

Allegato 2)

TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA-MODENA

P.T.P.L. 2026

AMBITO 2

**INIZIATIVE DI PROMOZIONE TURISTICA
DI INTERESSE LOCALE**

BOLOGNA

INDICE PROGETTI

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

AMBITO 2 - Iniziative di promozione turistica di interesse locale

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

P.G. n. 71477/2025

integrazione P.G. n. 75803/2025

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

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

DESCRIZIONE SINTETICA

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

OBIETTIVI:

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

A CHI CI SI RIVOLGE:

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

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

COMUNICAZIONE E MARKETING:

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

AZIONI

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

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

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO

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

PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE

Da giugno a settembre 2026

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

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

TOTALE SPESE PREVISTE: € 13.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 13.000,00

PUNTEGGIO: 60

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

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

P.G. n. 71672/2025

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO /

DESCRIZIONE SINTETICA

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

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

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

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

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

AZIONI

1. Coordinamento promozionale e messa in rete

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

2. Content & Media Kit

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

3. Piano editoriale e campagne

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

4. Distribuzione

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

5. Accessibilità e sostenibilità

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

6. Monitoraggio e reporting

- Report finale condiviso con operatori, IF e TT.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO

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

PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE

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

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

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

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

TOTALE SPESE PREVISTE: € 10.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 10.000,00

PUNTEGGIO: 80

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

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

P.G. n. 71732/2025

integrazione P.G. n. 74459/2025

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. Comune di Monte San Pietro

DESCRIZIONE SINTETICA

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

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

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

AZIONI

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

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO

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

PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE

fine maggio /inizio luglio 2026

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Un po’ di numeri dell’edizione 2025:

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

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

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

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

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

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

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

TOTALE SPESE PREVISTE: € 39.000,00

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

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 39.000,00

PUNTEGGIO: 78

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

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

P.G. n. 71940/2025

integrazione P.G. n. 75650/2025

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO /

DESCRIZIONE SINTETICA

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

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

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

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

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

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

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

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

AZIONI

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

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

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO

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

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

PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE

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

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

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

TOTALE SPESE PREVISTE: € 40.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 40.000,00

PUNTEGGIO: 69

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

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

P.G. n. 71972/2025

integrazione P.G. n. 75583/2025

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO /

DESCRIZIONE SINTETICA

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

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

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

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

Tradizioni popolari), Outdoor e Food, e sfruttando l'intermodalità e i servizi turistici già a disposizione del territorio come il noleggio bici presso eXtraBO. Indicativamente le tre escursioni riguarderanno i seguenti itinerari:

- Sulla ciclovia del Reno da Bologna a Galliera con sosta a Pieve di Cento; rientro in treno da San Venanzio di Galliera, o tramite pista ciclabile;
- Sulla ciclovia del Navile da Bologna a San Pietro in Casale con sosta a Bentivoglio (Palazzo Rosso e Oasi La Rizza) e Museo Casa Frabboni a San Pietro in Casale; rientro in treno da San Pietro in Casale, o tramite pista ciclabile;
- Sulla ciclovia del Navile con sosta al Museo della Civiltà contadina a San Marino di Bentivoglio e a San Giorgio di Piano; rientro in treno da San Giorgio di Piano, o tramite pista ciclabile.

Le escursioni cicloturistiche previste sono gratuite e il servizio di noleggio a carico dei partecipanti rappresenta una possibilità in più, senza l'obbligo di fruizione e pertanto non rientra nelle spese progettuali.

Il terzo e ultimo ambito è relativo alla **produzione di materiale innovativo di promozione del territorio** attraverso la realizzazione di ambientazioni e scenari della pianura (aree naturalistiche, Ciclovie, patrimonio artistico) per realtà aumentata da usufruire con visori VR (almeno 2) che verranno dati in dotazione nei punti di informazione e accoglienza turistica (eXtraBO e alcuni degli esercizi aderenti allo IAT Diffuso Reno Galliera, in particolare a Bentivoglio presso la Locanda Smeraldi).

AZIONI

1. Carta dei Servizi

- 1.1 aggiornamento database attività e esercizi a vocazione turistica;
- 1.2 visite periodiche, interviste, raccolta materiali tra gli esercizi aderenti;
- 1.3 iniziative di formazione Team Building;

2. Iniziative di promozione

- 2.1 Coprogettazione degli itinerari e dei contenuti delle escursioni: coinvolgimento degli aderenti carta dei servizi Ciclovie del Reno e Navile;
- 2.2 Organizzazione e promozione delle iniziative;
- 2.3 Realizzazione eventi;
- 2.4 Verifica, analisi dei gradimento dell'iniziativa;

3. Materiale promozionale

- 3.1 Procedura di individuazione del soggetto esecutore: bando di concorso (con eventuale coinvolgimento di FaLab Reno Galliera) o affidamento di servizio;
- 3.2 riprese video e produzione dei contenuti per realtà aumentata;
- 3.3 implementazione del sistema di promozione del territorio tramite Visore VR distribuiti presso i principali punti di informazione e accoglienza turistica dell'Unione Reno Galliera: sportello eXtraBO e alcuni esercizi dello IAT Diffuso Reno Galliera;
- 3.4 monitoraggio e analisi di gradimento.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO

Pianura bolognese

PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE

Febbraio-dicembre

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

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

Il progetto, considerata la continuità con le progettazioni degli anni precedenti, insiste prima di tutto sulla qualificazione dell'offerta turistica, favorendo lo sviluppo e l'implementazione di standard qualitativi dei servizi in linea con le esigenze/aspettative del cicloturista; il miglioramento e l'implementazione dei servizi turistici garantisce una offerta qualificata in grado di rispondere alle esigenze del mercato, nonché la possibilità di costruzione, e la promo-commercializzazione nel catalogo della Destinazione Turistica, di prodotti specifici per il cicloturismo nell'ambito della Pianura Bolognese. Le iniziative cicloturistiche e la produzione di materiale promozionale innovativo concorrono all'obiettivo di incrementare l'interattività del territorio: la realizzazione delle iniziative intende sopperire, in piccola parte, alla mancata realizzazione della fiera del cicloturismo per l'anno 2026, manifestazione che ha sempre garantito iniziative collaterali (itinerari, press trip, educational, escursioni) per la promozione delle Ciclovie della pianura bolognese.

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

Il progetto, nel rispetto delle Linee guida triennali regionali:

promuove lo sviluppo di un'offerta legata al turismo sostenibile e responsabile, con un focus sul cicloturismo; tende alla qualificazione e a un generale miglioramento dei servizi turistici consapevole dell'importanza della variabile qualitativa nell'esperienza di soggiorno; realizza strumenti di promozione innovativi da condividere con i principali attori dell'accoglienza e dell'informazione turistica.

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

Obiettivi del progetto: la qualificazione dell'offerta dei servizi turistici legati alle Ciclovie del Reno e del Navile, unita alla sperimentazione di itinerari tramite escursioni cicloturistiche complementari con le altre azioni intraprese dalla Destinazione Turistica, contribuiscono al raggiungimento dell'obiettivo strategico di costruire un nuovo prodotto legato al cicloturismo, l'anello di Bologna, e a un miglioramento dell'accoglienza turistica nell'ambito della pianura bolognese.

Il mercato di riferimento, sia in esecuzione del progetto, sia in relazione all'output dell'obiettivo del progetto, risulta essere il mercato italiano, locale e nazionale, per prodotti Outdoor Active&Slow, ma anche i mercati di corto raggio (Europa) sempre per prodotti Outdoor Active&Slow.

Continuità della progettazione PTPL in corso, dotazione di strumentazione tecnologica (Visore VR) già nella disponibilità dell'Ente, realizzazione di iniziative con servizi a carico dei partecipanti (noleggio bici) garantiscono piena coerenza interna tra le azioni e i costi previsti.

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

L'intero progetto ruota attorno alla bicicletta e all'utilizzo di percorsi ciclabili: la mobilità sostenibile è il focus del progetto che sfrutta percorsi ciclopedinati pensati anche per la riduzione dell'impatto ambientale.

Nella carta dei servizi si promuove il servizio di ricarica per le biciclette elettriche in risposta sia alle esigenze del mercato cicloturistico, sia per sensibilizzare il territorio all'utilizzo della bici elettrica in sostituzione dei mezzi di trasporto che sfruttano combustibili fossili.

Infine strumenti di promozione come i visori per la realtà aumentata riducono la stampa di materiale cartaceo contribuendo alla riduzione del consumo di alberi.

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

Tra i criteri qualificanti nella carta dei servizi verrà dato rilievo alla presenza di servizi che possano garantire l'accessibilità a persone con disabilità motorie, sensoriali e cognitive.

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

Realizzazione di un sistema di promozione del territorio attraverso la realtà aumentata e distribuzione presso i punti di informazione e accoglienza turistica della Reno Galliera e di eXtraBO di visori per la realtà aumentata.

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

- **foto/video** realizzazione video per realtà aumentata; foto delle strutture ricettive, attività produttive legate al cicloturismo nell'ambito della carta dei servizi delle Ciclovie del Reno e del Navile.

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

Nessuna azione di promozione istituzionale (partecipazione a fiere, press o educational tour).

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

La carta dei servizi, in continuità con il progetto dello scorso anno integrandosi con le azioni previste dal Territorio Turistico Bologna-Modena coordinate dalla DMO Bologna Welcome, pone le basi per la costruzione di un prodotto turistico legato alla bicicletta che permetta la realizzazione di un'escursione ad anello da effettuarsi in giornata con partenza/arrivo su Bologna e che sfrutti due delle principali infrastrutture cicloturistiche della pianura bolognese; allo stesso modo le iniziative cicloturistiche si pongono nella stessa ottica promozionale, integrando le iniziative della DMO che favoriscono la promozione delle Ciclovie sfruttando i servizi messi a disposizione da eXtraBO (come il noleggio delle biciclette).

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

Solo per quanto riguarda la carta dei servizi delle Ciclovie del Reno e del Navile: l'istituzione della Carta dei Servizi delle Ciclovie del Reno e del Navile ha dato modo di avviare un nuovo rapporto con le attività ricettive e gli esercizi a vocazione turistica dell'Unione Reno Galliera, incentrato non più sulla sola prossimità dell'attività rispetto alle Ciclovie, ma determinato, e sottoscritto, dalla qualità del servizio. Al momento della produzione del presente report non sono emerse particolari criticità, ma è già emersa la necessità di rendere il rapporto determinato dalla sottoscrizione della carta un rapporto sartoriale e personalizzato, che faccia emergere l'identità e le peculiarità di ogni servizio: sarà pertanto questa la strada da percorrere nell'anno 2026, valorizzando l'identità specifica di ogni esercizio aderente alla carta dei Servizi delle Ciclovie del Reno e del Navile.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Carta dei Servizi	Quantitativa: numero nuove adesioni + numero di collaborazioni con ecosistema turistico locale (DMO, eXtraBO, IAT R)
Escursioni cicloturistiche	Quantitativa: numero partecipanti

	Qualitativa: gradimento
Materiale innovativo di promozione del territorio	Qualitativo: gradimento, tramite intervista informale

TOTALE SPESE PREVISTE: € 8.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 8.000,00

PUNTEGGIO: 80

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

6) VIVA IL VERDE APS - BOLOGNA MONTANA ART TRAIL (BOM.ART TRAIL)

P.G. n. 72113/2025

integrazione P.G. n. 76751/2025

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. Comune di Loiano
2. Comune di Monghidoro
3. Comune di Monterenzio
4. Comune di San Benedetto Val di Sambro
5. Comune di Monzuno

DESCRIZIONE SINTETICA

Bologna Montana Art Trail (BOMART TRAIL) è un cammino ad anello di 100 km nell'Appennino tosco-emiliano, ideato dall'associazione *Viva il Verde APS* in collaborazione con i comuni dell'area "Bologna Montana" (Loiano, Monghidoro, Monterenzio, Monzuno, S. Benedetto Val di Sambro).

Il percorso unisce natura, arte contemporanea e cultura locale in un'esperienza immersiva e multidisciplinare rivolta a escursionisti, bikers, cavalieri, turisti culturali e amanti dell'arte e del benessere.

Obiettivi principali

1. **Valorizzazione territoriale e sostenibilità**
 - Promuovere l'Appennino bolognese come destinazione turistica innovativa e sostenibile.
 - Rivitalizzare i borghi e le economie locali grazie all'indotto turistico e culturale.
 - Incentivare una fruizione lenta e consapevole del territorio (a piedi, in bici, a cavallo).
2. **Innovazione culturale e artistica**
 - Creare la **prima galleria d'arte permanente a cielo aperto lunga 100 km**, grazie a opere di *land art* integrate nel paesaggio.
 - Attivare la rassegna annuale **Bologna Montana Land Art**, che coinvolge artisti contemporanei nella realizzazione di opere site-specific naturali e biodegradabili.
 - Costruire un dialogo continuo tra arte, natura e comunità.
3. **Sviluppo turistico e socioeconomico**
 - Generare un "movimento" di turismo esperienziale attrattivo a livello nazionale e internazionale.
 - Sostenere le strutture ricettive e commerciali locali, migliorando i servizi e la visibilità dei territori.
 - Offrire occasioni di formazione, eventi e attività di aggregazione per residenti e visitatori.
4. **Esperienza integrata e multidimensionale**
 - Offrire un'esperienza che unisce escursionismo, arte, cultura, benessere e intrattenimento.

- Promuovere iniziative collaterali (festival, concerti, workshop, yoga, convegni, laboratori didattici, attività aziendali di team building).

Elementi innovativi e distintivi

- **Unicità nazionale:** nessun altro cammino in Italia integra stabilmente arte contemporanea e fruizione naturalistica su scala territoriale.
- **Rassegna permanente e dinamica:** le opere di *land art* si rigenerano nel tempo, fondendosi con la natura e rinnovando periodicamente il percorso.
- **Coinvolgimento diffuso:** gli artisti lavorano in loco con il supporto dei volontari, creando un modello partecipativo e inclusivo.
- **Rete territoriale:** 30+ strutture ricettive, 25 punti d'acqua, servizi diffusi e segnaletica capillare (oltre 1.400 tabelle).
- **Accessibilità plurimodale:** percorribile a piedi, in mountain bike e a cavallo, con tappe variabili (4–6 a piedi, 2–3 in bici).
- **Forte appeal turistico e mediatico:** potenziale attrattivo per visitatori italiani e stranieri interessati a outdoor, cultura, arte e sostenibilità.

