riferimento e inoltre con le restanti Amministrazioni dell'Unione dei Comuni Savena-Idice, con Bologna Welcome con l'obiettivo di promuovere un territorio più ampio.

L'Ufficio IAT di Monghidoro per il 2021 lavorerà per raggiungere questi obiettivi per migliorare il servizio:

- incrementare la formazione dei collaboratori attraverso incontri web anche con i colleghi degli altri uffici. In questa epoca di Covid dove tutti abbiamo iniziato a utilizzare le videoconferenze, l'obiettivo è utilizzare questi strumenti per incrementare la formazione. Ci sono maggiori possibilità di incontri e sicuramente con la presenza di un maggior numero di persone. Formazione per gli operatori, ma anche per tutte quelle realtà che si occupano di turismo nei nostri comuni ora facilmente raggiungibili con le videochiamate collettive;

- migliorare la qualità degli eventi. Lavorare per destagionalizzarli, ma anche in modo coordinato per promuoverli al meglio utilizzando la rete degli uffici, e fornendo le informazioni a Bologna Welcome al fine di avere un maggior risalto (Promenade ecc.). Collaborare con le associazioni del territorio per la stesura di un calendario condiviso e possibilmente senza sovrapposizioni e sollecitare le associazioni affinché nei loro eventi utilizzino tutti quegli strumenti atti a migliorare la sostenibilità ambientale (Raccolta differenziata, utilizzo di materiali plastic free, utilizzo di prodotti a chilometro zero, ecc.)

- sviluppare ulteriormente la rete degli Uffici al fine di condividere formazione, progettualità e competenze per arrivare alla realizzazione di un grande contenitore appenninico. Accrescere ulteriormente la collaborazione e lo scambio con la DMO Bologna Welcome con il fine ultimo di trasformare l'ufficio IAT in un vero e proprio laboratorio di marketing territoriale e non solo quale divulgatore di informazioni. Un progetto già iniziato lo scorso anno e che va certamente proseguito.

L'ufficio IAT di Monghidoro si occuperà ovviamente dell'attività istituzionale: (informazioni e assistenza ai turisti e cittadini fornite direttamente al front office, via mail e telefonicamente) ma anche di altre attività richieste dal comune e dai turisti quali: coordinamento degli eventi effettuando preventivamente riunioni con le associazioni locali; elaborazione e realizzazione di un calendario manifestazioni che verrà pubblicato nella primavera del 2021; collaborazioni con le associazioni del territorio sia per la realizzazione di eventi di qualità; formazione del personale. Vista la possibilità di utilizzare molto le videochiamate ed il web in genere, effettueremo corsi condivisi con gli altri uffici su temi diversi fra i quali turismo outdoor, cammini ecc. inoltre il personale si iscriverà a diversi webinar (ora ce ne sono veramente tanti) dedicati al turismo e all'accoglienza. In merito alla comunicazione: Newsletter: la newsletter verrà aggiornata a livello grafico, inserendo oltre agli eventi anche le informazioni turistico-culturali del territorio. Verrà redatto un calendario con i vari temi. Solitamente viene inviata il giovedì con gli appuntamenti della settimana successiva. Al momento abbiamo 2.700 iscritti; Social network: utilizziamo la pagina facebook come strumento social principale per divulgare tutte le attività del nostro territorio. Inoltre utilizziamo la strategia del "repost", condividendo post e immagini degli altri nostri uffici e degli operatori territoriali con lo scopo di moltiplicare la diffusione degli eventi. Comunica Stampa: Per i principali eventi sul territorio verranno predisposti i comunicati stampa da mandare ai principali media dell'area metropolitana. Per le conferenze o per eventuali giornalisti che ne facessero richiesta predisponiamo il "Kit stampa" con foto, locandina evento e comunicati stampa inerenti all'iniziativa.

#### Formazione

Sono previsti nel 2021 diversi momenti formativi mettendo in rete i nostri uffici.

Formazione sul territorio:

- due giornate di formazione a Monghidoro dove la nostra referente accompagnerà in giro per il territorio le colleghe degli altri uffici IAT gestiti da Appennino Slow e non.

- Due giornate a Alto Reno Terme

- Una giornata a Lizzano in Belvedere

- sono previste anche due giornate presso l'ufficio di eXtraBo dove le ragazze si alterneranno con gli operatori del punto informativo.

Inoltre in primavera (marzo-aprile) sono previste tre giornate di formative sul territorio dove porteremo gli operatori in giro con un minibus a visitare le eccellenze dell'Appennino in tre aree diverse al fine di "toccare con mano" quello che hanno appreso negli incontri formativi on line.

**Totale spese previste € 39.368,24**

**Spese ammissibili € 39.368,24**

**Punteggio 85/100**

**Fascia di valutazione ALTA**



---

## SCHEDA 5

---

**SOGGETTO PROPONENTE:** COMUNE DI IMOLA

**P.G. n. 62051/2020**

**SEDE:** IAT di Imola - Galleria Centro Cittadino - Via Emilia, 135

**GESTIONE:** diretta

Visto il particolare periodo che globalmente si sta vivendo e che indubbiamente tocca anche il settore turistico, lo IAT proseguirà nel rinnovare le sue modalità operative come già avvenuto nel 2020. L'anno 2021 sarà probabilmente caratterizzato dalla riconferma di grandi eventi cancellati nell'anno precedente causa Covid-19, sia sportivi che culturali all'interno dell'Autodromo Enzo e Dino Ferrari e in città.

In considerazione di questo e della stretta collaborazione consolidata in questi anni con la società di gestione del circuito, sarà nostra intenzione partecipare e collaborare attivamente alla buona riuscita degli eventi sportivi e commerciali che si svolgeranno all'interno dell'impianto.

Questo si concretizzerà con l'attivazione dei seguenti servizi:

- 1 - stand temporanei sia all'interno dell'Autodromo che all'esterno, nelle principali vie d'accesso;
- 2 - promozione diretta attraverso una capillare spedizione agli IAT regionali del materiale dell'evento;
- 3 - vendita dei biglietti dei maggiori eventi sportivi in svolgimento all'Autodromo.

In particolare, continueremo a collaborare con le associazioni locali sia a livello organizzativo che gestionale, attraverso aperture straordinarie dell'ufficio per favorire e promuovere sia gli eventi che il territorio. Tale collaborazione sarà realizzata in occasione dei seguenti eventi: - Lom a Merz in marzo - Sport al Centro in giugno - Imola in Musica in giugno - Imola di mercoledì in giugno e luglio - Mostra Scambio CRAME in settembre - Sfujereia / Città dell'Artigianato in settembre - Bacchanale in novembre - ImolaNatale in dicembre. In particolare, relativamente a Sport al Centro, è nostra intenzione ripetere l'esperienza degli anni precedenti, dove abbiamo curato la realizzazione del depliant, implementato il sito internet (<http://visitareimola.it/sportalcentro/>), proposto un concorso di raccolta timbri di prova sport a premi e distribuito oltre 2000 copie del programma. Pubblicheremo la guida agli eventi gastronomici da noi realizzata, Appuntamenti Golosi. Proseguirà nella promozione del territorio attraverso la spedizione del materiale turistico alle strutture ricettive locali e alle strutture del Circondario che ne faranno richiesta.

