



**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

<b>AMBITO 1.a - Informazione e accoglienza al turista - IAT TRADIZIONALI.....</b>	<b>3</b>
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
<b>AMBITO 1.a - Informazione e accoglienza al turista - IAT INNOVATIVI.....</b>	<b>33</b>
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
<b>AMBITO 1.b - Animazione e intrattenimento turistico.....</b>	<b>53</b>
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](http://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](http://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](http://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](http://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, oltretutto 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](http://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 sistemico. 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, corredato di opportuni scivoli e ampio parcheggio con vari posti riservati a portatori di disabilità, oltre a essere privo di barriere architettoniche. Si segnala, 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 esperienze 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 fussi 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 Ciclovía 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 locali;
- 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, ecc.);
- 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 "Ciclovía 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 con 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 ne 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 titolo "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 rodada 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 vademecum 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, proseguiamo 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 museOntani

- 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 son 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: È 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 presenza (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:

- AccessiItaly, 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 — [emiliaromagnaturismo.it](http://emiliaromagnaturismo.it) e [turismoimolese.cittametropolitana.bo.it](http://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](http://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 operatrici 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](http://emiliaromagnaturismo.it), [turismoimolese.cittametropolitana.bo.it](http://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 metropolitana 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 - VIDICIATICO - 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 la 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 zucchero 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 parlino 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, 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** - 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 sottoscrittrici 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 Ciclovía 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 Ciclovía 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 Ciclovía 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 Ciclovía 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 puntuali 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 puntuali 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](http://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 h 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 stagionalizzazione 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 la 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 81ª 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 81ª 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 sovracomunale 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](http://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**

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

**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 Gnomo 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 gnomo 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 gnomo 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 gnomo, 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 fotografia 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 gnomo 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 Ciclovía 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 Ciclovía 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 Ciclovía, 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 incentivarne 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**

<b>ELENCO AZIONI DI PROGETTO</b>	<b>MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI</b>
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 più 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 la 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 sarà 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 del 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**

<b>ELENCO AZIONI DI PROGETTO</b>	<b>MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI</b>
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 privilegeranno 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

---