Dati tecnici principali

Parametro	Descrizione
Lunghezza complessiva	100 km (anello con partenza e arrivo a Loiano)
Tappe	4–6 (a piedi) / 2–3 (in MTB)
Dislivello medio complessivo	circa 4.450 m
Fondo stradale	10% asfalto, 90% sentieri e strade bianche
Punti acqua	25
Segnaletica	oltre 1.400 tabelle
Strutture ricettive	più di 30 (alberghi, B&B, agriturismi, rifugi, ostelli)
Comuni coinvolti	Loiano, Monterenzio, Monghidoro, Monzuno, S. Benedetto Val di Sambro
Temi principali	Natura, arte, cultura, benessere
Tipologia	Cammino esperienziale e culturale ad anello

Impatto atteso e potenzialità

- **Economico:** crescita del turismo diffuso, sostegno alle microimprese e alle strutture ricettive.
- **Culturale:** creazione di un polo d'arte ambientale permanente e riconosciuto.
- **Sociale:** partecipazione della comunità, volontariato, inclusione intergenerazionale.
- **Ambientale:** uso di materiali naturali e recuperabili, promozione di mobilità dolce e rispetto del paesaggio.

Conclusione

Bologna Montana Art Trail rappresenta un modello di turismo esperienziale integrato, capace di coniugare arte contemporanea, escursionismo e rigenerazione territoriale.

La sua impostazione strategica, la sostenibilità ambientale e la dimensione partecipativa lo rendono un progetto di forte valore tecnico, culturale e innovativo, con ampie prospettive di crescita e replicabilità in altri contesti appenninici o rurali italiani.

AZIONI

Articolazione degli interventi

Il progetto Bologna Montana Art Trail (BOMART TRAIL) prevede un insieme coordinato di interventi infrastrutturali, artistici, culturali e di promozione turistica finalizzati alla creazione, valorizzazione e gestione del cammino ad anello di 100 km nell'Appennino bolognese.

1. Interventi infrastrutturali e di fruizione

- Adeguamento e tracciatura del percorso mediante rilievi GPS, mappatura GIS e verifica di percorribilità per diverse modalità (a piedi, MTB, cavallo).
- Opere di manutenzione e messa in sicurezza dei tratti esistenti (pulizia, sistemazione fondo, canalette di scolo, staccionate, passerelle).
- Integrazione della segnaletica ufficiale del cammino (già installate 1.400 tabelle direzionali e informative) oltre ad aree di sosta attrezzate.
- Adeguamento dell'accessibilità e integrazione dei servizi essenziali in collaborazione con i Comuni e gli enti gestori del territorio.

2. Interventi artistici e culturali

- Ideazione e realizzazione di opere di land art site-specific, naturali e biodegradabili, integrate nel paesaggio, a cura di artisti selezionati tramite call nazionale e internazionale.
- Attivazione della rassegna annuale “Bologna Montana Land Art”, quale piattaforma di residenza artistica diffusa e di partecipazione comunitaria.
- Allestimento di pannelli narrativi per la valorizzazione culturale delle opere

3. Coinvolgimento territoriale e capacity building

- Accordi di collaborazione istituzionale tra l'associazione Viva il Verde e i cinque Comuni dell'area “Bologna Montana”.
- Coinvolgimento attivo della comunità, delle scuole, delle associazioni e delle imprese locali in attività di volontariato, laboratori artistici e azioni di manutenzione.
- Percorsi formativi per operatori turistici e guide ambientali, finalizzati alla gestione e promozione del cammino.

4. Sviluppo turistico e servizi di accoglienza

- Creazione e coordinamento della rete ricettiva territoriale (oltre 30 strutture)
- Realizzazione di strumenti digitali (sito web, app, mappa interattiva, QR code) per la fruizione, la sicurezza e la narrazione del percorso.
- Promozione dei prodotti tipici e delle microeconomie locali attraverso eventi, pacchetti esperienziali e circuiti di vendita diretta.

5. Comunicazione, eventi e promozione territoriale

- Campagna di comunicazione multicanale (media, social, stampa, partnership istituzionali) e produzione di materiali informativi multilingue.
- Organizzazione di eventi collaterali lungo il percorso (festival, concerti, workshop, attività di benessere e team building) per ampliare la fruizione e la visibilità del progetto.

6. Monitoraggio e sostenibilità

- Implementazione di un sistema di monitoraggio ambientale e turistico per la valutazione degli impatti economici, sociali e ambientali.
- Piano annuale di manutenzione e rigenerazione delle opere in coerenza con i principi di sostenibilità e uso di materiali naturali.

Risultato atteso: la creazione di un'infrastruttura culturale permanente che integra arte contemporanea, natura e turismo sostenibile, promuovendo la rigenerazione territoriale dell'Appennino bolognese e la crescita delle economie locali.

Gli eventi previsti dal progetto sono gratuiti e non sono previste forme di pagamento a carico dell'utente finale per la fruizione dei servizi promossi tramite le spese oggetto di contributo.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO

L'ambito territoriale del Bologna Montana Art Trail (BOMART TRAIL) si colloca nell'Appennino tosco-emiliano, all'interno dell'area denominata "Bologna Montana", che comprende i comuni di Loiano, Monghidoro, Monterenzio, Monzuno, San Benedetto Val di Sambro, Pianoro e Castiglione dei Pepoli.

Il percorso si sviluppa per circa 100 km ad anello, con partenza e arrivo a Loiano, attraversando un territorio caratterizzato da paesaggi montani, boschi, borghi storici e vallate naturali. L'area rappresenta una parte significativa dell'Appennino bolognese, a cavallo tra Emilia-Romagna e Toscana, ricca di biodiversità, tradizioni rurali e patrimonio culturale diffuso.

Dal punto di vista funzionale, il progetto interessa un territorio intercomunale che punta alla valorizzazione integrata di risorse naturali, artistiche e turistiche, favorendo forme di mobilità dolce (a piedi, in bici, a cavallo) e un modello di turismo sostenibile ed esperienziale.

In sintesi, l'ambito territoriale di BOMART TRAIL è quello dell'Appennino bolognese montano, un'area di confine tra pianura e montagna, dove arte contemporanea e natura si incontrano per rigenerare il paesaggio e le comunità locali.

PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE

- **Gen-Mar** Coordinamento e pianificazione, selezione artisti, accordi con Comuni e partner. Partenariato Comuni di Bologna Montana: Loiano, Monghidoro, Monterenzio, Monzuno, S. Benedetto Val di Sambro.
- **Apr-Ott** Rassegna "Bologna Montana Land Art", Realizzazione delle opere di land art, allestimento segnaletica, manutenzione del percorso.
- **Apr-Dic** Eventi collaterali (festival, workshop, laboratori, trekking artistici), azioni di comunicazione e promozione, monitoraggio e bilancio di impatto.

Durata complessiva: 12 mesi (Gennaio – Dicembre 2026)

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

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

Il progetto *Bologna Montana Art Trail – Il cammino tra natura, arte e cultura* presenta una forte valenza turistica in quanto è in grado di potenziare in modo significativo l'attrattività dell'Appennino bolognese, creando un prodotto turistico innovativo e sostenibile. L'integrazione tra arte contemporanea, paesaggio naturale e cultura locale rende il percorso un'esperienza unica nel panorama nazionale, capace di attrarre un pubblico diversificato – escursionisti, appassionati d'arte, famiglie e turisti culturali.

Il cammino, lungo 100 km e accessibile tutto l'anno, incentiva la permanenza dei visitatori grazie alla rete di strutture ricettive e di servizi locali coinvolti, favorendo la destagionalizzazione dei flussi turistici. La presenza delle opere di land art, in continua evoluzione, stimola il ritorno periodico dei visitatori e la copertura mediatica, rafforzando l'immagine dell'Appennino come destinazione d'eccellenza per il turismo esperienziale e sostenibile.

In sintesi, il BOMART TRAIL contribuisce in modo concreto all'incremento dei flussi di pubblico, al prolungamento della permanenza media e alla valorizzazione integrata del territorio, ponendosi come volano di sviluppo turistico, economico e culturale per i Comuni coinvolti.

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

Il progetto Bologna Montana Art Trail (BOMART TRAIL) risulta pienamente coerente con gli obiettivi delle linee guida triennali per la promo-commercializzazione regionale 2025-2027, approvate con D.G.R. Emilia-Romagna n. 1413/24, e con riferimenti strategico-programmatici del PTPL 2026 della Città Metropolitana di Bologna, approvati con Atto del Sindaco n. 173/2025. In particolare quest'ultimo documento individua Bologna Montana Art Trail tra le priorità di azione per lo sviluppo territoriale, indirizzi strategici regionali in materia di promozione turistica, culturale e territoriale.

In particolare:

- Turismo sostenibile e lento: il progetto valorizza la fruizione pedonale, cicloturistica ed equestre dei territori appenninici, in linea con l'obiettivo regionale di promuovere forme di turismo a basso impatto ambientale e ad alta qualità esperienziale.
- Valorizzazione dei territori meno noti: l'iniziativa rafforza l'attrattività dell'Appennino bolognese, coerentemente con la strategia regionale di riequilibrio dei flussi turistici e di diffusione dei benefici economici nelle aree interne e montane.
- Integrazione tra cultura, natura e comunità: l'unione tra arte contemporanea, paesaggio e identità locale risponde all'indirizzo regionale di promuovere prodotti turistici tematici integrati e narrativi, capaci di raccontare il territorio attraverso linguaggi creativi.
- Innovazione e creatività: il carattere unico del percorso — galleria d'arte a cielo aperto in continua trasformazione — si allinea con l'obiettivo di favorire la sperimentazione e l'uso dell'arte come leva di rigenerazione e promozione turistica.
- Collaborazione pubblico-privata e governance partecipata: la rete di enti locali, associazioni, artisti e operatori culturali aderisce al modello di governance collaborativa previsto dalle Linee guida regionali e dal PTPL.
- Sostenibilità economica e continuità gestionale: l'autofinanziamento, le partnership e la rassegna annuale garantiscono la durabilità del progetto, in coerenza con la richiesta regionale di progetti sostenibili e replicabili.

- Comunicazione e promo-commercializzazione: la dimensione esperienziale e il forte potenziale mediatico delle opere di land art supportano la strategia regionale di promozione integrata, anche in chiave digitale e internazionale.

In Sintesi

Il BOMART interpreta in modo esemplare le priorità delle Linee guida 2025-2027 e dell'Avviso PTPL 2026, ponendosi come modello innovativo di turismo culturale esperienziale e sostenibile, capace di generare valore economico, sociale e ambientale per i territori montani dell'Emilia-Romagna.

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

Il Bologna Montana Art Trail (BOMART TRAIL) è un cammino ad anello di circa 100 km nell'Appennino tosco-emiliano che integra arte contemporanea, natura e cultura locale in un'unica esperienza di turismo sostenibile e partecipato.

Obiettivi

Gli obiettivi generali del progetto – valorizzazione del territorio, promozione di un turismo esperienziale e generazione di impatti economico-sociali positivi – risultano pienamente coerenti con le strategie di sviluppo delle aree montane e del turismo lento.

Gli obiettivi specifici (sviluppo e mantenimento del percorso, creazione di una rete di opere di land art, attivazione della comunità, stimolo ai flussi turistici e rafforzamento dei servizi locali) sono misurabili e realistici, supportati da indicatori concreti (incremento visitatori +30%, ≥ 25 opere installate, +20% presenze turistiche, ≥ 50 volontari/anno).

Mercati di riferimento

Il progetto si colloca nel mercato del turismo esperienziale e culturale rivolto a:

- escursionisti, camminatori e amanti della natura;
- pubblici interessati all'arte contemporanea, agli eventi, al benessere, alle attività culturali;
- turisti italiani e stranieri attratti dal turismo lento e sostenibile;
- scuole, aziende e università per attività didattiche e outdoor.

La posizione geografica, tra Bologna e Firenze, consente un facile accesso a un ampio bacino di domanda e rafforza l'attrattività dell'Appennino come destinazione innovativa.

Coerenza interna tra obiettivi, azioni e costi

Le azioni previste (sviluppo e manutenzione del cammino, installazione annuale di opere site-specific, eventi culturali, comunicazione e promozione, coinvolgimento di artisti e volontari) rispondono direttamente agli obiettivi e generano risultati misurabili in termini turistici, economici e sociali.

La struttura dei costi è equilibrata e coerente con le attività:

- spese artistiche e materiali naturali per la realizzazione delle opere;
- costi logistici e di manutenzione del tracciato;
- attività promozionali e di governance territoriale.

La sostenibilità economica è garantita dal modello di gestione associativa (Ass. Viva il Verde APS), dal partenariato pubblico-privato e dall'autofinanziamento tramite eventi e turismo. L'approccio ambientale

(materiali biodegradabili, mobilità dolce, manutenzione ecocompatibile) consolida la coerenza con gli obiettivi di sostenibilità.

Valutazione complessiva. Il BOMART TRAIL presenta piena coerenza strategica e operativa:

- gli obiettivi sono chiari e misurabili;
- le azioni sono pertinenti e attuabili;
- i costi proporzionati e sostenibili;
- i mercati individuati coerenti con il posizionamento turistico e culturale del progetto.

In conclusione, il Bologna Montana Art Trail costituisce un modello innovativo e replicabile di valorizzazione integrata dei territori montani attraverso arte contemporanea, partecipazione comunitaria e turismo sostenibile, con elevata coerenza interna ed efficacia potenziale in termini di impatto economico, sociale e ambientale.

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

Il progetto *Bologna Montana Art Trail (BOMART TRAIL)* adotta un approccio integrato alla sostenibilità, mirato a minimizzare gli impatti ambientali lungo tutto il ciclo di vita del cammino e delle opere artistiche.

1. Principi generali di sostenibilità ambientale

- Promozione della *mobilità dolce* (escursionismo a piedi, in bici o a cavallo) come alternativa al turismo motorizzato.
- Tutela del paesaggio naturale e riduzione al minimo delle alterazioni dei sentieri e delle aree verdi.
- Valorizzazione dei materiali locali e naturali, favorendo il recupero e la biodegradabilità.