Pubblicheremo la guida dei maggiori Eventi di Imola, (Imola Eventi 2021 - sedici maggiori eventi che si svolgeranno nell'anno ad Imola), depliant realizzato in lingua italiana e inglese, distribuito a tutti gli IAT regionali e alle strutture ricettive del Circondario Imolese. Continueremo nella distribuzione del 'Dono' (n. 20 semi di Pomodoro Riccio), realizzato nel 2013 in cinque lingue, prodotto di fidelizzazione e ricordo del territorio di Imola. Proseguirà nella valorizzazione degli eventi e delle attività attraverso i Social Network in particolare: Facebook (aperto nel 2011 e ad oggi con 2980 'amici'); Twitter (aperto a giugno 2015) e Pinterest (aperto nel 2014). Proseguiremo nell'inserimento degli eventi estivi all'interno di un sito (<http://visitareimola.it/oasiincitta>), da noi creato a giugno 2016, per dare maggiore visibilità agli eventi in programma da giugno a settembre in città. Inoltre proseguiremo nella realizzazione del depliant cartaceo 'Oasi in Città', pubblicazione cartacea composta da 48 pagine, iniziata per la prima volta nel 2019. Verrà riattivata la collaborazione con il Comune di Bologna nella promozione e vendita della Card Musei Metropolitani, iniziata a novembre 2016 e interrotta a giugno 2020. Continueremo ad effettuare il servizio di collaborazione con le associazioni di promozione culturale che visitano la nostra città. Proseguirà nella vendita di prodotti di valorizzazione e fidelizzazione del territorio (n. 12 tipologie di cartoline, n. 12 tipologie di magneti, n. 2 tipologie di segnalibri magnetici, cofanetto prodotti contenente n. 6 libretti dei prodotti del territorio, n. 6 tipologie di quaderni a righe con copertine raffiguranti luoghi storici e di interesse della Città di Imola, n. 5 tipologie di poster raffiguranti luoghi storici di Imola). Proseguiremo nella collaborazione con l'associazione culturale Pro Loco di Imola per la promozione dei produttori locali attraverso la vendita di SaporinBorsa, contenitore che racchiude 5 prodotti tipici del territorio a scelta fra vino, miele, biscotti, formaggio, confetture, salame, ragù. Continuerà la realizzazione in autonomia della brochure relativa alle strutture ricettive denominata 'Dove Dormire' e quella relativa ai ristoranti denominata 'Mangiare a Imola'; aggiornate in tempo reale con le nuove aperture e/o chiusure, sono inserite nel sito istituzione alla pagina <http://visitareimola.it/richiestapubblicazioni/>, dove è possibile scaricare e/o richiedere in spedizione gratuita il materiale in distribuzione agli utenti allo IAT. Continuerà il progetto di accoglienza dei turisti attraverso un

totem posizionato nella nuova sala di attesa della stazione Ferroviaria di Imola (rimosso a dicembre 2017 per lavori di ristrutturazione e installato ex novo ad aprile 2018) attraverso la consegna giornaliera di materiale turistico (eventi, materiale turistico e mappa della città); a fianco del totem abbiamo anche posizionato un quadro con la mappa cartacea del centro storico della città per guidare il turista all'arrivo a Imola. Proseguirà nella collaborazione con il gestore del campeggio temporaneo di Imola (Centro Sociale Tiro a Segno) in occasione di grossi eventi (2020 Mondiali di Ciclismo) per la gestione delle prenotazioni relative ai turisti stranieri. Continuerà la collaborazione con il Servizio Attività Economiche del Comune di Imola iniziata nel 2020 attraverso l'implementazione del sito dedicato all'evento Fiera Agricola del Santerno in programma ogni anno nel mese di giugno.

#### Formazione

Il programma di formazione delle operatrici dell'ufficio IAT di Imola prevede la diversificazione su due linee; una di carattere prettamente informatico e una di carattere storico culturale. L'ufficio realizza in autonomia parecchio materiale per la distribuzione all'utenza; si è reso quindi necessario l'acquisto di programmi specifici per creazioni di depliant e conseguenti corsi di formazione per l'utilizzo di tali prodotti. Per quanto riguarda invece la formazione di carattere storico culturale, l'utenza che si rivolge all'ufficio ha sempre maggiore esigenza di conoscere il territorio nella sua completezza e anche la realizzazione della pista ciclabile che collega una parte importante dei comuni del Circondario Imolese, ha reso necessario un approfondimento di queste realtà al fine di poter rispondere e accompagnare il turista nella scoperta dell'area imolese.

**Totale spese previste € 111.500,00**

**Spese ammissibili € 111.500,00**

**Punteggio 85/100**

**Fascia di valutazione ALTA**

---

### SCHEDA 6

---

**SOGGETTO PROPONENTE: COMUNE DI LIZZANO IN BELVEDERE**

**P.G. n. 63147/2020**

Due sono gli IAT attivi sul territorio comunale

**SEDE:** 1. IAT Lizzano in Belvedere - Piazza Marconi, 6  
2. IAT Vidiciatico – Piazza XXVII Settembre, 6

**GESTIONE:** in concessione al Consorzio Quota 1945 - Corno alle Scale. Il contratto decorre dal 1/03/2018 e si rinnova il 31/12/2020 per altri due anni.

Il Comune di Lizzano in Belvedere presenta domanda di contributo per un progetto strategico e riorganizzativo della promozione turistica locale, al fine di elevare gli standard dei servizi, in una situazione in cui il comparto del Turismo sta attraversando una fase estremamente critica e delicata dovuta all'emergenza sanitaria Covid-19, esplosa all'inizio del 2020, che ha visto il nostro territorio protagonista di una invasione di turisti, non solo di prossimità, che a seguito delle restrizioni dovute alla pandemia ha riscoperto le bellezze naturali, culturali e le possibilità di praticare sport nelle strutture al chiuso sia all'aperto, grazie agli ampi spazi che il nostro comprensorio offre. Lo scenario non lascia intravedere per il prossimo futuro una rapida soluzione e il continuo afflusso di turisti che piacevolmente sta riscoprendo questi luoghi da tempo dimenticati, rappresenta una sfida importante per costruire le condizioni di una nuova visione del nostro sviluppo turistico, e diventa prioritario impostare una strategia turistica di medio periodo in grado di creare valore economico, sociale e culturale per tutto il territorio che garantisca un sistema di accoglienza efficiente. In coerenza con gli obiettivi della programmazione turistica regionale e della Destinazione turistica Bologna metropolitana, il nostro progetto turistico di promozione locale viene rimodulato anche a seguito del passaggio di Bologna e del territorio metropolitano da destinazione-punto a destinazione mappa, che ha visto negli ultimi 5 anni un

accrescimento del flusso turistico non più concentrato esclusivamente sul Capoluogo, ma si è diffuso in modo più omogeneo sul territorio metropolitano grazie alla capacità attrattiva autonoma dei singoli ambiti extra-urbani. Il progetto di seguito illustrato non può quindi prescindere dall'esperienza del 2020, anzi punta a farne tesoro per elaborare un riposizionamento strategico per il 2021, che si è reso necessario per fronteggiare la crisi e che acquisirà ancora maggior valore nella fase di rilancio.