2. Misure operative di riduzione dell'impatto

- Materiali e opere d'arte: utilizzo esclusivo di materiali naturali, riciclati o biodegradabili (legno, pietra, terra, fibre vegetali) per tutte le installazioni di land art; assenza di sostanze inquinanti o sintetiche.
- Manutenzione ecocompatibile: interventi di manutenzione ordinaria e straordinaria dei sentieri condotti manualmente o con mezzi a basso impatto; utilizzo di prodotti ecologici per la segnaletica e il restauro.
- Gestione dei rifiuti: adozione di un approccio “*zero waste*” durante eventi, workshop e installazioni (raccolta differenziata, eliminazione di plastica monouso, uso di materiali riutilizzabili).
- Risparmio idrico ed energetico: ottimizzazione dei punti acqua esistenti e installazione di fonti a basso consumo; sensibilizzazione delle strutture ricettive su buone pratiche di risparmio energetico.
- Tutela della biodiversità: realizzazione delle opere nel rispetto dei cicli naturali e dei vincoli ambientali, evitando l'alterazione di habitat sensibili.
- Educazione ambientale: coinvolgimento di visitatori, artisti e comunità locali in azioni di sensibilizzazione sulla sostenibilità e la cura del territorio.

3. Monitoraggio e indicatori ambientali

- 100% delle opere realizzate con materiali naturali o riciclati.
- Riduzione progressiva dei rifiuti prodotti negli eventi collegati al cammino.
- Mantenimento dell'integrità ecologica dei sentieri e delle aree naturali attraversate.

Sintesi

Le misure previste consentono al BOMART TRAIL di configurarsi come un modello di turismo culturale a basso impatto, in cui l'arte diventa strumento di tutela ambientale e rigenerazione del paesaggio, garantendo equilibrio tra fruizione, conservazione e sviluppo locale sostenibile.

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

Obiettivi specifici

- Garantire la fruibilità del percorso e dei punti di interesse a persone con disabilità motorie, sensoriali e cognitive.
- Promuovere una cultura dell'accoglienza inclusiva tra operatori, artisti e comunità locali.
- Rafforzare l'immagine del BOMART TRAIL come itinerario di turismo esperienziale e accessibile.

Attività previste

1. Accessibilità fisica e motoria

- Mappatura dell'accessibilità dei tratti del cammino e dei punti di interesse.
- Realizzazione e segnalazione di tratti accessibili, pendenze adeguate e aree di sosta attrezzate.
- Adeguamento di strutture ricettive e punti di ristoro alle normative sull'accessibilità.
- Attivazione di servizi di accompagnamento e noleggio di ausili (e-bike adattate, ecc.).

2. Accessibilità sensoriale

- QR code con descrizioni audio.
- Produzione di audioguide e podcast accessibili.
- Realizzazione di opere di land art fruibili attraverso stimoli tattili e olfattivi.

3. Accessibilità cognitiva e comunicativa

- Organizzazione di visite guidate e laboratori esperienziali inclusivi.
- Formazione di guide, volontari e operatori su tecniche di comunicazione e accompagnamento accessibile.

4. Comunicazione e promozione

- Campagne di comunicazione inclusive e rappresentative della diversità dei visitatori.
- Collaborazione con associazioni e reti di turismo accessibile per la diffusione delle attività.

5. Sensibilizzazione e monitoraggio

- Eventi tematici e giornate dedicate al turismo inclusivo e alla cultura dell'accoglienza.
- Raccolta di feedback e monitoraggio della qualità dell'esperienza da parte di visitatori con disabilità.

Risultati attesi

- Miglioramento dell'accessibilità fisica, sensoriale e cognitiva del percorso BOMART TRAIL.
- Aumento del numero di visitatori con esigenze specifiche e delle strutture accessibili.
- Crescita della consapevolezza e delle competenze locali sul turismo inclusivo.
- Riconoscimento del BOMART TRAIL come modello di **turismo culturale, sostenibile e accessibile** a livello regionale e nazionale.

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

1) Co-progettazione con la comunità, favorendo inclusione sociale e intergenerazionale.

- Differenziazione rispetto a iniziative top-down consolidate.

2) Turismo sostenibile e multifunzionale

- Fruizione a piedi, in bici o a cavallo, con mobilità dolce e impatto ambientale ridotto.
- Attività collaterali (festival, workshop, eventi culturali) integrate nel percorso.

- 3) Sostenibilità ambientale ed economica
 - Materiali naturali e gestione “zero waste” delle opere.
 - Autofinanziamento parziale tramite eventi e sponsorizzazioni, garantendo continuità.
- 4) Integrazione multidisciplinare
 - Combina natura, arte contemporanea e cultura locale in un percorso escursionistico unico di 100 km.
 - Differenziazione dai cammini tradizionali, che si concentrano solo su trekking o natura.
- 5) Arte effimera e rigenerativa
 - Opere di land art biodegradabili e rinnovabili, che cambiano nel tempo.
 - Coinvolgimento di artisti, comunità locali e volontari nella creazione, rendendo il percorso una “galleria viva” a cielo aperto.
- 6) Approccio partecipativo e comunitario
- 7) Integrazione territoriale e impatto socioeconomico
 - Stimola l'economia locale diffusa, valorizza borghi e servizi, rafforza l'identità territoriale.
 - Attrattiva per turismo culturale di nicchia e internazionale.
- 8) Replicabilità e scalabilità
 - Modello modulare e trasferibile ad altri territori montani italiani.
 - Possibilità di aggiornamento continuo attraverso opere e eventi annuali.

Sintesi chiave: BOMART TRAIL è innovativo perché trasforma il territorio in un'esperienza culturale immersiva e dinamica, unendo arte effimera, turismo sostenibile e partecipazione comunitaria in modo integrato e replicabile.

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

1. Obiettivo

Rendere disponibili immagini e video di alta qualità del cammino e delle opere di land art per valorizzare il territorio turistico dell'Appennino bolognese, promuovendo l'esperienza unica di arte, natura e cultura offerta dal BOMART TRAIL e supportando strategie di marketing turistico, comunicazione culturale e collaborazioni con operatori locali.

2. Tipologia di contenuti

- Fotografie: panorami, dettagli delle opere di land art, punti di interesse naturalistico e storico, momenti degli eventi e workshop.
- Video tradizionali: clip immersive del percorso, interviste ad artisti, volontari e visitatori, reportage di eventi culturali.
- Riprese con drone: vedute aeree del tracciato, delle opere site-specific e dei borghi attraversati, valorizzando l'integrazione tra arte e paesaggio naturale.

3. Modalità di messa a disposizione

1. Archiviazione centralizzata: creazione di un archivio digitale organizzato per categorie (opere, eventi, paesaggi, strutture ricettive) accessibile ai partner e ai media.
2. Piattaforma online: implementazione di una sezione dedicata sul sito ufficiale BOMART TRAIL con download regolamentato di foto e video per giornalisti, tour operator e scuole/università.
3. Media kit: pacchetti multimediali preconfezionati per stampa e media digitali contenenti materiale aggiornato, descrizioni delle opere e informazioni sul percorso.

4. Canali social e newsletter: diffusione regolare di contenuti visuali su Instagram, Facebook, YouTube e newsletter, con particolare attenzione ai contenuti video per aumentare engagement e visibilità.
5. Collaborazione con enti turistici locali: condivisione di materiale fotografico e video con le Pro Loco, uffici turistici comunali e consorzi di promozione territoriale per campagne promozionali mirate.

4. Linee guida per l'utilizzo dei contenuti

- Riconoscimento del progetto: ogni utilizzo del materiale deve citare “Bologna Montana Art Trail – BOMART TRAIL”.
- Uso etico e sostenibile: valorizzare il territorio senza alterare l'esperienza naturale e culturale; rispetto della privacy di visitatori e volontari.
- Accesso regolamentato: definire livelli di accesso (pubblico, partner, stampa) per proteggere i diritti d'autore e garantire la corretta attribuzione.

5. Benefici attesi

- Promozionali: maggiore visibilità del percorso, delle opere d'arte e dei borghi lungo il cammino.
- Turistici: incremento del numero di visitatori e pernottamenti, incentivando il turismo lento e sostenibile.
- Culturali: valorizzazione della land art come elemento distintivo, rafforzando il riconoscimento del BOMART TRAIL a livello nazionale.
- Economici: supporto alla promozione di strutture ricettive, attività commerciali e operatori turistici locali.
- Sociali: coinvolgimento di comunità locali, artisti e volontari, stimolando senso di appartenenza e partecipazione.

6. Piano operativo sintetico

1. Raccolta e catalogazione materiale Archivio digitale centralizzato, database foto/video
2. Realizzazione contenuti aggiuntivi Riprese drone, interviste
3. Creazione media kit

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

Motivazione delle azioni di promozione istituzionale e attività autonome

Le iniziative di promozione autonoma del Bologna Montana Art Trail (BOMART TRAIL), quali fiere turistiche, press tour ed educational tour, sono strategiche per:

- **Incrementare la visibilità nazionale e internazionale** del progetto, posizionandolo come itinerario unico di arte, natura e cultura.
- **Attrarre flussi turistici qualificati**, favorendo l'aumento di pernottamenti e consumi nelle strutture locali.
- **Valorizzare le opere di land art e il modello partecipativo**, rafforzando il riconoscimento culturale del territorio e le collaborazioni con artisti e comunità locali.
- **Garantire la sostenibilità economica e la replicabilità del progetto**, favorendo partnership, sponsorizzazioni e opportunità di promozione diretta.

Tali azioni, pur non rientrando nel piano di Apt Servizi o del Territorio Turistico Bologna-Modena, risultano pienamente coerenti con gli obiettivi turistici, culturali e socioeconomici del progetto.

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

BOMART TRAIL, con il suo approccio esperienziale, sostenibile e culturale, si integra perfettamente con le strategie di promozione turistica regionale e del Territorio Turistico Bologna-Modena.

Possibili azioni:

1. **Promozione congiunta:** inserimento del percorso e delle attività BOMART TRAIL nei portali, brochure e mappe ufficiali di Regione e APT.
2. **Eventi ed esperienze:** collaborazione per festival, workshop e pacchetti turistici integrati (escursioni + pernottamento + attività culturali).
3. **Rete di accoglienza:** convenzioni con strutture ricettive e operatori turistici già attivi nei circuiti regionali.
4. **Formazione e laboratori:** attività educative con scuole e università promosse dagli enti regionali.

Vantaggi attesi:

- Maggiore visibilità e attrattività regionale/nazionale.
- Incremento dei flussi turistici e dei pernottamenti.
- Accesso a reti di collaborazione e potenziali finanziamenti pubblici.

Conclusione:

L'integrazione rafforzerebbe BOMART TRAIL come itinerario culturale-naturalistico di rilevanza regionale, valorizzando l'Appennino bolognese e i territori montani coinvolti.

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

nessun progetto presentato precedentemente

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
<p>1. Progettazione e coordinamento</p> <p>Azioni principali:</p> <ul style="list-style-type: none">• Perfezionamento del tracciato di 100 km e delle infrastrutture (segnalazioni, punti acqua, aree sosta).• Pianificazione del calendario annuale della rassegna Bologna Montana Land Art.• Creazione del comitato tecnico-artistico e tavoli di governance con i Comuni.	<ul style="list-style-type: none">• Approvazione del piano tracciato e delle mappe ufficiali.• Verbali delle riunioni di governance e decisioni sulle opere artistiche.
<p>2. Realizzazione del percorso e infrastrutture</p> <p>Azioni principali:</p> <ul style="list-style-type: none">• Integrazione delle oltre 1.400 segnalazioni lungo il percorso.• Monitoraggio dei 25 punti acqua e delle aree di sosta.• Manutenzione ecocompatibile dei sentieri e dei punti di interesse.	<ul style="list-style-type: none">• Ispezioni sul campo e controllo della segnaletica.• Report fotografici e manutentivi periodici.

3. Produzione artistica e culturale

Azioni principali:

- Selezione e coinvolgimento di artisti italiani e internazionali.
- Realizzazione di opere di land art site-specific (oltre 50 previste nel corso dei prossimi anni).
- Organizzazione di workshop e laboratori artistici con comunità locali e scuole.

4. Attività turistiche e promozionali

Azioni principali:

- Promozione del percorso tramite eventi, media e canali digitali.
- Collaborazione con strutture ricettive, ristoranti e operatori locali.
- Organizzazione di attività collaterali: festival, trekking guidati, eventi aziendali e culturali.

5. Coinvolgimento della comunità e volontariato

Azioni principali:

- Mobilitazione di volontari locali per manutenzione, accoglienza e supporto eventi.
- Attivazione di progetti intergenerazionali e educational con scuole/università.

6. Monitoraggio e sostenibilità

Azioni principali:

- Monitoraggio dell'impatto turistico, culturale, economico, sociale e ambientale.
- Verifica dell'utilizzo di materiali naturali e biodegradabili nelle opere.
- Gestione economica sostenibile tramite partnership e autofinanziamento.

- Inventario e catalogazione delle opere installate.
- Numero di partecipanti ai laboratori e feedback dei visitatori.

- Analisi del numero di visitatori e pernottamenti.

- Copertura stampa/web e partecipazione agli eventi.

- Numero di volontari attivi e ore di servizio.
- Feedback della comunità locale e report sulle attività educative.

- KPI: incremento visitatori (+30%), opere installate (≥ 25), incremento presenze turistiche (+20%), volontari ≥ 50 /anno, opere 100% naturali/riciclate.
- Bilanci economici e report di sostenibilità ambientale e sociale.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 40.000,00 (iva inclusa se dovuta)

Non ammesse spese per € 11.000,00 beni durevoli (€ 9.000,00 realizzazione opere land art, € 2.000,00 cartellonistica).

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 29.000,00 (iva inclusa se dovuta)

PUNTEGGIO: 80

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

7) YODA APS - IT.A.CÀ migranti e viaggiatori: festival del turismo responsabile

PG n. 72138/2025

integrazione PG n. 74305/2025

integrazione PG n. 75741/2025

integrazione PG n. 76741/2025

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. Comune di Monzuno
2. Comune di Casalecchio di Reno
3. Comune di Camugnano

DESCRIZIONE SINTETICA

Negli ultimi anni Bologna ha consolidato il proprio ruolo di destinazione turistica di rilievo nel panorama nazionale e internazionale, grazie a una combinazione di patrimonio culturale, vivacità artistica, eventi diffusi e forte identità locale. La città e la sua area metropolitana hanno saputo diversificare la propria offerta, coniugando la dimensione urbana con quella collinare e appenninica, e diventando punto di riferimento per un turismo culturale e di esperienza. La ripresa post-pandemica ha portato a un ritorno importante dei flussi turistici, ma anche alla consapevolezza della necessità di sviluppare modelli più equilibrati e sostenibili, capaci di distribuire i visitatori lungo tutto l'anno e di valorizzare le aree meno note del territorio. In questo scenario, Bologna sta progressivamente orientando le proprie strategie verso forme di turismo che pongano al centro la qualità della fruizione, la partecipazione della comunità locale e il rispetto dell'ambiente e delle persone. Il progetto IT.A.CÀ, giunto alla sua XVIII edizione, si inserisce in questo percorso, promuovendo il turismo sostenibile, accessibile e di prossimità attraverso un'ampia varietà di eventi, itinerari e attività che valorizzano la cultura locale e favoriscono relazioni autentiche tra abitanti e viaggiatori. Il festival rappresenta oggi una realtà consolidata e riconosciuta a livello locale e non solo, capace di coniugare sensibilizzazione, sperimentazione e partecipazione attiva. Grazie a una rete di partner e collaborazioni, IT.A.CÀ si sviluppa come un festival innovativo e inclusivo che promuove il turismo lento attraverso itinerari a piedi e in bicicletta, esperienze culturali e attività sociali che permettono di conoscere il territorio in modo approfondito e consapevole. Elemento distintivo del progetto è la coprogettazione partecipativa, che coinvolge enti pubblici, associazioni, cooperative, imprese, operatori culturali e cittadini. Questa modalità di lavoro, facilitata da Yoda APS, applica un approccio di learning by doing che sensibilizza i partecipanti su temi quali la mobilità sostenibile, l'accessibilità universale e la riduzione dell'impatto ambientale.

Obiettivi principali

- **Promuovere il turismo responsabile, lento e di prossimità**, valorizzando il patrimonio culturale, naturale e sociale della Città Metropolitana di Bologna e favorendo una fruizione rispettosa e consapevole dei luoghi.
- **Rafforzare l'immagine di Bologna** come destinazione di turismo sostenibile, accessibile e inclusivo, capace di integrare città e territorio in una visione unitaria e coerente.
- **Sperimentare e consolidare modelli turistici replicabili**, attraverso la diversificazione delle esperienze e la creazione di nuovi hub locali che amplino l'offerta in modo innovativo.
- **Coinvolgere attivamente la comunità locale**, integrando soggetti profit e non-profit nella creazione di percorsi turistici che rafforzino l'identità territoriale e favoriscano lo sviluppo di economie circolari e solidali.
- **Tutela del tessuto sociale ed economico cittadino**, promuovendo un turismo che generi benefici equi e diffusi per la comunità.
- **Destagionalizzare e distribuire i flussi turistici**, per rendere il territorio attrattivo tutto l'anno e valorizzare anche le aree meno frequentate.
- **Sostenere la transizione ecologica nel turismo**, incoraggiando pratiche e progettualità orientate alla riduzione dell'impatto ambientale e all'uso responsabile delle risorse.

- **Favorire inclusione e accessibilità**, proponendo attività fruibili da tutte e da tutti, con particolare attenzione alle persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive, e alle persone migranti.
- **Intercettare pubblici specifici**, come viaggiatori responsabili, famiglie e persone con bisogni speciali, attraverso un'offerta calibrata sulle diverse esigenze e interessi.

Questa combinazione di obiettivi e azioni fa di IT.A.CÀ non solo un evento turistico-culturale, ma una vera piattaforma partecipativa capace di generare valore duraturo per la comunità locale.

Alla sua XVIII edizione, il festival conferma il proprio ruolo di punto di riferimento per la promozione del turismo responsabile nella Città Metropolitana di Bologna, contribuendo a rafforzare la semantica turistica del brand territoriale con i valori della sostenibilità, dell'inclusione e della responsabilità.

AZIONI

1 – Coprogettazione delle attività

Come nelle precedenti edizioni, la coprogettazione partecipata rappresenta un pilastro fondamentale del progetto. La progettazione avviene attraverso focus group e tavoli di lavoro territoriali, sia in presenza che online, che coinvolgono realtà già attive sui temi del turismo responsabile e nuovi interlocutori del tessuto economico, sociale e culturale.

Facilitati da Yoda APS, questi incontri consentono di raccogliere bisogni e proposte, costruendo percorsi condivisi e stimolando la partecipazione attiva attraverso il learning by doing. Particolare attenzione sarà dedicata alla progettazione dell'accessibilità, applicando il principio del design for all: percorsi e attività saranno fruibili da persone con diverse disabilità, integrando guide LIS, mappe tattili, materiali accessibili e supporti digitali dedicati.

2 – Realizzazione delle attività di progetto

Saranno realizzati itinerari tematici e iniziative esperienziali per scoprire Bologna e il suo territorio metropolitano — dalle aree urbane ai borghi dell'Appennino e della Pianura — promuovendo un approccio lento, sostenibile e partecipato. In ambito urbano, gli itinerari racconteranno la storia dei movimenti e delle comunità che hanno reso Bologna un simbolo di diritti e innovazione sociale, approfondendo temi legati all'intercultura, alla memoria delle donne, ai diritti LGBTIQ+, alle controculture giovanili e alla storia politica e industriale della città, con laboratori, performance e incontri con protagonisti locali. In Appennino, gli itinerari saranno pensati come esperienze lente e inclusive che favoriscono la conoscenza dei luoghi e l'incontro con le comunità locali. Verranno proposti percorsi dedicati al rapporto tra persone e natura, alla memoria collettiva, ai cammini storici e alla connessione tra poesia, arte e paesaggio. In Pianura, i percorsi in bicicletta valorizzeranno il patrimonio rurale e fluviale, la memoria storica e musicale e il legame tra città e campagna. Si proporranno esperienze di mobilità dolce, esplorazioni lungo i corsi d'acqua e valorizzazione delle ciclovie metropolitane in collaborazione con i Comuni del territorio. Gli itinerari saranno accompagnati da approfondimenti culturali, spettacoli, mostre, musica e incontri, trasformando ogni percorso in un'occasione di apprendimento, dialogo e partecipazione attiva. Come nelle scorse due edizioni, è nostra intenzione ampliare la rete territoriale del festival organizzando due eventi anche nei territori di Modena e Mirandola, in continuità con la collaborazione avviata con i Comuni e le realtà locali.

3 – Attività di comunicazione del progetto

La comunicazione sarà articolata su più canali, adattando linguaggi e strumenti ai diversi pubblici.

- Campagne social: Facebook per il pubblico over 30; Instagram e YouTube per gli under 30; newsletter, Telegram e WhatsApp per la comunicazione diretta.
- Storytelling territoriale con interviste, articoli e video diffusi su social e sito ufficiale.
- Ufficio stampa e media partnership con testate locali e nazionali.
- Visual identity coordinata con le altre tappe IT.A.CÀ del territorio Bologna-Modena.
- Accessibilità e multilinguismo: sito ottimizzato per dispositivi mobili, sistemi di traduzione automatica e contenuti accessibili.
- Coordinamento interterritoriale delle strategie di comunicazione tra le tappe per una promozione coerente e unitaria del festival.

Per gli eventi del Festival IT.A.CÀ non viene richiesto alcun pagamento agli utenti per coprire le spese sostenute da Yoda APS per l'organizzazione delle attività incluse nel progetto.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO

Città di Bologna, Casalecchio di Reno, Unione dei Comuni dell'Appennino Bolognese (Monzuno, Marzabotto, Camugnano), Lizzano in Belvedere, Ozzano dell'Emilia, Castel del Rio, Budrio, Monteveglio, area modenese (Modena, Mirandola).

PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE

Gennaio – Dicembre 2026

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

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

Il festival IT.A.CÀ si distingue per la capacità di valorizzare il territorio attraverso un modello di turismo responsabile e sostenibile, che promuove esperienze autentiche e un approccio di viaggio lento e consapevole. L'obiettivo è ampliare e qualificare l'offerta turistica locale, favorendo la scoperta delle aree meno conosciute e incentivando la permanenza sul territorio di un pubblico diversificato, composto da viaggiatori interessati alla cultura, all'ambiente, all'inclusione e alle pratiche di un turismo più etico. Le attività proposte spaziano da itinerari tematici, cammini, percorsi in bicicletta e laboratori esperienziali fino a eventi culturali, mostre e spettacoli che mettono in dialogo paesaggio, comunità e patrimonio locale. Il festival offre così un'occasione per esplorare il territorio con sguardi nuovi, integrando dimensione ambientale, culturale e sociale in un'unica proposta turistica diffusa. Nel corso delle ultime edizioni, IT.A.CÀ ha dimostrato una crescente capacità di attrarre flussi di pubblico, diventando un punto di riferimento per il turismo responsabile. L'edizione 2024 aveva già registrato una quasi totale copertura degli eventi, e anche nel 2025 questo trend si è confermato, con un'alta partecipazione e un forte apprezzamento da parte del pubblico. Il festival rappresenta inoltre uno strumento di promozione integrata del territorio metropolitano, collegando aree urbane, appenniniche e di pianura in un'unica narrazione. Tale approccio consente di valorizzare non solo la città di Bologna ma anche i comuni minori, spesso esclusi dai principali circuiti turistici, rafforzando la coesione territoriale e incentivando la fruizione di aree con un grande potenziale naturalistico, storico e umano.

Attraverso la collaborazione con enti pubblici, enti del terzo settore, cooperative, operatori turistici e produttori locali, IT.A.CÀ stimola un turismo di prossimità che sostiene le economie locali e contribuisce alla destagionalizzazione dei flussi, distribuendo l'interesse turistico durante tutto l'anno. IT.A.CÀ rafforza inoltre il senso di appartenenza e orgoglio identitario della comunità locale, che da semplice spettatrice diventa protagonista attiva del progetto: cittadini, artisti, guide, enti e associazioni cooperano nella progettazione e realizzazione delle iniziative, creando un modello di turismo partecipativo basato sulla condivisione e sulla cura del territorio. Infine, il festival si pone come strumento di educazione civica e ambientale, promuovendo buone pratiche legate alla mobilità dolce, alla riduzione dell'impatto ambientale e alla tutela del paesaggio, contribuendo così a consolidare la reputazione di Bologna e del suo territorio come destinazione turistica attenta alla sostenibilità, all'innovazione sociale e all'accoglienza.

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

Il progetto IT.A.CÀ – migranti e viaggiatori aderisce pienamente agli obiettivi delle Linee guida triennali 2025–2027 della Regione Emilia-Romagna, che promuovono un modello di turismo ispirato ai principi

dell'Agenda 2030 e del Green Deal europeo, volto a garantire sostenibilità, inclusione, accessibilità e innovazione digitale. Attraverso la valorizzazione di itinerari meno conosciuti e l'adozione di pratiche a basso impatto ambientale, il festival contribuisce a diversificare l'offerta turistica regionale, rafforzando il brand Emilia-Romagna come destinazione autentica e responsabile. IT.A.CÀ favorisce una nuova narrazione del territorio basata su esperienze lente, relazioni umane e scoperta del patrimonio diffuso, in linea con la visione regionale di un turismo esperienziale di qualità. Il progetto sostiene il turismo di prossimità, stimola l'economia locale e contribuisce alla destagionalizzazione dei flussi turistici, distribuendo le presenze anche nei periodi di minor affluenza. Grazie alla sua struttura diffusa e al coinvolgimento di diversi comuni dell'area metropolitana, IT.A.CÀ rafforza la connessione tra Bologna, l'Appennino e la Pianura, promuovendo un modello di turismo territoriale integrato. La coprogettazione partecipata è un elemento chiave che risponde agli obiettivi regionali di promuovere forme di turismo rigenerative, in cui la comunità locale è parte attiva e non solo destinataria dell'offerta. Il festival coinvolge enti pubblici, associazioni, operatori turistici, cittadini e artisti nella co-creazione di esperienze, generando benefici diffusi e consolidando il senso di appartenenza al territorio. Questo approccio, basato su relazioni e scambi, rafforza la coesione sociale e contribuisce alla costruzione di un'identità turistica condivisa e consapevole. Coerentemente con le linee regionali sulla transizione digitale, IT.A.CÀ integra strumenti di comunicazione e promozione accessibili a tutte e tutti: il sito e i materiali digitali vengono aggiornati per garantire accessibilità, fruibilità multilingue e compatibilità con dispositivi mobili. I target di riferimento comprendono viaggiatori e viaggiatrici interessati a esperienze autentiche e sostenibili, che amano camminare, pedalare e scoprire il territorio in modo attivo e rispettoso. Parallelamente, il festival si rivolge a residenti e turisti culturali che desiderano approfondire la conoscenza del patrimonio locale, naturale ed enogastronomico, riscoprendo i ritmi lenti e la dimensione relazionale del viaggio. I segmenti prevalenti sono quelli del turismo individuale, familiare e di piccoli gruppi, conformi ai principi di responsabilità e sostenibilità. Il festival dedica inoltre particolare attenzione a giovani (18–30 anni) e studenti universitari, con proposte legate a percorsi culturali alternativi, arti urbane e rigenerazione sociale. Un obiettivo in crescita per l'edizione 2026 è quello di ampliare il coinvolgimento del target infanzia e famiglie, sviluppando cammini e percorsi accessibili, segmentati e integrati con attività laboratoriali e momenti di partecipazione condivisa. In continuità con le precedenti edizioni, IT.A.CÀ mira a rafforzare il coinvolgimento delle persone con disabilità e della comunità migrante, sviluppando esperienze turistiche inclusive, accessibili e interculturali, costruite in collaborazione con realtà ed esperti del settore. Infine, in collaborazione con il Centro Risorse LGBTI e altre realtà impegnate nella promozione dei diritti umani e nel contrasto alle discriminazioni, il progetto intende promuovere un turismo inclusivo, accessibile e rispettoso dei diritti umani, attraverso percorsi culturali, attività di informazione e buone pratiche che valorizzino la diversità come parte integrante del patrimonio sociale e culturale del territorio.

In questo modo, IT.A.CÀ contribuisce in maniera concreta alla realizzazione degli obiettivi strategici regionali, proponendo un modello di turismo innovativo, equo e sostenibile, capace di generare valore per il territorio e per le persone che lo vivono.