## ACCOGLIENZA

Una prima linea di azioni punta a migliorare la qualità dell'accoglienza per garantire l'accessibilità alle famiglie e alle persone con esigenze speciali attraverso la definizione di itinerari accessibili a tutti, che coinvolgerà gli uffici di informazione turistica presenti, con azioni per coordinare i punti informativi anche attraverso piattaforme integrate tra gli uffici Iat, gli Outdoor Point, le associazioni interessate e gli operatori del territorio. La nostra Montagna è il luogo ideale per le famiglie che vogliono offrire ai loro bambini esperienze uniche grazie alla natura incontaminata e i nostri Camp Estivi nel 2019 hanno riscosso enorme successo. I nostri uffici di accoglienza hanno coordinato unitamente a professionisti presenti sul territorio, la Cooperativa Madreselva e Cooperativa Eco, il progetto CORNO CHILDREN: tre differenti Camp Estivi nei quali i bambini hanno sperimentato una vacanza all'insegna dell'avventura nello sport e della natura in grandi aule all'aperto per imparare giocando sotto gli alberi, per correre tra i prati, saltare e respirare aria pura. I nostri camp Estivi per bambini quest'anno, a seguito del lockdown, sono stati i primi in Emilia Romagna ad aprire e sono stati accolti bambini anche da altre regioni e le famiglie hanno potuto trascorrere una vacanza all'insegna del relax nelle nostre strutture ricettive. Per il 2021 nostri Camp Estivi saranno ripresentati nelle tre soluzioni già sperimentate. Una delle nostre priorità è rendere il Comprensorio del Corno alle Scale una stazione accessibile e sicura per Tutti: bambini e persone con esigenze speciali e i nostri programmi costituiscono un esempio concreto dell'indirizzo per sviluppare azioni turistiche inclusive. Per la prossima stagione invernale 20/21 è previsto l'ampliamento della zona dedicata al Baby Park, con giochi e gonfiabili da utilizzare durante tutte le stagioni e un punto accoglienza d'inclusione dove normodotati e diversamente abili potranno incontrarsi e scambiarsi esperienze. Inoltre è già possibile poter praticare lo sci in maniera autonoma o accompagnata, grazie a 1 dualski e 2 monosci Tessier di proprietà del Comune di Lizzano in Belvedere. Grazie al progetto "Appennino per Tutti" verranno acquistati nel 2021, una seduta impermeabile, da utilizzare anche in piscina, e una seduta da sterrato, che permetterà di accompagnare le persone disabili in escursioni facili e sicure. Tutto ciò è possibile grazie ai professionisti formati e specializzati presenti sul territorio, che da anni collaborano con associazioni importanti come PassoPasso, La Casa di Pietro e l'associazione ENS (Ente Nazionale Sordomutià. Per integrare i servizi di informazione ed all'accoglienza- verrà realizzato nel 2021 all'interno dell'Ufficio Iat di Vidiciatico un corner dedicato esclusivamente alla Stazione Sciistica del Corno Alle Scale che si coordinerà con il nuovo Outdoor Infopoint presente nella zona le Polle che verrà condotto dalla società di gestione della stazione "Corno Alle Scale Srl". Importanza fondamentale degli Uffici Iat sta nel coordinamento delle strutture sportive, gli addetti si occupano delle prenotazioni e del coordinamento di attività ed eventi tutto l'arco dell'anno. Al "PALASPORT ENZO BIAGI" di Lizzano in Belvedere si svolgono tutto l'arco dell'anno attività sportive (preparazione atletica, scherma, pallavolo, pre-sciistica, tennis, calcetto, basket), inoltre è utilizzato da numerose squadre dilettantistiche di Bologna e Città Metropolitana, Firenze, Pistoia, Milano e altre città, per l'avviamento allo sport dei giovani che hanno scelto la nostra località turistica montana per i ritiri e gli stage per favorire l'educazione fisica intesa anche come opportunità educative e di benessere psico-fisico non solo per la pratica del calcio ma anche di altri sport che richiedono allenamenti all'aperto. La squadra di serie A della Fortitudo Basket di Bologna da qualche anno ha scelto il nostro Comune come luogo di ritiro pre-campionato nel mese di Agosto. Nelle strutture sportive del Comune sono in atto interventi di valorizzazione funzionale che miglioreranno la fruibilità dell'impianto-struttura anche per ragazzi disabili. Il nostro Comune ha infatti ospitato nel 2019 il primo Torneo di BASK IN un nuovo sport per permettere a giovani normodotati e giovani disabili di giocare insieme nella stessa squadra. Entro il mese di dicembre 2020 verrà inoltre inaugurato il primo sentiero di Forest Therapy, sentiero CAI 125 situato tra le frazioni di Vidiciatico e Lizzano, realizzato grazie anche al contributo dell'Ente Parchi Emilia Orientale e di Destinazione Turistica. Intendiamo infatti sviluppare, anche a seguito dell'arrivo della pandemia Covid-19 un "Bosco del Respiro" attraverso un ricco sistema integrato di fruizione dei sentieri e del territorio per l'autopromozione del benessere psicofisico unico in Europa, agganciandosi al concetto di "Forest Medicine" internazionale, che vede Natura come terapeuta e generatrice di benessere.

Seguirà da parte dei nostri Uffici Iat un'azione importante di promozione, informazione, di coordinamento e di gestione dei contatti con le strutture ospedaliere, le strutture sanitarie, le scuole e i centri olistici e di benessere che verranno coinvolti a partire da giugno 2021 nelle iniziative legate al progetto.

## QUALITÀ DELL'OFFERTA

Gli Uffici Iat con il rinnovo del contratto di gestione al Consorzio degli operatori Turistici locali si impegneranno nel 2021 a migliorare e qualificare i prodotti turistici esistenti. I prodotti turistici più stabili e tradizionali, saranno qualificati e rafforzati nella loro impostazione di base, in quanto costituiscono il "core" dell'intera economia turistica locale e si lavorerà sulla creazione/immissione sui mercati di nuove prodotti per le persone speciali, l'autopromozione della salute, nuove experience e nuove attività culturali (nel 2021 il centro documentale Enzo Biagi verrà arricchito con tutta la documentazione audio-video presente alla Rai sul celebre scrittore e verrà inaugurato il nuovo centro della memoria fotografica del 900, grazie al contributo ottenuto dalla regione Emilia Romagna), che devono sapere rispondere alle esigenze di ospiti i quali subiscono continue mutazioni in quanto a desideri, percezioni, motivazioni di scelta. Verrà avviato un percorso di costruzione di prodotti integrati per sperimentare formule più moderne di collegamento virtuale/reale tra luoghi e prodotti sulla base di uno stesso trait d'union che deve unire assieme cultura, movimento lento, identità artigianale, luoghi del gusto ecc. Sono stati inoltre ideati e realizzati itinerari culturali attraverso video-audio guida delle opere d'arte accessibili direttamente sul cellulare grazie a QR CODE posizionati in prossimità degli elementi interessati che verranno arricchiti nel 2021. Gli obiettivi saranno aumentare arrivi e presenze, come pure la permanenza media. L'incremento degli arrivi e delle presenze è un obiettivo che può considerarsi standard per un territorio che si basa quasi esclusivamente sull'economia turistica e incrementare la quota di internazionalizzazione. Le azioni di promozione turistica coordinate con affiancamento degli operatori con azioni di supporto alla costruzione del prodotto turistico nelle sue varie componenti rafforzerà i sistemi di relazione pubblico/privato. Sia per quanto riguarda la parte strategica sia per quanto attengono le azioni di promo-commercializzazione. E, questo, un elemento portante di tutte le attività future che deve essere applicato sui vari segmenti che compongono il settore (dal sistema di promozione a quello commerciale, dalla definizione degli eventi di valenza turistica al sistema delle informazioni ed accoglienza, ecc.). La filiera turistica verrà integrata con gli altri comparti. Da quello dell'agricoltura alla cultura, dai prodotti tipici alle eccellenze dell'artigianato locale. Tutto deve essere strettamente interconnesso con l'industria turistica in quanto questa scelta — se effettuata in maniera condivisa — porta vantaggi a tutti i settori economici coinvolti. Le azioni di supporto appena descritte risultano tanto più necessarie quando si consideri l'impatto della pandemia. La crisi sanitaria legata al Covid-19 rappresenta, infatti, un pericolo sostanziale per queste attività afferenti al settore del turismo. La sostenibilità, l'equilibrio e la responsabilità rappresentano tre parole chiave per la crescita futura del nostro turismo. Il turismo dovrà vivere in equilibrio con il territorio, non dovrà essere percepito come un elemento estraneo, ma come un fenomeno che porta ricchezza economica, sociale e culturale. In questo ambito si inserisce il tema delle politiche abitative che hanno come obiettivo l'equilibrata convivenza tra residenti e turisti in un'ottica di salvaguardia del tessuto urbano, soprattutto delle bellezze naturali e di valorizzazione dei luoghi d'arte e dei borghi medievali che i turisti sempre di più apprezzano. Aldilà della consistenza dei movimenti turistici registrati dalle statistiche ufficiali sui movimenti turistici, è importante sottolineare come nel nostro Comune si relaziona la presenza degli uffici alle esigenze territoriali. Al riguardo è doveroso ricordare i flussi turistici ufficiali sono solo una parte dei potenziali utenti di uno IAT. Infatti, a beneficiare dei servizi di informazione e assistenza sono anche i fruitori delle seconde case e i cosiddetti escursionisti, vale a dire i visitatori giornalieri. Le linee di progetto sopra descritte e le ipotesi di prodotto, mercato e azioni di promo-commercializzazione che ne derivano sono legate all'attuale contesto e a come si ipotizza lo stesso possa evolvere. Alla base delle proposte si vuole favorire un nuovo posizionamento turistico dei nostri contesti naturalistico-ambientali legati al tema della "vacanza attiva-verde" (turismo outdoor), che consentirà di destagionalizzare i flussi con l'obiettivo di rendere il Corno Alle Scale un prodotto vendibile tutto l'anno. I Cammini, il Cicloturismo, la Natura, il Bio e il Benessere potranno costituire i magneti su cui creare collaborazioni con gli operatori locali, stimolare l'avvio di nuova imprenditorialità e attrarre nuovi flussi nazionali e internazionali. Sono questi esempi di fil rouge extraurbani che aiutano il viaggiatore "specializzato" a seguire i tematismi di interesse. Il tutto con l'obiettivo di estendere la durata del soggiorno, si riconosce come azione utile lavorare su itinerari più generali (per esempio "le 10 meraviglie del Corno Alle Scale" o la "Giostra dei Cammini del Bellesere") e sarà inoltre importante lavorare sulla percezione di una destinazione che possa sostenere soggiorni fino all'intera settimana. Questa amministrazione ha avviato nel 2020 azioni di promozioni del Made in Bologna legati al Food e alla Moda in collaborazione con prestigiose aziende bolognesi come il Centergross e la rinomata linea di Moda Kontatto che ha scelto la nostra Location come Set delle sfilate di moda delle prossime collezioni. Abbiamo inoltre ospitato le selezioni di Miss Italia e avviato un progetto di cooperazione per il 2021. L' Appennino, così come identificato dagli strumenti di programmazione della Città Metropolitana, rimane un punto di attenzione per tutti gli aspetti di miglioramento di accessibilità e fruibilità del territorio che ne costituiscono le basi per un ulteriore sviluppo turistico. Tra la fine del 2019 e l'inizio del 2020 è stato realizzato, da una società di consulenza e condiviso con la Destinazione turistica, un Progetto di marketing turistico dell'Alta Valle del Reno che comprende un'analisi della situazione competitiva attuale basata su indagini e interviste a stakeholder locali pubblici e privati, turisti