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

Gli obiettivi, i target e le azioni del progetto IT.A.CÀ sono fortemente integrati e coerenti tra loro, garantendo una struttura solida e funzionale al raggiungimento dei risultati attesi. Il festival mira a promuovere e consolidare il turismo responsabile, coinvolgendo sia il pubblico locale sia quello nazionale e internazionale, con particolare attenzione ai mercati di corto e medio raggio. Bologna, grazie alla sua posizione strategica e alla rete dei collegamenti, rappresenta un punto di accesso ideale per visitatori interessati a esperienze autentiche e culturali. Il progetto adotta un approccio inclusivo e accessibile, offrendo attività fruibili da pubblici diversi e integrando azioni specifiche per l'accessibilità. Il budget sarà distribuito in modo equilibrato tra le diverse fasi — co-progettazione, realizzazione, comunicazione e accessibilità — assicurando la sostenibilità economica e la massima efficacia delle azioni. In linea con le priorità del Territorio Turistico Bologna-Modena, il progetto si articola su più linee di prodotto che rispondono ai diversi mercati e segmenti turistici di riferimento:

- **City Break:** IT.A.CÀ valorizza il patrimonio storico e culturale attraverso itinerari urbani che uniscono luoghi simbolici, spazi pubblici e aree verdi, inclusi quartieri periferici. Questa impostazione rafforza Bologna come destinazione ideale per brevi soggiorni esperienziali, in linea con la crescente tendenza dei viaggiatori verso esperienze personalizzate e autentiche.
- **Cultura:** Il festival promuove il patrimonio culturale, sociale e naturale della Città Metropolitana, collegando luoghi e comunità attraverso eventi e percorsi che raccontano la storia, l’identità e la memoria collettiva. Questa prospettiva diffusa favorisce una fruizione culturale integrata e partecipata.
- **Outdoor Active & Slow:** L’impegno di IT.A.CÀ verso il turismo attivo e sostenibile è pienamente coerente con gli obiettivi regionali di promozione del cicloturismo e dei cammini. Il progetto incentiva la mobilità dolce, il rispetto ambientale e un approccio immersivo e consapevole alla scoperta del territorio, favorendo esperienze all’aria aperta che coniugano benessere, cultura e natura.
- **Natura e Benessere:** Il festival valorizza il patrimonio naturalistico e paesaggistico, urbano ed extraurbano, incoraggiandone una fruizione sostenibile e consapevole. Gli itinerari promuovono il contatto con la natura e la qualità della vita, sia per i residenti sia per i visitatori.
- **Food & Wine:** Fin dalla co-progettazione, il progetto coinvolge produttori locali, botteghe e consorzi, creando sinergie tra cultura, enogastronomia e turismo sostenibile. Queste collaborazioni favoriscono la promozione dei prodotti tipici e delle filiere locali, rafforzando l’identità gastronomica del territorio.
- **Special Interest – Musica e arti performative:** Il festival valorizza la tradizione musicale e popolare del territorio attraverso eventi e collaborazioni con musicisti e artisti locali. Queste iniziative ampliano il pubblico interessato, collegando cultura e turismo esperienziale.
- **Sport e turismo attivo:** IT.A.CÀ promuove attività di cammino, trekking e cicloturismo, incoraggiando un contatto diretto con la natura e uno stile di vita salutare. Gli itinerari naturalistici rafforzano l’offerta outdoor del territorio e si integrano con le iniziative sportive metropolitane. Come nelle ultime due edizioni, è inoltre prevista l’organizzazione di alcuni eventi anche nei territori di Modena e Mirandola, in continuità con le collaborazioni avviate, per rafforzare la connessione tra i due territori e ampliare la promozione del turismo sostenibile nell’area Bologna–Modena. Nel suo complesso, IT.A.CÀ rappresenta un modello di coerenza tra strategia, azioni e risorse, in cui ogni attività contribuisce al raggiungimento degli obiettivi di valorizzazione territoriale, sostenibilità e inclusione, garantendo la massima efficacia nell’utilizzo dei fondi e, nel suo piccolo, un contributo concreto all’impatto turistico del territorio.

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

Il festival IT.A.CÀ adotta da anni misure concrete per ridurre l’impatto ambientale delle proprie attività, promuovendo comportamenti sostenibili e consapevoli sia tra i partner che tra il pubblico. Le azioni riguardano in particolare la riduzione, il riutilizzo e il riciclo dei materiali: viene evitato l’uso di prodotti monouso e, quando non è possibile, si privilegiano materiali biodegradabili e compostabili; viene costantemente ridotto l’utilizzo della plastica; la comunicazione avviene prevalentemente in formato digitale, per limitare il consumo di carta e favorire un approccio più responsabile alla promozione. Il festival incoraggia inoltre la mobilità sostenibile, promuovendo l’uso del trasporto pubblico, della bicicletta e degli spostamenti a piedi, sia per i partecipanti che per lo staff. In questo modo, IT.A.CÀ non è solo un evento dedicato alla sostenibilità, ma diventa anche uno strumento di sensibilizzazione collettiva, che invita ciascun partecipante a riflettere sul proprio impatto e sulle proprie scelte di viaggio, nella consapevolezza che non esistono attività a impatto zero, ma percorsi di miglioramento continuo. Scegliere il turismo responsabile significa adottare un approccio consapevole verso gli impatti ambientali del settore turistico e impegnarsi a ridurli attraverso azioni quotidiane, dalla logistica all’organizzazione degli eventi. Consapevoli anche dell’impatto ambientale del settore ICT (tecnologie dell’informazione e della comunicazione), dal 2021 IT.A.CÀ ha trasferito il proprio sito web presso il data center Green “00Gate” dell’azienda EXE.IT, alle porte di Bologna: una struttura in legno progettata secondo criteri di alta efficienza energetica e alimentata da energia solare in autoconsumo. Questa scelta riflette l’impegno del festival per una digitalizzazione sostenibile e coerente con i principi del progetto. www.festivalitaca.net/2021/02/green-server-accessibilita-website-it-a-ca Sul sito ufficiale sono inoltre pubblicate

le Linee guida per l'impatto ambientale, elaborate e condivise dalla squadra del festival, che forniscono indicazioni pratiche su come organizzare eventi sostenibili. <https://www.festivalitaca.net/il-festival/organizzare-eventi-sostenibili/> Nel 2025, IT.A.CÀ è stato inoltre riconosciuto come “Evento Green” all'interno del cartellone promozionale dell'Unione dei Comuni dell'Appennino Bolognese, nell'ambito della Green Community del territorio. Questo riconoscimento conferisce al festival un valore strategico non solo come manifestazione culturale e turistica, ma anche come strumento di trasformazione territoriale in chiave ecologica e partecipata, in linea con gli obiettivi della transizione verde promossa dalla Regione Emilia-Romagna.

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

Grazie alla rete di esperti costruita in anni di lavoro, Yoda APS, attraverso il progetto IT.A.CÀ, promuove un modello di turismo inclusivo e accessibile, fondato sui principi del design universale e del design for all, con l'obiettivo di garantire esperienze fruibili a persone con disabilità sensoriali e motorie. Per favorire una reale partecipazione, il festival adotta misure concrete di accessibilità: presenza di interpreti in Lingua dei Segni Italiana (LIS), mappe tattili, segnaletica intuitiva, materiali accessibili e itinerari progettati per rispondere alle diverse esigenze di mobilità. L'approccio del progetto è pratico e partecipativo: l'equipe di professionisti dell'accessibilità, composta da persone con e senza disabilità, affianca le reti locali coinvolte nella progettazione delle iniziative, promuovendo una tipologia di formazione continua “learning by doing”. Questa metodologia consente di sviluppare, insieme ai partner territoriali, un linguaggio condiviso e una maggiore sensibilità ai bisogni specifici, integrando il punto di vista delle persone con disabilità nelle fasi del processo creativo. Non si tratta quindi di proporre attività “dedicate”, ma di realizzare attività integrate, il più possibile accessibili e capaci di generare un arricchimento reciproco tra persone con e senza disabilità. In quest'ottica, il 2026 vedrà un maggior impegno nel lavoro di coprogettazione e di sperimentazione di pratiche inclusive, con un ruolo attivo delle persone con disabilità nella definizione delle metodologie e nella verifica dell'accessibilità. Saranno inoltre effettuati sopralluoghi specifici su percorsi, servizi e attrattività locali, con particolare attenzione agli strumenti di fruizione per le disabilità sensoriali (interpretariato LIS, mappe e strumenti tattili) e alla formazione informale dei soggetti locali coinvolti nel progetto. Tra gli esperti e le realtà di riferimento figurano l'Associazione La Girobussola, il Centro Documentazione Handicap APS – Cooperativa Accaparlante, il consulente Davide Valacchi, la Fondazione Silvia Parente, l'Istituto dei Ciechi F. Cavazza – Museo Tolomeo, e la Fondazione Gualandi. Sul piano digitale, il sito web del festival è ottimizzato per la fruizione accessibile da parte di persone con disabilità visive o uditive. La piattaforma integra la tecnologia Equal Web (www.equalweb.com), una delle soluzioni più avanzate a livello mondiale per l'accessibilità digitale, che garantisce un'esperienza di navigazione inclusiva e conforme agli standard internazionali. Questo approccio non solo promuove l'accessibilità e l'inclusione, ma contribuisce anche a rafforzare il legame tra il territorio e una comunità diversificata, rendendo IT.A.CÀ un modello di riferimento per l'accessibilità nel turismo responsabile e per la costruzione di una cultura condivisa dell'accoglienza.

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

IT.A.CÀ rappresenta un laboratorio vivente di turismo responsabile, che coniuga valorizzazione territoriale, inclusione sociale e sostenibilità ambientale. L'approccio innovativo risiede nella progettazione partecipata, che coinvolge fin dalle fasi iniziali comunità locali, enti pubblici, realtà associative e soggetti privati, favorendo un modello di governance collaborativo e condiviso.

L'innovazione di IT.A.CÀ si esprime attraverso:

- Involgimento attivo della comunità: il festival promuove una cultura turistica partecipata, trasformando i visitatori in “cittadini temporanei” e creando esperienze autentiche e relazionali, in grado di sostenere l'inclusione e valorizzare le diversità.

- Turismo lento e sostenibile: gli itinerari proposti incoraggiano la mobilità dolce e il contatto diretto con la natura e le comunità locali, offrendo un'alternativa consapevole al turismo di massa.
- Rete territoriale diffusa: IT.A.CÀ costruisce sinergie tra enti locali, associazioni e imprese, favorendo lo scambio di buone pratiche e la nascita di modelli replicabili di turismo sostenibile.
- Sostegno agli hub locali: il progetto mira a rafforzare presidi territoriali capaci di mantenere vivi itinerari ed esperienze durante tutto l'anno, fornendo strumenti di comunicazione e promozione.
- Un arcipelago di comunità: IT.A.CÀ agisce come una rete solidale che promuove un nuovo paradigma di sviluppo turistico fondato su equità, inclusione e rispetto, in cui il turismo non consuma i territori ma li rigenera. IT.A.CÀ quindi non è soltanto un festival, ma un movimento che agisce come un laboratorio per il turismo responsabile, promuovendo il rispetto per il territorio e per le persone che lo abitano.

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

- **foto/video** Come nelle scorse edizioni, verrà realizzato un archivio fotografico e audiovisivo dedicato alla promozione delle attività, dei luoghi e delle comunità locali. Il materiale racconterà non solo gli eventi del festival, ma anche il patrimonio culturale, naturale e umano dei territori coinvolti, contribuendo alla promozione integrata del Territorio Turistico Bologna-Modena. Il sito ufficiale e i canali social del festival rappresentano strumenti fondamentali di diffusione, grazie alla loro ampia rete di contatti e all'elevato seguito online.
- **drone**, il festival non dispone ancora di questa tecnologia, ma resta aperto a future collaborazioni con enti e professionisti del territorio che possano integrarla nella documentazione visiva delle attività.

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

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

IT.A.CÀ – Festival del Turismo Responsabile è l'unico festival in Italia e in Europa dedicato a questi temi, e coinvolge una rete di realtà locali, nazionali e internazionali. Nel 2018 è stato premiato dalla World Tourism Organization (UNWTO) delle Nazioni Unite come uno dei progetti turistici più innovativi al mondo nella categoria Innovation in Non-Governmental Organizations. Il format del festival, adottato in diverse città e territori italiani, si inserisce in un contesto più ampio di promozione del turismo responsabile al livello nazionale, grazie a main media partnership in testate di calibro nazionale e alla costante collaborazione con AITR - Associazione Italiana Turismo Responsabile. A livello locale, IT.A.CÀ cercherà di collaborare con la tappa IT.A.CÀ Spilamberto – Valle del Panaro, anche attraverso un piano di comunicazione integrato volto a rafforzare il brand IT.A.CÀ nel contesto del Territorio Turistico Bologna-Modena.

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

L'edizione 2025 del festival IT.A.CÀ ha confermato il buon andamento dell'anno scorso, registrando un'ampia partecipazione, con la maggior parte degli eventi al completo e un numero crescente di persone che hanno preso parte a più attività, a testimonianza di un legame sempre più forte con il festival e di un interesse consolidato per i temi proposti. Punto fermo del festival rimane il lavoro di rete. La coprogettazione con le singole reti territoriali ha dato risultati concreti grazie al dialogo e alla collaborazione costante. Allo stesso tempo, riteniamo importante poter organizzare momenti di incontro con l'intera rete del festival, favorendo

una partecipazione più ampia: si tratta infatti di occasioni preziose per rafforzare il senso di squadra e condividere esperienze, idee e prospettive sul progetto festival. Siamo consapevoli che non è semplice riunire una rete così estesa in un unico momento, ed è per questo che promuoviamo più incontri durante l'anno, spesso ospitati presso i nostri partner, così da offrire l'opportunità di conoscersi meglio e creare nuove sinergie. Nel 2025, ad esempio, due incontri di rete si sono svolti presso la Cooperativa Sociale Accaparlante e l'Istituto dei Ciechi Francesco Cavazza: due esperienze particolarmente significative e utili per conoscere nuove realtà e rafforzare i legami all'interno della rete. In occasione di un altro incontro, tenutosi presso la Velostazione Ex Dynamo, abbiamo organizzato un laboratorio di serigrafia per la realizzazione delle magliette con il logo del festival, utilizzate dallo staff durante gli eventi. Anche questo si è rivelato un momento di collaborazione utile per rafforzare la rete. Tra gli aspetti su cui si intende continuare a lavorare, rientra il maggiore coinvolgimento delle persone con disabilità. Rispetto al 2024, si è registrato un calo di partecipazione, dovuto principalmente a rinunce dell'ultimo momento da parte di persone già iscritte. L'esperienza degli ultimi anni conferma che il coinvolgimento continuativo di persone con disabilità richiede modalità di relazione e organizzazione più flessibili, poiché eventuali difficoltà logistiche, di salute o personali possono influire sulla possibilità di partecipare alle attività. Il tema rimane centrale per il festival: nel 2026 si prevede di rafforzare il dialogo con le realtà specializzate e di collaborare con esperti del settore per individuare strategie più efficaci di coinvolgimento e accessibilità. Un altro aspetto su cui si intende migliorare riguarda il coinvolgimento della comunità migrante. Nonostante la collaborazione con la scuola di italiano Penny Wirton, non è stato possibile raggiungere il livello di partecipazione auspicato. Le difficoltà sono legate soprattutto agli impegni personali e alle situazioni di vita degli utenti, spesso non facili, che limitano la possibilità di partecipare in modo continuativo alla fase di co-progettazione. Per il futuro, si prevede di rivedere le modalità di collaborazione, privilegiando momenti di incontro più agili e sperimentando approcci di partecipazione informale, in collaborazione con mediatori culturali e operatori di comunità. Dal punto di vista organizzativo, si è riscontrata la necessità di rafforzare la sensibilizzazione ambientale dei partner e dei fornitori. In un paio di occasioni, è stato necessario ricordare ai referenti di non utilizzare bicchieri di plastica, nonostante l'indicazione fosse già stata data in fase di co-progettazione. Nelle prossime edizioni, si porrà maggiore enfasi sulle pratiche sostenibili attraverso accordi più chiari e verifiche preventive, per garantire la piena coerenza degli eventi del festival. Infine, non è stato ancora possibile aggiornare la pagina dedicata a IT.A.CÀ sulla piattaforma Outdooractive, che rappresenta uno strumento utile alla promozione degli itinerari anche oltre il periodo del festival (<https://www.outdooractive.com/en/source/it.a.ca-migranti-e-viaggiatori-festival-del-turismoresponsabile/803877753/#dmdtab=oax-tab4>). Nonostante il prezioso contributo di volontari e tirocinanti, la gestione di un progetto complesso come IT.A.CÀ richiede un impegno continuativo e coordinato. L'obiettivo è quello di aggiornare la piattaforma entro l'inizio del 2026, così da rendere gli itinerari fruibili e accessibili tutto l'anno.

Al seguente link trovate il programma completo dell'edizione 2025 <https://www.festivalitaca.net/edizione-2025/bologna/>. Segnaliamo che durante l'edizione 2025, il festival ha suscitato interesse anche a livello internazionale, come già accaduto altre volte. Dalla Finlandia ci ha contattato Johanna, rappresentante di un progetto di turismo sostenibile della municipalità di Ii, piccolo centro del nord del Paese. Johanna e suo marito hanno partecipato a una giornata del festival a Bologna, esprimendo grande entusiasmo per l'esperienza e per l'approccio partecipativo di IT.A.CÀ. Abbiamo condiviso la filosofia del festival, la sua origine, gli obiettivi e le modalità di coinvolgimento della comunità locale. L'interesse mostrato ha aperto la possibilità di futuri scambi e collaborazioni, confermando la capacità del festival di ispirare buone pratiche di turismo sostenibile anche oltre i confini nazionali.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Coprogettazione delle attività di progetto	<ul style="list-style-type: none"> -Numero di focus group/tavoli di lavoro realizzati. -Numero di realtà partecipanti (enti/associazioni/imprese). -Numero di proposte/contributi raccolti attuati nel programma. -Analisi dei feedback risultanti dall'incontro di chiusura del progetto.
Realizzazione eventi/itinerari di progetto (Itinerari a piedi e in bicicletta, Eventi culturali e laboratori) - Attività accessibili per persone con disabilità	<ul style="list-style-type: none"> -Numero totale di eventi/itinerari realizzati. -Numero di partecipanti. -Numero di attività effettivamente accessibili e numero di partecipanti con disabilità. -Questionari di gradimento.
Attività di comunicazione del progetto	<ul style="list-style-type: none"> -Statistiche di visualizzazione sul sito. -Interazioni social (like, condivisioni, commenti). -Numero di articoli o servizi media raccolti.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 26.000,00 (IVA inclusa se dovuta)

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 26.000,00 (IVA inclusa se dovuta)

PUNTEGGIO: 83

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

8) COMUNE DI CASTEL SAN PIETRO TERME - OUTDOOR TOUR

P.G. n. 72177/2025

integrazione P.G. n. 76296/2025

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. Comune di Medicina
2. Comune di Casalfiumanese
3. Comune di Castel del Rio

DESCRIZIONE SINTETICA

Il progetto “Outdoor Tours” è un progetto consolidato che si inserisce nel Programma Turistico di Promozione Locale (PTPL) del Territorio Turistico Bologna-Modena ed è finalizzato alla valorizzazione turistica dei piccoli borghi e dei luoghi di dimensioni ridotte con le loro tipicità e identità territoriali. Si tratta di un progetto di rete con il coordinamento di Castel San Pietro Terme, in qualità di Comune capofila, e la partecipazione dei Comuni di Medicina, Casalfiumanese e Castel del Rio. Gli obiettivi del progetto sono “Outdoor Active & Slow” e “Food & Wine”, con particolare riferimento alla promozione turistica delle eccellenze enogastronomiche del territorio che si realizza con l’organizzazione di iniziative ed eventi tematici, tra cui percorsi esperienziali legati all’olio EVO extravergine di oliva; degustazione di vini del territorio, visite presso le cantine, degustazioni di prodotti tipici come la cipolla di Medicina, il Marrone di Castel del Rio IGP, lo Squacquerone di Romagna DOP, i mieli. Eventi e iniziative accompagnate anche da intrattenimenti musicali.

Con queste iniziative di promozione si contribuisce a potenziare l’attrattività turistica della destinazione e la valorizzazione delle produzioni locali, potenziando così l’immagine turistica di un territorio attivo e fruibile tutto l’anno. “Outdoor tour” è un progetto consolidato in cui i territori coinvolti sposano a pieno lo stile di vita “slow” come uno dei principali elementi attrattivi in cui il visitatore può trascorrere esperienze in totale immersione nella natura e nelle aree verdi lontano dalla frenesia delle grandi città. Il progetto di rete intende coinvolgere le attività economiche commerciali, le aziende agricole e le aziende del settore del turismo rafforzando in questo modo la partnership pubblico – privata per la promozione del territorio. Il progetto sarà realizzato con eventi e

iniziativa ad accesso libero senza la vendita di biglietti a carico dell’utente, garantendo a tutte e tutti la fruizione ed eliminando le barriere economiche e sociali tra cittadini, visitatori e turisti.

Anche per l’edizione 2026 si realizzeranno suggestivi percorsi legati al vino, con visite alle cantine e alle vigne del territorio, luoghi in cui emerge una forte passione per il prodotto “wine”. Come elemento innovativo per il 2026 si vuole implementare il progetto con l’obiettivo “Cultura”, rientrante tra gli “Obiettivi Bologna” del PTPL 2026 attraverso l’ iniziativa “Cortili aperti” con visite guidate per ammirare le bellezze celate dietro i portoni dei palazzi storici del territorio di riferimento e per immergersi in luoghi senza tempo, circondati dalle meraviglie del patrimonio artistico e culturale per la valorizzazione dei piccoli borghi e dei luoghi del Territorio Turistico Bologna – Modena con le proprie ville, rocche e castelli, luoghi storici, cortili, giardini, androni, chiostri, solitamente chiusi. Il progetto intende rafforzare l’immagine di un territorio accogliente, sostenibile e fruibile tutto l’anno, in piena coerenza con le Linee guida regionali di promo – commercializzazione, per le annualità 2025 – 2027 e con gli indirizzi strategici di destagionalizzazione e creazioni di reti per la promozione del territorio. “Outdoor tour” è rivolto principalmente a visitatori interessati alla natura, all’enogastronomia e alle attività all’aria aperta in grado di immergersi in piccoli borghi e luoghi lontani dalla frenesia delle grandi città.

AZIONI

Con il progetto “Outdoor tour” si vuole porre l’attenzione sulla promozione di un “turismo slow” con manifestazioni, iniziative ed eventi di particolare attrazione turistica che si svolgono annualmente nei comuni aderenti. Grazie al Programma Turistico di Promozione Turistica il “turismo slow” verrà valorizzato in modo coordinato sulla base dell’Avviso del PTPL 2026. Elemento che ne aumenta il valore e la partecipazione turistica. Tra le varie iniziative ed eventi verrà organizzata la manifestazione “Very Slow” che si tiene a Castel San Pietro Terme in primavera, evento per la promozione delle eccellenze enogastronomiche a km 0 e dei prodotti tipici locali, comprendendo un ampio cartellone di iniziative e attività all’aria aperta con degustazioni di vini con sommelier esperti. Ed ancora escursioni guidate con degustazioni nei territori di Medicina e di Casalfiumanese e con attività di promozione del Marrone IGP di Castel del Rio.

Le azioni che verranno realizzate sono:

- Valorizzazione delle produzioni locali (olio EVO, vini, mieli, prodotti DOP e Marrone di IGP di Castel del Rio) attraverso iniziative tematiche, degustazioni, cammini e visite guidate;
- Promozione del territorio e delle le attività outdoor con escursioni tematiche nei territori coinvolti, anche con guide ambientali escursionistiche per scoprire le oasi, le aree verdi e le peculiarità naturalistiche dei luoghi coinvolti;
- Potenziamento dell’identità turistica territoriale integrando natura, spettacoli ed enogastronomia;
- Coinvolgimento degli operatori economici locali (aziende agricole, cantine, produttori, strutture ricettive, esercizi commerciali) in un’azione coordinata di promozione;
- Valorizzazione del patrimonio dei piccoli borghi e luoghi per ammirare le bellezze di cortili e palazzi storici del territorio;
- Attrazione di nuovi pubblici attraverso l’organizzazione di spettacoli in grado di unire arte, musica e gusto in un’unica esperienza.

Gli eventi previsti dal progetto sono gratuiti e non sono pertanto previste forme di pagamento a carico dell’utente finale per la fruizione dei servizi promossi tramite le spese oggetto di contributo.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO

Territorio Turistico Bologna - Modena con particolare riferimento alla Città Metropolitana di Bologna e al circondario imolese. Le azioni verranno realizzate nei diversi Comuni coinvolti: Castel San Pietro Terme, Medicina, Casalfiumanese, Castel del Rio. In particolare piazze, aree verdi, palazzi storici, ville comunali, oasi, cantine, aziende agricole dei territori partner.

PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE

Le azioni verranno realizzate nel corso dell'anno 2026, con particolare riferimento alla primavera e all'autunno in un'ottica di destagionalizzazione turistica e di territorio fruibile tutto l'anno.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

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

Il progetto “Outdoor Tour” rappresenta un modello di promozione territoriale condivisa e ha una forte valenza turistica strategica per il Territorio Turistico Bologna – Modena grazie alla sua peculiarità di valorizzare in modo coordinato e integrato le attività outdoor, l'enogastronomia e i momenti di intrattenimento e spettacolo nei Comuni coinvolti. L'iniziativa risponde pienamente ai contenuti dell'Avviso del PTPL 2026 e alle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale per il triennio 2025 – 2027 in coerenza con gli indirizzi di destagionalizzazione, sostenibilità, accessibilità, progetti sovralocali e creazione di reti territoriali e con gli obietti “Outdoor Active & Slow”, “Food & Wine” e Cultura”. Con ricco calendario di eventi, iniziative, percorsi esperienziali, degustazioni e visite guidate, il progetto contribuisce a potenziare l'attrattività turistica del territorio, promuovendo un modello di turismo slow e sostenibile. Questo permette di raggiungere target di visitatori interessati alle attività outdoor, all'enogastronomia, alle esperienze lontano dalla frenesia delle grandi città e consolidare l'immagine di una destinazione accogliente, autentica e sostenibile. La sinergia tra pubblico e privato rappresenta un ulteriore elemento qualificante con il coinvolgimento di aziende agricole, cantine, produttori, attività commerciali, associazioni rafforzando così il tessuto economico e sociale locale e stimolando la nascita di nuove collaborazioni.

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

Il progetto “Outdoor Tours”, coerente con gli indirizzi delle Linee guida triennali regionali per la promo-commercializzazione turistica 2025–2027 e con il quadro strategico del PTPL 2026, intende sviluppare un modello di turismo fondato sulla valorizzazione integrata dei territori e delle identità locali.

Il progetto contribuisce a rafforzare l'identità dei territori coinvolti, promuovendo i valori dei territori coinvolti attraverso esperienze legate alla natura, all'enogastronomia e alla cultura dei comuni partner.

Con “Outdoor tour” si vuole inoltre promuovere un turismo esperienziale e slow, orientato alla sostenibilità ambientale, alla valorizzazione delle aree naturali e alla fruizione del territorio attraverso percorsi, cammini, escursioni e attività all'aria aperta. Risulta inoltre fondamentale l'integrazione tra cultura, enogastronomia e natura come elementi centrali dell'offerta turistica, in linea con gli “Obiettivi Bologna” del PTPL 2026 e il potenziamento delle reti territoriali pubblico – private, coinvolgendo Comuni, aziende agricole, cantine, produttori locali, strutture ricettive e operatori turistici in una logica di co - progettazione. Rendere il turismo accessibile e inclusivo, grazie agli eventi e iniziative gratuite permette di raggiungere superare barriere economiche o sociali e garantire eventi gratuiti per tutti e tutte. L'inserimento dell'obiettivo “Cultura”, con l'iniziativa “Cortili aperti”, risponde inoltre alle finalità del PTPL 2026 di valorizzare il patrimonio storico - artistico dei Borghi del Territorio Turistico Bologna - Modena con le proprie ville, rocche e castelli, favorendo la conoscenza dei luoghi meno noti e la creazione di nuovi itinerari culturali integrati.