attuali e potenziali, e a operatori turistici nazionali, oltre che su analisi online. Grazie a questa analisi è stato possibile costruire una fotografia dello stato dell'arte del turismo nell'Alto Reno, mettendo in luce i punti di forza e di debolezza del territorio, nonché eventuali ambiti di miglioramento. Il progetto citato ha consentito alla nostra amministrazione di attuare questo piano strategico per un riposizionamento del territorio, soprattutto per quanto concerne le attività outdoor, il biking, le nuove modalità di fruizione della montagna invernale, il turismo del wellness, la sempre più forte attenzione all'ambiente e alla sostenibilità- la ricerca di esperienza-tradizione e autenticità. La condizione fondamentale è che la manifesta volontà di rilancio si trasformi in strategie condivise e lungimiranti, coinvolgendo Città Metropolitana, l'Unione dei Comuni e la Regione Emilia-Romagna.

CORNO ALLE SCALE sarà il brand identificativo dell'intero territorio e di tutti i prodotti di promo-commercializzazione futuri. Per quanto riguarda i siti informatici si prevede la presentazione del nuovo sito di CORNO ALLE SCALE.NET entro il mese di febbraio 2021, già in fase di realizzazione.

Il nuovo sito web del Corno Alle Scale in corso di totale rifacimento, sarà Innovativo, originale e caratterizzato da un nuovo design e sarà continuamente aggiornato attraverso un servizio di supporto di professionisti del settore. Sarà il pilastro di base per tutti gli operatori del territorio concretizzandosi in una politica di sistema che vedrà coinvolto tutto il territorio: albergatori, ristoratori, stazione sciistica ecc. Sono state privilegiate in questo ambito le azioni di visual e social media marketing, con particolare riferimento ai social network attraverso le pagine Facebook e gli account Instagram del Corno Alle Scale e Comune di Lizzano in Belvedere. L'attività di storytelling digitale nel periodo giugno 2019 ottobre 2020 è stata molto intensa con la pubblicazione di oltre 1000 post e 100 video promozionali. Oggi nel mondo della comunicazione non solo si è passati dalla quantità alla qualità ma anche ad un rapporto più diretto e immediato con i turisti, che si esprime soprattutto attraverso i social network, i blog e i siti di recensione, ecc. Ciò a maggior ragione se si pensa di puntare ad un turismo esperienziale la cui promozione e diffusione trova proprio nel mondo dei social network il collocamento naturale. E' stata avviata una intensa collaborazione con le testate dei giornali del Resto del Carlino, Bologna Today, Corriere dello Sport e Repubblica, nonché con le emittenti televisive ETV e TRC e la tv digitale TVBOLOGNA, che hanno pubblicato nello stesso periodo numerosi articoli e servizi televisivi che hanno avuto picchi fino a 60.000 visualizzazioni e con i quali abbiamo realizzato a fini promozionali numerose interviste con gli amministratori comunali e con gli operatori economici senza nessun costo per questi ultimi.

L'obiettivo per il 2021 sarà ampliare la platea dei follower attraverso spazi di carattere redazionale (sui social, su testate di settore e generaliste nazionali e internazionali), favorendo un racconto autentico della destinazione. La presenza ogni due settimane alle radiotrasmittenti di Punto Radio a Bologna e occasionalmente ad RDM e sulle reti TV, sta contribuendo alla conoscenza e valorizzazione della destinazione e verrà protratta per il prossimo futuro. Inoltre dal 2019 gli uffici Iat sono stati dotati di due schermi TV posizionati nelle vetrine che proiettano 24H video promozionali del territorio ed eventi. Si continuerà a supportare la promozione tradizionale e la produzione di materiale promozionale cartaceo, anche in lingua, necessario a soddisfare le specifiche esigenze degli operatori del territorio. Per le stampe di materiali si sta lavorando a nuove mappe dei sentieri, delle strutture di accoglienza e dei siti d'interesse del territorio e degli eventi, anche in lingua straniera, rivolti agli escursionisti e alle famiglie e ai visitatori dei weekend e verranno distribuiti sia dagli uffici Iat che dalle strutture ricettive sia dal Punto di Promozione itinerante GREEN POINT km Zero in località Cavone, per un quantitativo di circa 10.000 stampe.

L'attività di promozione per il 2021 consisterà essenzialmente nel realizzare iniziative in grado di incrementare il movimento dei turisti, attraverso una qualificazione dell'offerta turistica.

Fornire servizi di informazione e assistenza ai turisti, valorizzare le risorse turistiche disponibili, realizzare progetti, manifestazioni, congressi, eventi d'interesse turistico, diffondere opuscoli e guide ed altro materiale per la conoscenza delle località turistiche, costituiscono alcuni esempi d'attività promozionale esercitata dai nostri uffici. Si tratta, dunque, di un'attività molto ampia e articolata, non facilmente scomponibile, ma senza dubbio decisiva per il nostro settore turistico. In questo contesto i servizi relativi all'accoglienza e all'informazione dei turisti rappresentano, senza dubbio, attività fondamentali: la soddisfazione del turista, passa anche attraverso il comportamento di questi organismi e il tipo di prestazioni che sono in grado di effettuare. Fondamentale per il futuro sarà il rafforzamento dell'identità creata in questo anno di riscoperta del territorio, attraverso i racconti, dalle experience, all'arricchimento dei contenuti. Oggi abbiamo una visione più chiara delle esigenze dei potenziali turisti, e siamo in grado di specializzare e differenziare le proposte, elevando il livello qualitativo, soprattutto se si intende percorrere gli ambiti del turismo dello sport, del wellness, della cultura, dell'identità, delle famiglie e del climatico e di tutte quelle tematiche che vivono sull'emozione del soggiorno. Infine va sostenuta la specializzazione verso nuovi prodotti che ricercano e attivano, nel territorio, relazioni integrate con settori diversi da quello strettamente turistico: da quello produttivo, all'artigianato tipico, da quello agricolo a quello culturale. Il nostro progetto di riorganizzazione del