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

Il progetto “Outdoor Tours” vuole raggiungere gli obiettivi di “Outdoor Active & Slow”, “Food & Wine” e “Cultura” finalizzati alla promozione turistica sostenibile dei territori coinvolti, con un approccio integrato tra natura, enogastronomia e cultura in modo coerente con gli indirizzi strategici del PTPL 2026.

Gli obiettivi possono essere così articolati:

1. Valorizzazione delle identità locali

- Promuovere i prodotti tipici e le eccellenze agroalimentari del territorio
- Potenziare l'immagine positiva di un territorio autentico e accogliente

2. Sviluppo del turismo outdoor e slow

- Organizzare escursioni turistiche all'aria aperta, camminate e attività a contatto con la natura
- Destagionalizzare, con eventi distribuiti tra primavera e autunno

3. Rafforzamento della rete pubblico – privata locale

- Creare partnership pubblico – privati con aziende agricole, cantine, strutture ricettive e attività commerciali per la promozione del territorio

4. Promozione del patrimonio storico e culturale

- Valorizzare le architetture, i palazzi storici, le ville, le rocche e i cortili dei borghi attraverso visite guidate dedicate in luoghi di solito chiusi al pubblico

5. Inclusione e accessibilità

- Garantire eventi e attività a ingresso libero, senza barriere economiche o sociali, favorendo un turismo sostenibile e accessibile

Il progetto si rivolge al mercato Italia sia regionale che extraregionale e al mercato europeo, con una particolare attenzione al turismo di prossimità.

Il progetto presenta una coerenza interna tra le finalità strategiche, le azioni operative e la previsione dei costi:

Obiettivi specifici	Azioni previste	Tipologia di costi coerenti
Valorizzazione delle produzioni locali	Organizzazione di eventi enogastronomici, degustazioni, visite guidate, percorsi esperienziali	Costi per organizzazione eventi, allestimenti, sicurezza, logistica, promozione
Promozione del turismo outdoor	Escursioni, attività all'aria aperta con guide ambientali	Costi per guide, navette e servizi tecnici
Partnership pubblico – privata	Creazione di reti con operatori economici, cantine e realtà del Terzo Settore	Costi per comunicazione coordinata e materiale di promozione
Valorizzazione del patrimonio culturale	Visite guidate, eventi culturali e musicali	Costi per organizzazione eventi, servizi artistici, allestimenti, comunicazione
Inclusione	Eventi gratuiti e accessibili, iniziative	Costi per servizi di degustazioni
accessibilità e sostenibilità	inclusive e attente all' utilizzo di prodotti locali a km 0	prodotti locali

La coerenza tra obiettivi, azioni e costi garantisce una chiara corrispondenza tra finalità strategiche e azioni misurabili (numero di eventi, visitatori, operatori coinvolti), con un'efficace valorizzazione delle risorse locali e la piena rispondenza ai criteri del PTPL 2026.

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

Il progetto adotta un approccio sostenibile in tutte le sue fasi, in coerenza con gli indirizzi della Destinazione Turistica Bologna–Modena, con l'obiettivo di realizzare un turismo sostenibile.

Si vuole ridurre al minimo l'impatto ambientale delle attività previste, promuovendo modelli di fruizione turistica rispettosi dell'ambiente con anche utilizzo di materiali riutilizzabili o compostabili (bicchieri, stoviglie,

tovaglie) in tutte le manifestazioni e degustazioni con eliminazione della plastica monouso con installazione di punti di raccolta differenziata presso gli eventi e utilizzo principale di fornitori locali e a km0, valorizzando i prodotti del territorio.

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

Le azioni del progetto saranno programmate e realizzate in modo da promuovere un modello di turismo inclusivo e accessibile a tutte e tutti, in modo da garantire l'accesso, la partecipazione e la piena esperienza anche per le persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive. L'obiettivo è di rendere i borghi e i territori inclusivi, attrattivi e accoglienti, con particolare attenzione a piazze, parchi, palazzi storici e spazi pubblici privi di barriere architettoniche. La piena accessibilità si realizza anche grazie alla realizzazione di eventi gratuiti, abbattendo così le barriere economiche e sociali.

Si vogliono inoltre realizzare materiali informativi accessibili in formato digitale, con testi ad alta leggibilità con linguaggio chiaro, frasi brevi per facilitare la comprensione dei contenuti a persone con disabilità cognitive o disturbi dell'apprendimento.

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

“Outdoor Tours” è un progetto consolidato, ma introduce importanti elementi di innovazione pur mantenendo la continuità con le esperienze precedenti. La principale novità è l'integrazione dell'obiettivo “Cultura” con l'iniziativa di visite guidate di palazzi storici, ville, o cortili solitamente chiusi al pubblico per valorizzare l'identità dei luoghi coinvolti e con l'inserimento di intrattenimenti musicali e spettacoli di qualità. Il progetto amplia inoltre l'offerta con percorsi accessibili e inclusivi per persone con disabilità motorie, sensoriali e cognitive, promuovendo un turismo realmente per tutte e tutti con la creazione di percorsi integrati che uniscono esperienze outdoor, degustazioni e momenti culturali, offrendo un modello di turismo “multisensoriale e narrativo” che valorizza le identità locali in modo coordinato.

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

- **foto/video:** saranno realizzati video e foto

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

Non sono previste azioni di promozione istituzionale in occasione di fiere turistiche, organizzazione di press tour ed educational tour e altre attività similari organizzate di propria iniziativa e non rientranti nel piano del Territorio Turistico di Bologna-Modena o di ATP Servizi.

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

Il progetto si integra pienamente con le strategie e le azioni di promozione turistica promosse dalla Regione Emilia-Romagna, APT Servizi e la Destinazione Turistica Bologna – Modena. L'iniziativa è coerente con le Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale per il triennio 2025–2027 e con gli obiettivi del PTPL 2026, attraverso la realizzazione di azioni volte alla promozione del turismo slow, della sostenibilità, della destagionalizzazione e della valorizzazione dei borghi.

Il progetto inoltre garantisce sinergia nella promozione, nella calendarizzazione e nell'immagine coordinata.

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

“Outdoor Tours” è un progetto pluriennale consolidato, nato dalla rete tra i Comuni aderenti e fondato sulla valorizzazione delle tipicità agroalimentari e naturalistiche del territorio.

L’integrazione tra piccoli borghi, aree verdi e produzioni locali ha consentito nel tempo di sviluppare un modello di turismo slow e outdoor volto a promuovere l’immagine dei luoghi di piccole dimensioni e a renderli così attrattivi.

Nel corso degli anni il progetto ha registrato un costante miglioramento qualitativo delle azioni, ampliando la rete di operatori e consolidando la collaborazione tra enti pubblici e realtà private.

L’edizione 2025, in particolare, ha evidenziato il successo del connubio tra esperienze naturalistiche e percorsi enogastronomici, con eventi dedicati alle eccellenze locali come i vini del territorio, l’olio extravergine di oliva, la cipolla di Medicina e il Marrone IGP di Castel del Rio, ottenendo ottimi risultati in termini di partecipazione e visibilità, contribuendo a rafforzare una Brand Identity del territorio.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Degustazione di vini del territorio	Numero delle degustazioni Numero dei partecipanti Provenienza dei visitatori
Degustazione di prodotti tipici	Numero delle degustazioni Numero dei partecipanti Provenienza dei visitatori
Eventi enogastronomici	Numero eventi Numero dei partecipanti Numero delle iniziative realizzate
Eventi culturali	Numero spettacoli e intrattenimenti musicali Numero partecipazione agli spettacoli
Escursioni outdoor	Numero delle escursioni Numero dei partecipanti Provenienza dei visitatori
Visite guidate	Numero visite guidate Numero partecipanti
Materiale di promozione	Numero deppliant, volantini, locandine Numero azioni di promozione stampa Numero notizia per siti web e post realizzati Eventuali influencer o esperti del settore

TOTALE SPESE PREVISTE: € 40.000,00

Non ammesse spese per € 300,00 (“altre spese” non specificate).

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 39.700,00

PUNTEGGIO: 60

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

9) UNIONE DEI COMUNI DELL'APPENNINO BOLOGNESE - CRINALI 2026

P.G. n. 72203/2025

integrazione P.G. n. 75852/2025

integrazione P.G. n. 78119/2025

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. Comune di Casalecchio di Reno

DESCRIZIONE SINTETICA

Il Festival Crinali negli anni è diventato elemento caratterizzante e identificativo della proposta cultura e turistica dell'Appennino Bolognese. Nel Festival le emergenze culturali, ambientali e paesaggistiche sono protagoniste agli impari degli artisti che sono parte attiva dell'evento. Per l'edizione del 2026 il Festival Crinali sarà suddiviso in tematiche promozionali specifiche, così da intercettare pubblici differenti in base alla tipologia d'interesse dell'esperienza vedrà al suo interno diverse forme d'arte così da diversificare l'offerta, ma rivolgendosi a target specifici. Le tematiche sono in linea con i temi trasversali/obiettivi individuati nel PPCT 2026 per l'Area Metropolitana di Bologna, così da poter essere facilmente inseriti in progetti più ampi di promo-commercializzazione. Le tematiche saranno:

- per famiglie con bambine e bambini minori di 10 anni: brevi camminate, laboratori esperienziali e spettacoli adatti a tutt*;
- storia e archeologia: facili camminate e incontri con archeolog* e storic* alla scoperta della storia del territorio, dei siti archeologici, delle antiche case torri, borghi, abbazie e testimonianze della Linea Gotica con spettacoli in suggestive location;
- arte: facili camminate e/o laboratori esperienziali alla scoperta di artisti del territorio, opere d'arte contemporanea, murale, seguiti da spettacoli o performance.
- natura: camminate di media difficoltà con guide escursionistiche alla scoperta della flora e fauna dell'Appennino, con eventi in suggestive location naturali;
- sport outdoor: trekking sportivi tra i 15 e 20 km, esperienze in canoa, bike tour, falesie, seguite da momenti conviviali e spettacoli;
- chiese e piazze: eventi serali in luoghi caratteristici dell'Appennino.

Il festival diventerà inoltre occasione per conoscere e riscoprire i saperi e le tradizioni popolari. Infatti alcuni casi, gli eventi saranno accompagnati da degustazioni e/o aperitivi a cura di aziende locali, promuovendo in particolare prodotti de.co. e eccellenze del territorio. In altri invece sarà possibile conoscere le tradizioni e saperi dell'Appennino o tramite laboratori e/o visite specifiche o tramite collaborazioni con altri eventi (a titolo esemplificativo: lavorazione dell'arenaria, mulini tradizionali, lavorazione della castagna, lo zuccherino montanaro, esperienze di cucina, ecc) aggiungendo quindi all'esperienza anche elementi emozionali.

Valori fondanti del festival restano la sostenibilità ambientale e l'accessibilità. Gli spettacoli giornalieri, per lo più in acustico o a bassa amplificazione, saranno preceduti da un trekking per cui ci si avvale di guide escursionistiche provviste di patentino e si svolgeranno lungo i cammini principali presenti sul territorio. Il luogo dello spettacolo, inoltre, oltre ad essere scelto in quanto emergenza da valorizzare, potrà essere raggiunto anche da chi non partecipa al trekking e dovrà essere accessibile per persone con disabilità fisica. Nei pochi casi di location in cui questo non sarà possibile, la comunicazione dovrà essere chiara e non frantendibile. Gli spettacoli invece che si svolgeranno in orario serale saranno sempre in luoghi accessibili.

Per l'edizione 2026 si coinvolgeranno anche fotografi professionisti e scuole di fotografia per avere una documentazione degli eventi e un archivio foto/video da poter mettere a disposizione del Territorio Turistico Bologna Modena e dei comuni partecipanti. Nell'edizione del 2026 verrà mantenuta la sperimentazione avviata nella precedente edizione con camminate sensoriali volte ad educare all'ascolto e la possibilità di usufruire in alcune camminate di accompagnatori qualificati per persone con disabilità visiva.

La comunicazione del festival avverrà anche utilizzando l'ausilio della comunicazione aumentativa alternativa, funzionale sia per disabili psichici che per persone straniere o non scolarizzate, nonché l'utilizzo dell'indice GULPEASE per calcolare il grado di leggibilità dei testi prodotti. Sempre nell'ottica dell'accessibilità, verrà arricchita la dotazione di mappe tattili e kit di comunicazione accessibile da dare in dotazione agli IAT territoriali ed eXtraBO, creando mappe di alcune emergenze e/o località specifiche. Le location saranno scelte in luoghi nelle cui vicinanze, prima o dopo l'esperienza, sarà possibile mangiare ed eventualmente soggiornare, aprendo la possibilità di inserire l'esperienza in pacchetti promozionali più ampi a cura degli IAT e/o eXtraBO. Il calendario, che solitamente si concentra nel periodo estivo, si cercherà di prolungarlo anche per l'autunno e anticipare qualche appuntamento in primavera, così da destagionalizzare la proposta e iniziare a promuovere l'Appennino anche in altri periodi dell'anno. Verranno inoltre creati materiali diversificati per la promozione, cercando di raggiungere in modalità diversa target differenti. Oltre al classico formato cartaceo pieghevole di dettaglio del Festival, che sarà comunque stampato in meno copie rispetto alle annualità precedenti, si pensa alla realizzazione di gadget (es. sottobicchieri) o flyer o adesivi o cartoline, più adatti ad un pubblico giovane, che rimandino al sito Crinalibologna.it per il programma. Ai partecipanti del trekking di Crinali sarà data una tessera "fedeltà" in cui saranno presenti i riferimenti per il sito della destinazione turistica e Crinali. Ad ogni escursione la tessera verrà timbrata dalla guida e raggiunti 3 timbri si avrà diritto allo sconto del 10% su una esperienza qualsiasi acquistata presso eXtraBO.

Verrà creato anche del materiale cartaceo promozionale trasversale, che raduni al suo interno i riferimenti di più eventi, non solo quindi del festival Crinali, e promuova il sito <https://appenninobolognese.cittametropolitana.bo.it>, come portale principale per conoscere opportunità e attività. L'intento è quello negli anni di diminuire sempre più il cartaceo ed utilizzare sempre più la promozione online, anche tramite l'utilizzo di mail list. Le stampe saranno fatte in carta riciclata. Infine si vuole lavorare in sinergia con Servizi Sociali, Centri per le famiglie, Ausl Territoriale in un'ottica di promozione del welfare culturale, incentivando anche un turismo di prossimità del Ben-Essere, che cerca esperienze culturali e di contatto con ambiente e comunità che possano avere una ricaduta positiva sulla propria salute psicofisica.