sistema informativo e della qualità dei servizi turistici di un territorio dovrà ispirarsi anche a modelli di lavoro e a criteri organizzativi aziendalistici e valorizzare le funzioni di promozione — comunicazione - accoglienza dei servizi in architetture orizzontali "client server" (secondo le esperienze di "customer satisfaction", ecc.). È stato verificato con ricerche sul cammino in diverse regioni che "per il turista contemporaneo fattori come la rapidità con la quale si ottiene la risposta, la possibilità di poter attingere informazioni senza limite di orario e di tempo, al di fuori dei vincoli imposti, specialmente pubblici, e la personalizzazione delle informazioni, costituiscono elementi per valutare la qualità complessiva dell'offerta turistica di una località". È per questo che è stato attivato, un servizio di risposta automatica attraverso i social per il Turista Online e oltre al servizio di segreteria telefonica sempre attivo, nonché per il nostro comune è stato attivato l'innovativo servizio WHATSAPP che consente informazioni in tempo reale di eventi e altre comunicazioni riguardanti il territorio. Ciò detto, analizzando bene il comprensorio del Corno alle Scale, si scopre che gli elementi per potenziare e arricchire l'accoglienza turistica ci sono tutti: oltre al climatico estivo comunque da mantenere e supportare (anche attraverso opportune azioni promo-commerciali dedicate alla cosiddetta età libera) e all'invernale da rilanciare (anche attraverso il previsto collegamento con il Lago Scaffaiolo). La zona offre naturalmente una serie di alternative che spaziano dal turismo sportivo, a quello culturale, alla gastronomia e, più in generale, all'idea di benessere (quella vita sana ed ecofriendly identificata da tutti gli esperti di turismo come uno degli orientamenti futuri). Quello che mancano sono una condivisione generale degli obiettivi e delle azioni, una concreta strategia di commercializzazione da parte dei soggetti privati e un servizio di accoglienza e informazione degli Uffici Iat esistenti rafforzato in previsione dei progetti e degli scenari futuri evidenziati. La commercializzazione rappresenta da sempre (è oggi ancora di più) il grande limite del nostro Comprensorio. I tempi in cui era sufficiente occuparsi della propria attività e attendere passivamente i turisti non torneranno più, per questo è essenziale per il comprensorio dotarsi di una figura che si occupi di questo specifico settore e che potrebbe fornire la copertura tecnica e aiutare gli operatori nella parte organizzativa e di creazione dei prodotti. Il piano di promozione prevede la prosecuzione del progetto "Insieme al Corno alle Scale" dedicato al turismo scolastico, da ampliare e sostenere con specifiche azioni promo-commerciali in grado di fare ritornare al Corno alle Scale numeri di presenze maggiori. In questo senso fino ad oggi la promozione è stata svolta da singoli operatori ai quali dobbiamo essere tutti grati per lo sforzo e l'impegno (anche economico) personale che hanno profuso nel corso degli ultimi anni. Ciò però non è più sufficiente, per questo occorre mettere in campo una strategia di promozione e di commercializzazione più incisiva e diffusa, magari anche attraverso l'individuazione di una figura in grado di occuparsi della commercializzazione di questo e degli altri prodotti. Ovviamente accanto allo sci i pacchetti dovranno comprendere anche allo svolgimento di attività sportive e didattiche all'aria aperta. Il ruolo dei sistemi informativi turistici si sta configurando sempre più anche come un servizio indispensabile per il sistema di commercializzazione, variabile significativa dell'immagine di una località e delle sue politiche di marketing, oltre che un vantaggio competitivo nella promozione diretta delle imprese turistiche che vi collaborano con trasparenza e ne accettano i protocolli di valutazione.

#### Formazione

Per una crescita responsabile della destinazione nei confronti degli operatori sarà determinante ampliare i programmi formativi degli addetti all'accoglienza in sinergia con le varie necessità del territorio, delle loro esigenze e del livello di maturità turistica acquisita. In merito a progetti di consolidamento e creazione rete degli uffici IAT, dovranno essere effettuati degli incontri informativi sul territorio con gli altri uffici IAT, da Alto Reno Terme fino a Sasso Marconi attualmente sospesi a seguito della pandemia Covid-19; abbiamo già avviato una stretta collaborazione con Alto Reno Terme sulla promozione del Wellness e AppenninoSlow attraverso la creazione coordinata di pacchetti promozionali sul territorio che sono stati inseriti sul nostro sito, inoltre gli uffici Iat sono presenti all'interno del sito web di Appennino Slow (<https://www.appenninoslow.it/dai-collibolognesi-all-appennino>). Abbiamo avviato con EXTRABO a fine 2019 eventi di promo-commercializzazione dell'offerta white green e slow del nostro territorio purtroppo interrotta dall'arrivo della pandemia, azioni che dovranno essere riprese in accordo con Bologna Welcome. E' attivo tra gli Iat, Bologna Welcome e Destinazione Turistica lo scambio di materiale informativo (foto e video), la comunicazione degli eventi e il supporto per implementare i contenuti dei punti di interesse sul territorio. I punti di informazione turistica ed eXtraBO dovranno essere centrali per rispondere al meglio alle esigenze sempre più specifiche del turista e per fornire un supporto concreto agli operatori economici del settore, che dovranno essere coinvolti con strumenti idonei e avere un luogo di confronto per ricevere risposte tempestive. Il Comune di Lizzano in Belvedere e Alto Reno terme si impegnano ad adoperarsi congiuntamente per un grande intervento di promo-commercializzazione della natura e del termale avviando un percorso di costruzione di prodotti integrati per sperimentare formule più moderne di collegamento virtuale/reale tra luoghi e prodotti. Lo sviluppo di servizi informativi sempre più integrati e connessi, aiuterà anche a scoprire i punti di debolezza e i vincoli da superare per realizzare un sistema di qualità dell'accoglienza turistica, diventando uno strumento indispensabile di incontro fra operatori e utenti.

Il personale degli uffici Iat ha partecipato al Progetto ECIPAR di Sviluppo Prot. 0006303/2019 "intrecci di innovazioni strategiche e sostenibili per la crescita delle imprese e dei lavoratori dal titolo "Web Marketing per il turismo e l'artigianato dell'Appennino". Dopo la partecipazione alla Fiera di Rimini sono state sospese attività similari a causa della pandemia, ma verranno riprese nel 2021 le partecipazioni alle iniziative della Destinazione e/o di Apt Servizi in ottemperanza dei regolamenti. Sono previsti per il 2021 programmi di formazione relativi alle innovazioni sulla gestione dell'accoglienza e di consulenza e informazione turistica, sulla gestione delle attività di marketing e web-marketing per meglio affrontare le azioni digitali in questa situazione di pandemia, corsi di aggiornamento sulla presentazione delle offerte, attraverso anche l'affiancamento in loco. Sono altresì previsti corsi di formazione per l'accoglienza agli utenti anziani, portatori di handicap o altre categorie più deboli e corsi in loco di approfondimento sugli aspetti ambientali e sulla biodiversità del parco del Corno Alle Scale.

#### INTRATTENIMENTO E ANIMAZIONE TURISTICA

I nostri Uffici Iat sono stati i coordinatori dei principali eventi realizzati: dal Festival Crinali, a Sere Nere a Tartufesta fino alle iniziative culturali, ai mercati artigianali e alle sagre di frazioni, dalle azioni di promozione, alla gestione delle prenotazioni, al coordinamento nelle piazze e nei borghi dei mercati. Gli Uffici Iat si occupano inoltre delle prenotazioni delle strutture sportive, del rilascio tessere raccolta funghi e frutti di bosco e più in particolare di raccolta prenotazioni, iscrizioni e verifica gratuita disponibilità per iniziative e manifestazioni promosse dal Comune, Pro Loco e Associazioni locali. Verifica gratuita disponibilità delle strutture ricettive del catalogo provinciale tramite segnalazione e strumenti informativi gratuiti (consultazione di siti internet collegati al sistema informativo per il turista). Verifica gratuita disponibilità appartamenti in affitto di agenzie, affittacamere. Vendita di guide, carte turistiche, pubblicazioni e libri storici, manifesti, cassette audiovideo, cd-rom e gadget di interesse per il turista. Servizio guide e accompagnamento turistico per visite trekking, monumenti, noleggi MTB E BIKE e descrizione risorse e itinerari. Attività standard di Redazione "Data base turismo" (ricerca, trattamento stesura schede informative, aggiornamento e manutenzione sistema) sulle risorse locali. Redazione di documenti e comunicati stampa, suggerimenti e collaborazione con eventuali società specializzate per la realizzazione di opuscoli e guide di informazione locale. Creazione e aggiornamento di mailing list degli operatori locali, contatti esterni, enti, ecc. (con criteri informatizzati con protocolli standard e archivio storico) per gestione mirata della corrispondenza e accordi di collaborazione (direct-marketing). Gestione archivio reclami e raccolta suggerimenti, segnalazioni, critiche degli utenti al sistema turistico locale. Supporto nell'ideazione, organizzazione, promozione di iniziative ed eventi locali (animazione locale), calendario eventi, programmi di visite, mostre, concorsi, itinerari a tema, ecc. Supporto e collaborazione per realizzazione materiali di documentazione e gadget (monografie e guide, gestione archivi fotografici, documentazione storica e tradizioni locali, merchandising). Supporto e collaborazione con la Stazione Sciistica del Corno Alle Scale. Nell'ambito del benessere e del wellness è stata realizzata l'edizione del Primo Festival Olistico della Montagna che ha coinvolto più di 40 operatori professionali da tutta Italia, ma che a causa del Covid-19 è stato proposto nella versione online di video conferenze (oltre 30 video-conferenze) alle quali hanno partecipato centinaia di persone. Promozione, divulgazione dei materiali cartacei, coordinamento, prenotazioni e gestione delle conferenze diretto dagli uffici Iat. È già in fase di organizzazione il Festival Olistico della Montagna che si realizzerà il 25-26-27 Giugno 2021. Per il periodo natalizio si intende promuovere le Festività attraverso il format "MONTAGNA DEL NATALE" già proposto e promosso nel 2019 con la partecipazione di Bologna Welcome e Destinazione Turistica. Uno dei punti di forza della «Montagna del Natale» è data dal fatto che sono già presenti molte iniziative tipiche e attrattive (es. Mercatino di Natale di Monteacuto, accensione di falò e fascelle, il Borgo di Babbo Natale di Vidiciatico, i presepi notturni di Gabba, escursioni con guide locali, ecc.). Il progetto prevede l'integrazione del progetto del 2019 con azioni di Story telling/content marketing al fine di generare emozioni, in maniera ironica e divertente, per promuovere la destinazione. In questo senso la destinazione (Corno alle scale), all'interno del web diventa una sorta di magazine/rotocalco, utilizzando forme di Storytelling Una caccia al tesoro itinerante stimolando i partecipanti a cercare indizi nelle vetrine dei negozi, all'interno delle attività ricettive, in luoghi pubblici etc. il tutto in diretta sui social. Creazione della Mascotte della Montagna che diventerà un testimonial sempre presente agli eventi del Corno ed alle iniziative promozionali ed informative offe online. Realizzazione del Bosco incantato all'interno di un facile sentiero, verrà creato un percorso «fantasy», con luci e suoni. Il Bosco, in alcuni momenti della giornata, sarà animato dallo staff di animazione, per far rivivere la storia della FATA DEI BOSCHI coi suoi amici Elfi. La visita del bosco incantato sarà integrato, all'interno dei vari tour guidati

**Totale spese previste € 65.000,00**

**Spese ammissibili € 65.000,00**

**Punteggio 85/100**

**Fascia di valutazione ALTA**

---

## SCHEDA 7

---

**SOGGETTO PROPONENTE: COMUNE DI SASSO MARCONI**

**P.G. n. 62054/2020**

**SEDE:** UIT di Sasso Marconi - Via Porrettana, 314

**GESTIONE:** in concessione a: attualmente e fino al 31/8/2021 Appennino Slow S.C.R.L., il contratto prevede la possibilità di rinnovo allo stesso soggetto fino ad agosto 2024.

L'UIT di Sasso Marconi, oltre alle attività che caratterizzano il servizio dell'ufficio di informazione turistica, si pone degli obiettivi di miglioramento per l'anno 2021. Nello specifico prevede:

- la creazione e/o il consolidamento di una rete territoriale degli uffici di informazione e accoglienza turistica: da alcuni anni l'UIT di Sasso Marconi ha avviato una collaborazione di rete con gli IAT di Alto Reno Terme e di Monghidoro, gestiti da Appennino Slow, per un coordinamento della promozione del territorio con particolare riguardo alla loro fruibilità turistica, per l'anno 2021 è prevista la realizzazione di un opuscolo interattivo per i biker contenente vari percorsi da fare in mtb e E-bike da Bologna a Porretta Terme. Ogni itinerario avrà un Qr code che darà accesso alla scheda informativa del percorso, alle tracce gpx, alle informazioni riguardo alle strutture ricettive (dove mangiare e dove dormire), ad eventuali servizi di noleggio mountain bike e e-bike e alle attrattive del territorio (cosa vedere/ visitare nei dintorni). Le schede del percorso sono realizzate in collaborazione con: Iat Alto Reno Terme, Iat Monghidoro, ExtraBO, Tour operator Appennino Slow, Green Point Bologna Valley, Tour operator e-xplora, L'opuscolo sarà distribuito presso tutti gli uffici turistici del territorio, pubblicato in formato scaricabile sui siti internet dei collaboratori e promosso tramite i nostri canali social.
- promozione prodotti del territorio e delle attività dei produttori: implementazione e ottimizzazione delle azioni di promozione delle attività e produzioni tipiche delle Aziende Agricole, Vitivinicole e produttori artigianali di Sasso Marconi e dei comuni limitrofi attraverso alcune azioni innovative rispetto a quanto finora svolto e mirate allo scopo:
  - o presenza al mercato settimanale di Sasso Marconi il martedì mattina con postazione dedicata per la distribuzione di materiale informativo e promozione e vendita dei prodotti enogastronomici tipici del territorio;
  - o realizzazione di piccoli espositori promozionali contenenti il logo, i contatti, e una piccola descrizione dell'azienda da esporre in ufficio insieme ai prodotti; Brochure e locandine dedicate ai prodotti e ai produttori da distribuire presso gli uffici turistici del territorio (Iat Monghidoro- Iat AltoReno Terme – Ufficio ExtraBO – );
  - o Pagina dedicata sul sito [www.infosasso.it](http://www.infosasso.it) (sito in fase di restyling); comunicazione sui nostri canali Social: Pagina facebook InfoSASSO – Facebook Visit Sasso Marconi- Pagina Facebook Tartufesta; Spazio promozionale dedicato ai prodotti e ai produttori sulla rivista “Nelle Valli Bolognesi” in uscita con cadenza trimestrale (attualmente stampata in 40.000 copie con più di 200 punti di distribuzione in tutta l'area metropolitana); Spazio dedicato ai prodotti e ai produttori sul prossimo (o prossimi) numero di Cose in Comune; Vendita on line dei prodotti sul sito abilitato all' e-commerce [www.appenninoslow.it](http://www.appenninoslow.it) (a partire da marzo 2021); Creazione di una pagina instagram dedicata alle eccellenze del territorio e ai produttori locali (da febbraio 2021);
- nuovo sito uit [www.infosasso.it](http://www.infosasso.it)



In seguito ad un'analisi del sito web esistente abbiamo riscontrato delle difficoltà di navigazione e la carenza di alcuni contenuti che riteniamo possano essere utili alla funzione del sito turistico. Il sito subirà l'aggiornamento dell'aspetto grafico per allinearsi alle tendenze attuali del design e un aggiornamento a livello di contenuti. Questo intervento avrà lo scopo di rendere migliorare l'usabilità, rinnovarne l'aspetto per renderlo più fresco e accattivante oltre ad arricchirne i contenuti: saranno aggiunte delle sezioni dedicate alle attività da poter svolgere outdoor (itinerari – cammini – passeggiate), una sezione dedicata a Guglielmo Marconi ed altre relative alla promozione e la valorizzazione dei prodotti tipici del territorio. Inoltre, le pagine dedicate alle principali attrazioni turistiche e agli eventi di rilievo saranno tradotti in lingua Inglese per facilitare la navigazione agli utenti stranieri. Il cambiamento consentirà agli operatori dell'Ufficio Turistico di avere a disposizione uno strumento di comunicazione più aggiornato ed efficace per la promozione del territorio e di garantire un servizio informativo più completo.

- attivazione del servizio di messaggistica “Whatsapp”

Il servizio di messaggistica “Whatsapp” permette di interagire in maniera più diretta con gli utenti, i quali potranno inviare richieste di informazioni e/o effettuare eventuali prenotazioni, ricevere aggiornamenti in merito agli eventi e alle varie iniziative in programma nel territorio e richiedere l'invio della newsletter settimanale in formato pdf direttamente sul cellulare.

#### Formazione

Inoltre, Appennino Slow individuerà per il 2021 alcuni webinar e corsi on line sul turismo ai quali parteciperanno tutti gli operatori degli uffici in gestione (UIT di Sasso Marconi-infoSASSO, Iat Alto Reno Terme, Iat Monghidoro, ExtraBO). Si ripropone inoltre il programma di formazione proposto per il 2020 e concordato con gli altri uffici turistici che a causa della emergenza sanitaria non è stato possibile completare nel 2020 e che mira a creare competenze trasversali (storico culturali, linguistiche, ambientali, locali ...) e un costante aggiornamento sulle attività non solo del territorio di competenza ma anche di quelli limitrofi oltre che su Bologna e Città Metropolitana. La metodologia sono “lezioni di territorio” da effettuare sul campo secondo un calendario che verrà elaborato in corso d'anno.

**Totale spese previste € 79.350,00**

**Spese ammissibili € 79.350,00**

**Punteggio 85/100**

**Fascia di valutazione ALTA**

---

## SCHEDA 8

---

**SOGGETTO PROPONENTE: COMUNE DI ZOLA PREDOSA**

**P.G. n. 63037/2020**

**SEDE:** UIT “Colli bolognesi” di Zola Predosa - Via Masini, 11 (presso Villa Edvige Garagnani)

**GESTIONE:** in concessione a Casalecchio Insieme Proloco

Il progetto proposto intende proseguire e dare continuità al piano di marketing territoriale e turistico condiviso con le Amministrazioni Comunali locali, aggiornandolo alla luce dei recenti mutamenti nelle dinamiche turistiche dovuti alla pandemia da Covid 19.

La pandemia, ancora in corso, ha portato e sta portando effetti drammatici sull'economia turistica del territorio di riferimento e ha evidenziato la necessità di un cambio d'approccio teso a favorire non tanto la competizione o la differenziazione, quanto la collaborazione tra tutti i soggetti del sistema turistico. Con questo nuovo “paradigma” l'Ufficio turistico, quale “braccio operativo” degli enti locali dovrà sempre più diventare luogo di confronto, di promozione e reciproco interscambio di “buone pratiche” tra operatori del territorio a livello sovracomunale e con prospettiva metropolitana.

A tale scopo vengono, di seguito, illustrati sinteticamente gli obiettivi di miglioramento e qualificazione del servizio, fermo restando le tradizionali attività di back office e front office peculiari di un Ufficio di Informazione Turistica.

L'Ufficio UIT sosterrà le strutture ricettive del territorio, duramente colpite dalle chiusure e dalle restrizioni dell'anno 2020, attraverso le seguenti azioni:

- Promozione di eventi, campagne promozionali stagionali, mappature e iniziative finalizzate alla conoscenza del territorio e delle strutture ricettive. Tali campagne hanno l'obiettivo di valorizzare l'offerta turistica privata e mettere in luce i servizi offerti dagli operatori, in particolare quelli maggiormente legati alla situazione Covid (delivery, possibilità di fruire di spazi aperti ecc.).

- Aggiornamento delle schede di presentazione delle strutture presenti sul portale turistico [www.visitcollibolognesi.it](http://www.visitcollibolognesi.it)

In linea con l'intento di sostenere e contribuire alla qualificazione delle strutture ricettive del territorio, con la realizzazione dello IAT diffuso si intende stimolare il consolidamento di una rete territoriale di Punti di Informazione Turistica "diffusi" sul territorio e collocati in strutture ricettive e luoghi pubblici. La proposta di partenza prevede l'affiancamento all'ufficio "centrale" con sede a Zola Predosa, di un PIT presso la Rocca dei Bentivoglio di Bazzano (Valsamoggia), sede del Museo Archeologico "Crespellani" e di un altro PIT presso l'Ecomuseo della Collina e del Vino a Castello di Serravalle (Valsamoggia) con apertura domenicale, valorizzando inoltre l'importante patrimonio culturale e museale presente sul territorio e fruibile al pubblico. In tale contesto verrà ulteriormente sviluppata la sinergia con l'altro ufficio turistico presente nell'Unione Reno Lavino Samoggia, ovvero Infosasso di Sasso Marconi.

Il progetto che porterà alla realizzazione di forme organizzate di accoglienza "diffusa" anche in strutture private si articolerà nelle seguenti fasi:

1. Censimento delle strutture pubbliche e private e valutazione delle realtà idonee ad accogliere i Punti di Informazione Turistica "diffusa".

2. Definizione dei criteri di "certificazione" per diventare Punto di Informazione Turistica PIT e realizzazione da parte dei Comuni di un Avviso pubblico per la selezione delle strutture private.

3. Avvio delle attività formative elencate precedentemente.

4. Creazione di elementi grafici e distintivi comuni (vetrofanie, cartelli, insegne, ecc.)

5. Elaborazione e fornitura di un kit e materiali promozionali cartacei (mappe, brochure, locandine promozionali degli eventi del territorio)

6. Creazione di un'area riservata e condivisa a livello informatico da cui gli operatori di tutti i PIT che potranno scaricare materiali turistici e condividere documenti con l'intera "rete".

La pandemia in corso ha reso sempre più necessario la programmazione anticipata dell'esperienza di viaggio da parte del visitatore, il quale - in virtù delle limitazioni relative al distanziamento sociale - dovrà sempre più prenotare in anticipo visite guidate e servizi turistici. L'Ufficio UIT Colli Bolognesi pertanto si proporrà sempre più come punto di riferimento centralizzato e sovracomunale per la raccolta di prenotazione di eventi/servizi pubblici e privati. Tale funzione non avrà unicamente uno scopo "notarile", ma consentirà agli operatori dell'ufficio di poter avere maggiori possibilità di contatto con i visitatori, ai quali potranno essere proposte esperienze e servizi aggiuntivi. La prenotazione diventa quindi occasione di promozione del territorio, ma anche di monitoraggio delle dinamiche e degli interessi che muovono le persone che visitano il territorio.

Comunicazione e storytelling:

- Aggiornamento e potenziamento del sito Internet, mediante l'uniformazione dei contenuti turistici presenti sul web nei portali istituzionali e metropolitani, e sul portale [visitcollibolognesi.it](http://visitcollibolognesi.it);

- Implementazione sul sito di itinerari tematici, con particolare riferimento ad attività outdoor. In questa analisi verrà posta attenzione alle tematiche dell'accessibilità, ma anche ai temi del distanziamento sociale e della programmazione dell'esperienza turistica, esigenze imposte dalla recente emergenza Covid 19.

- Potenziamento della newsletter e attivazione di un servizio di messaggistica tramite Whatsapp, e di videochiamate tramite Skype;

- Valorizzazione dei contenuti presenti sulle APP Turistiche del territorio **MIGLIORAMENTI CIRCA GLI ASPETTI GESTIONALI:**

- Estensione dell'orario di apertura dell'Ufficio a Zola Predosa e armonizzazione dell'orario di apertura alle esigenze del visitatore con l'apertura dell'Ufficio per l'intera giornata del Sabato.

- Informazione diffusa e interscambio con il territorio modenese: verrà avviata una collaborazione con gli uffici turistici della confinante area dell'Unione Terre dei Castelli, in provincia di Modena.

Nel corso dell'anno 2021 l'Ufficio di Informazione Turistica "Colli Bolognesi", in pieno accordo con le Amministrazioni Comunali, avvierà un percorso formativo propedeutico alla concretizzazione del concetto di "IAT diffuso" che vedrà sorgere una "rete" di Punti di Informazione Turistica (PIT) sull'intero territorio e che

opereranno in stretta sinergia con lo UIT. Tale progetto formativo vedrà il coinvolgimento diretto degli operatori pubblici e privati del settore turistico, culturale e commerciale/produttivo, e ha l'obiettivo di facilitare la cooperazione tra coloro che già - di fatto - forniscono informazioni turistiche, offrendo al visitatore il vantaggio - tra gli altri - di poter trovare medesime forme di accoglienza e le stesse informazioni in più luoghi (strutture ricettive, negozi, musei, luoghi pubblici) e in fasce orarie più ampie.

#### Formazione

A tale scopo, da Gennaio ad Aprile 2021, verranno avviate attività formative gratuite per gli operatori locali, e a cura di docenti universitari

e ricercatori appartenenti al CAST - Centro di Studi Avanzati sul Turismo - dell'Università di Bologna.

Grazie a questo importante partner e alle conoscenze del mondo accademico, sarà possibile offrire agli operatori un programma di formazione estremamente qualificato che prevede l'organizzazione di un ciclo di 8 webinar di 2 ore così distribuiti: 5 webinar di formazione generale per tutti gli operatori e 3 incontri di formazione specifica per i soggetti che verranno selezionati come PIT diffuso. I corsi verteranno sui temi dell'accoglienza e della comunicazione turistica, della collaborazione tra soggetti del medesimo territorio, e prevederanno momenti di forte interattività da parte dei soggetti del territorio, con l'obiettivo di mettere in luce e raccontare in maniera condivisa l'offerta turistica locale. La formazione generale prevede il seguente programma:

- Seminario 1 e Seminario 2: Connessioni tra cultura, enogastronomia, paesaggi e sviluppo di prodotti turistici integrati;

- Seminario 3 e Seminario 4: Modelli e metodi in grado per il coordinamento e la cooperazione tra gli operatori all'interno delle singole destinazioni;

- Seminario 5: Storytelling del territorio sulla base delle connessioni create.

La formazione specifica prevede invece i seguenti seminari:

- Seminario 1: Modelli, metodi e strumenti per la comunicazione turistica

- Seminario 2: Offrire esempi di PIT, declinati anche in ottica esperienziale e di buone prassi di comunicazione via web.

- Seminario 3: Analisi delle esigenze e dei bisogni del turista in un'ottica di marketing: identificazione di una tipologia di turista tipo in un'ottica esperienziale.

I corsi forniranno ai partecipanti non solo conoscenze teoriche e strumenti pratici per gestire la relazione con il turista, ma contribuiranno a rendere gli operatori locali più consapevoli del ruolo che sempre più possono e devono avere nell'accoglienza del turista e nella promozione del patrimonio culturale locale. All'intero ciclo di corsi parteciperanno per necessario aggiornamento anche gli operatori UIT e i tecnici comunali del settore turistico/culturale.

Oltre alle iniziative sopra citate, l'Ufficio si attiverà - in ottica di formazione permanente per segnalare eventuali ed ulteriori opportunità formative rivolte agli operatori turistici e proposte da altri soggetti/enti/agenzie formative del territorio.

**Totale spese previste € 31.400,00**

**Spese ammissibili € 31.400,00**

**Punteggio 85/100**

**Fascia di valutazione ALTA**

**OGGETTO PROPONENTE: COMUNE DI DOZZA**

**P.G. n. 63873/2020**

**SEDE:** UIT di Dozza – Rocca Sforzesca, Piazzale Rocca n. 6/a

**GESTIONE:** in concessione a Fondazione “Dozza Città d’Arte”

La Rocca Sforzesca di Dozza, posta al culmine dell’antico borgo medievale, rappresenta un punto di riferimento fondamentale, in cui annualmente migliaia di turisti si recano a chiedere informazioni e a ricevere consigli sulle principali attrattive turistiche del territorio. Quotidianamente, la biglietteria della Rocca raccoglie domande da parte dei visitatori inerenti a molteplici argomenti, come visite guidate, enogastronomia (per la quale Dozza vanta un punto di eccellenza con l’Enoteca Regionale dell’Emilia-Romagna), ospitalità, eventi e luoghi di cultura, divertimento e relax, riguardanti il borgo dozzese e le numerose città d’arte che arricchiscono il patrimonio culturale dell’Emilia-Romagna. L’obiettivo del progetto del Comune di Dozza, attraverso l’Ufficio di Informazione Turistica, sito nella Rocca Sforzesca, con avvio all’inizio del 2021, è quello di fornire una risposta alla crescente necessità di dedicare cura e attenzione ai visitatori, soprattutto in quei periodi in cui il numero dei turisti del Museo della Rocca di Dozza è particolarmente elevato. Il personale addetto si occuperà dell’accoglienza dei visitatori, cui verrà riservato il tempo opportuno per illustrare tutte le informazioni turistiche (sia culturali, sia enogastronomiche) circa Dozza e il territorio circostante. A tal fine, si rende necessaria la selezione di un corso di formazione per il personale, che sarà incentrato sulla conoscenza dettagliata delle risorse e dei punti di attrazione turistica dell’Emilia-Romagna. Al termine del corso, gli addetti saranno in grado di offrire servizi di informazione e accoglienza al turista, anche entrando in contatto con la rete di promozione turistica dell’Emilia-Romagna, come IF - Imola Faenza Tourism Company, il Club dei Borghi Più Belli d’Italia di cui Dozza è entrata a far parte, Bologna - 6 - Welcome, altri uffici di promozione turistica (UIT e IAT) siti nel territorio limitrofo, associazioni albergatori e ristoratori, ufficio stampa di associazioni culturali e del settore enogastronomico. Inoltre, per migliorare il servizio e renderlo adatto ai moderni mezzi tecnologici è auspicabile l’utilizzo di App, attraverso cui sarà possibile prenotare evitando spostamenti.

Formazione

Il progetto di creazione di un Ufficio di Informazione Turistica, sito nella Rocca di Dozza, prevede la selezione di un intervento formativo, cui dovranno partecipare gli operatori, su temi inerenti all’attività svolte. Il programma di formazione ha come finalità l’addestramento di personale responsabile dell’UIT. A tal fine, il corso selezionato sarà focalizzato sull’apprendimento delle conoscenze basilari delle risorse e dei punti d’attrazione turistica e enogastronomica locali, nonché sull’orientamento, l’accoglienza e l’approccio al cliente.

**Totale spese previste € 60.000,00**

**Spese ammissibili € 60.000,00**

**Punteggio 60/100**

**Fascia di valutazione BASSA**

<b>P.T.P.L. 2021 FILONE 1</b>					
<b>n.</b>	<b>Comune richiedente</b>	<b>Piano finanziario iniziale</b>	<b>Spesa ammessa</b>	<b>Punteggio ottenuto</b>	<b>Fascia di valutazione</b>
1	BOLOGNA	€ 630.000,00	€ 630.000,00	85	ALTA
2	ALTO RENO TERME	€ 58.950,00	€ 58.950,00	85	ALTA
3	CASTEL SAN PIETRO TERME	€ 40.000,00	€ 40.000,00	85	ALTA
4	MONGHIDORO	€ 39.368,24	€ 39.368,24	85	ALTA
5	IMOLA	€ 111.500,00	€ 111.500,00	85	ALTA
6	LIZZANO IN BELVEDERE	€ 65.000,00	€ 65.000,00	85	ALTA
7	SASSO MARCONI	€ 79.350,00	€ 79.350,00	85	ALTA
8	ZOLA PREDOSA	€ 31.400,00	€ 31.400,00	85	ALTA
9	DOZZA	€ 60.000,00	€ 60.000,00	60	BASSA
<b>TOTALE</b>		<b>€ 1.115.568,24</b>	<b>€ 1.115.568,24</b>		