Il festival Crinali si mantiene in linea con le linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale e con il PPCT 2026 del Territorio Turistico Bologna-Modena, unendo, come richiesto dalle linee di indirizzo, saperi tradizionali, cultura, inclusività e sostenibilità come elementi centrali dei prodotti turistici.

AZIONI

1. Ideazione di un cartellone eventi identificando tematiche e principali target in linea con gli obiettivi del PPCT 2026 (es. siti storici, borghi, cammini, ciclovie, outdoor active&slow).
2. Programmazione partecipata coinvolgendo più direzioni artistiche a seconda degli ambiti artistici: verrà diversificata la programmazione con più arti performative (musica, teatro, cinema, arti visive), così da offrire al pubblico diverse possibilità di scelta all'interno di proposte esperienziali più omogenee per difficoltà fisica o tipologia di interesse.
3. Individuazione di location per gli eventi in luoghi in linea con i temi trasversali proposti dal PPCT 2026. Le location saranno lungo i cammini, con particolare attenzione ai cammini da promuovere maggiormente Saranno anche valorizzati itinerari culturali, come ad esempio il percorso Morandiano, o luoghi di particolare rilevanza paesaggistica come i numerosi parchi naturali presenti. Verranno fatte proposte anche su siti storici e archeologici e nei borghi più suggestivi del territorio appenninico. Inoltre nel 2026 si porrà maggiore attenzione alla promozione delle attività sportive outdoor.
4. Trekking accessibili per persone con disabilità visiva. Alla guida escursionistica verrà affiancata in alcune date un* professionista specializzat* in accompagnamento per persone non vedenti o ipovedenti che condurrà il gruppo anche in esperienze di educazione all'ascolto diversificate in base all'evento in programma
5. Mappe sensoriali di promozione turistica riguardanti emergenze specifiche presenti sul territorio: ideazione, stampa e distribuzione a IAT e eXtraBO

6. Comunicazione inclusiva ed accessibile degli eventi e delle proposte turistiche: implementazione e utilizzo di travel podcast, mappe tattili, kit turistici accessibili, utilizzo dell'indice di Gulpease, ausilio della comunicazione aumentativa alternativa.

7. Comunicazione e promozione dell'evento in collaborazione con eXtraBO. Tramite il portale treksoft gestito da eXtraBO possibilità di prenotare gli eventi di Crinali, con rimandi alle altre possibili proposte turistiche così da facilitare la creazione di pacchetti turistici personalizzati di promozione del territorio.

8. Promozione delle attività IAT, eXtraBo e del sito <https://appenninobolognese.cittametropolitana.bo.it>

Sul materiale prodotto ci saranno rimandi ai siti di informazione turistica, così da incentivare una reciproca promozione ed arrivare a più pubblici possibili. Gli eventi saranno pensati per poter essere promossi all'interno di pacchetti turistici esperienziali più ampi. Ai partecipanti del trekking di Crinali sarà data una tessera "fedeltà" in cui saranno presenti i riferimenti per il sito della destinazione turistica e Crinali. Ad ogni escursione la tessera verrà timbrata dalla guida e raggiunti 3 timbri si avrà diritto allo sconto del 10% su una esperienza qualsiasi acquistata presso eXtraBO.

Gli eventi previsti dal progetto sono gratuiti e non sono previste forme di pagamento a carico dell'utente finale per la fruizione dei servizi promossi.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO

Appennino Bolognese (comuni afferenti l'Unione dei Comuni dell'Appennino Bolognese), Comune di Casalecchio di Reno e Comune di Monte San Pietro

PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE

dal 15/01/2026 al 31/12/2026

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

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

Gli eventi saranno promossi in stretta relazione con le attività di eXtraBO, Bologna Welcome e in concerto con le proposte turistiche del Territorio Turistico Bologna-Modena. Nel materiale promozionale sarà presente il qrcode che rimanda al sito <https://appenninobolognese.cittametropolitana.bo.it> con indicazione che qui sarà possibile trovare informazioni su dove mangiare e dormire, oltre che altre proposte turistiche. L'individuazione di filoni tematici all'interno del festival aiuterà a identificare meglio il target e a inserire gli eventi all'interno di esperienze turistiche più ampie e incentivare la permanenza sul territorio. In particolare l'inserimento di attività più sportive e attività accessibili, apre la possibilità di aprirsi a nuovi pubblici. La "tessera fedeltà" inoltre ha lo scopo di incentivare l'acquisto di altre esperienze turistiche e la conoscenza delle stesse.

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

Il festival si propone:

- favorire l'accessibilità e la mobilità turistica con particolare attenzione all'utilizzo dei mezzi pubblici;
- promuovere la sostenibilità ambientale e sociale;
- diversificare gli eventi con anche proposte culturali destagionalizzate;
- tema trasversale di valorizzazione di itinerari culturali;
- tema trasversale dell'outdoor active&slow;
- valorizzazione siti storici e patrimonio archeologico;
- valorizzazione linea di prodotto natura e benessere;
- valorizzazione del patrimonio musicale presente a Bologna e a livello metropolitano
- valorizzazione saperi e attività tradizionali;

- lavorare in sinergia con Ente Parchi, Gal, Città Metropolitana, Territorio Turistico Bo-Mo per lo sviluppo di azioni nell'ambito di un turismo sostenibile e responsabile;

3) Descrizione puntuale degli obiettivi e dei mercati e della coerenza interna rispetto alle azioni e ai costi:
 Crinali si presenta come una proposta capillare su tutto il territorio, con una identità chiara, riconosciuta e riconoscibile. Gli obiettivi proposti vanno a intercettare nuovi mercati turistici (proposte accessibili e inclusive) e a rafforzare quelli più consolidati legati all'outdoor inserendo anche attività di carattere più sportivo. A livello economico presenta una grande convenienza sui costi in quanto per lo più non prevede palchi o service, riducendo notevolmente le spese di allestimento. La sinergia con il territorio e le associazioni attive permette poi di ottimizzare i costi, coordinando eventi differenti che possono però far parte di una proposta turistica complessiva, ma allo stesso tempo modulabile in base a gusti e interessi del pubblico, creando la possibilità di fare anche proposte complessive diversificate.

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

Gli eventi del festival Crinali si caratterizzano per un consumo energetico minimale, con spettacoli per lo più in acustico, senza allestimenti invasivi e con risparmi energetici sul versante dei service utilizzati. Durante le esperienze proposte inoltre verranno date informazioni su politiche green, si incentiverà l'utilizzo dei mezzi pubblici e il car sharing. Nel caso in cui, collegato all'evento, siano previste degustazioni, verranno utilizzate stoviglie riutilizzabili e, ove non sia possibile, compostabili e verranno privilegiati prodotti locali. Quando previsto consumo di prodotti, sarà poi predisposta la raccolta differenziata.

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

Come spiegato nel dettaglio nella descrizione sintetica verranno: ideati eventi multi sensoriali e inclusivi, proposti trekking con accompagnatori per persone con disabilità visiva ed esperienze di educazione all'ascolto, verrà utilizzata la comunicazione aumentativa alternativa, mappe sensoriali di emergenze specifiche di alcuni territori e kit accessibili per gli uffici di promozione turistica. I luoghi degli eventi saranno per la maggior parte accessibili e nella comunicazione degli eventi verranno evidenziate accuratamente le informazioni relative all'accessibilità.

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

Il Festival Crinali ha negli anni delineato un format chiaro che lo contraddistingue e lo rende un prodotto turistico/culturale identitario, ma allo stesso tempo flessibile. La creazione all'interno del Festival di una proposta escursionistica/sportiva più impegnativa va a intercettare un pubblico interessato alla prestazione sportiva e può far conoscere meglio le diverse tipologie di attività outdoor. Altro carattere innovativo è il rendere maggiormente strutturale le collaborazioni con altri eventi o attività che possono svolgersi prima o dopo l'evento di Crinali. Questo infatti permette una reciproca valorizzazione e soprattutto la possibilità di creare proposte turistiche modulabili e allungare la possibilità di soggiorno. Verranno fatte proposte anche al di fuori del periodo estivo, così da destagionalizzare l'offerta turistica e culturale. Infine la tessera di Crinali ha lo scopo di fidelizzare i partecipanti e far loro conoscere le attività di Iat e eXtraBO.

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

- foto/video verranno realizzate foto in alta definizione della rassegna che saranno messe a disposizione del Territorio Turistico
- drone verranno effettuate alcune riprese con drone che saranno messe a disposizione del Territorio Turistico

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

Non sono previste azioni di questo tipo organizzate di propria iniziativa.

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

Crinali Festival nel suo complesso è un progetto che si integra perfettamente con i programmi promozionali realizzati dal Territorio Turistico Bologna Modena e si presta anche per essere inserito all'interno di pacchetti turistici. Nelle edizioni 2024 e 2025 è stato selezionato dalla Regione Emilia Romagna per essere inserito all'interno del cartellone promozionale di festival denominato Montagna Mia.

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

Lo scorso anno è stato introdotto come elemento di novità l'esperienza di camminate sensoriali aperte anche a un pubblico con disabilità visiva e sono stati introdotti, sempre nell'ottica dell'accessibilità, nuove modalità comunicative (mappe sensoriali, travel podcast, utilizzo della comunicazione aumentata). Il riscontro di queste sperimentazioni è stato molto positivo e buona parte del materiale creato è stato pensato per essere riutilizzabile anche per le edizioni successive. Anche la comunicazione riguardante l'accessibilità dei luoghi è stata chiara e non si sono riscontrate problematiche. Per l'edizione 2026 si vuole cercare di aumentarne la comunicazione mirata così da poter permettere a più persone con disabilità visive/sensoriali, fisiche e/o cognitive di venirne a conoscenza e di poter partecipare agli eventi. Si è confermata valida la soluzione di indicare in modo esplicito l'orario e il luogo dell'evento (con relative informazioni per l'accessibilità) così da permettere la fruizione dell'evento anche a chi non avesse potuto fare il trekking o nel caso in cui il trekking fosse sold out, come molto spesso è accaduto. Elemento di criticità resta sempre la promozione dei mezzi pubblici per raggiungere gli eventi, anche perché spesso sono assenti negli orari indicati. Nel 2026 si metteranno nel sito indicazioni su come arrivare coi mezzi pubblici e si promuoverà maggiormente il car sharing tra i partecipanti. L'identità chiara e consolidata di Crinali ha creato una fidelizzazione del pubblico partecipante che è per lo più composto nei trekking di uomini e donne tra i 50 – 70 anni. Diversificando le proposte nel 2026 in base alla tipologia di esperienza e non, come gli scorsi anni, in base alla tipologia di evento performativo, ci si propone l'intento di intercettare nuovi pubblici.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
ideazione di un cartellone eventi identificando tematiche e principali target	Promozione diversificata e chiara divisa per tematiche di interesse
programmazione partecipata coinvolgendo più direzioni artistiche a seconda degli ambiti artistici	Prevedere eventi in cartellone che vanno ad intercettare diverse forme ed espressività artistiche
individuazione di location per gli eventi in luoghi in linea con i temi trasversali proposti dal PPCT 2026	Location eventi presso cammini, siti archeologici, borghi, parchi
trekking accessibili per persone con disabilità visiva	Almeno 3 escursioni con possibilità di accompagnamento
Mappe sensoriali di promozione turistica di	Almeno 3 nuove mappe

emergenze specifiche del territorio	
comunicazione inclusiva ed accessibile degli eventi e alle proposte turistiche	Informativa chiara sul materiale promozionale e utilizzo di travel podcast, mappe tattili, kit turistici accessibili, utilizzo dell'indice di Gulpaese, comunicazione aumentativa alternativa.
comunicazione e promozione dell'evento in collaborazione con ExtraBo	Utilizzo del portale trekksoft e sito crinalibologna.it, gestiti da ExtraBo
promozione delle attività IAT, ExtraBo e del sito https://appenninobolognese.cittametropolitana.bo.it	Visibilità sul materiale promozionale del sito, riscontro di almeno 20 persone che usufruiscono dello sconto acquistando attività tramite IAT o ExtraBo

TOTALE SPESE PREVISTE: € 40.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 40.000,00

PUNTEGGIO: 85

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

10) COMUNE DI SAN LAZZARO DI SAVENA - IL PASSAPORTO DEL TEMPO - Dai musei ai gessi UNESCO camminando nella storia dell'uomo

P.G. n. 72206/2025

integrazione P.G. n. 76049/2025

integrazione P.G. n. 77285/2025

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. Comune di Castenaso
2. Comune di Loiano
3. Comune di Monghidoro
4. Comune di Monterenzio
5. Comune di Ozzano dell'Emilia
6. Comune di Pianoro
7. Ente di Gestione per i Parchi e la Biodiversità – Emilia Orientale

DESCRIZIONE SINTETICA

Il progetto mira a creare una rete museale coordinata e sinergica che valorizzi il ricco patrimonio storico, artistico, e culturale dei territori compresi tra Monghidoro, Loiano, Monterenzio, Pianoro, Ozzano dell'Emilia, San Lazzaro di Savena e Castenaso.

Obiettivi Principali:

1. Creazione di una Rete Museale Unificata: mettere in comunicazione e in collaborazione i musei civici e le collezioni presenti nei sette comuni, definendo un'offerta culturale omogenea e complementare.
2. Sviluppo di Itinerari ed esperienze integrate: ideare e promuovere itinerari ed esperienze che combinino la visita ai musei con le eccellenze enogastronomiche, le attività all'aperto (trekking, cicloturismo) e le strutture ricettive locali.

3. Lancio del "Passaporto dei Musei": istituire uno strumento di promozione e fidelizzazione unico – il "Passaporto del Tempo" – che incoraggi i visitatori a esplorare l'intera rete, offrendo sconti, agevolazioni e la possibilità di "collezionare" timbri e premi a ogni nuova tappa museale.
4. Promozione Territoriale Integrata: posizionare l'area come destinazione turistica di rilievo, in grado di offrire un'alternativa culturale e naturalistica ai flussi urbani, coprendo un vasto arco che spazia dai crinali appenninici alla prima pianura.

Il progetto mira ad accrescere la visibilità dei singoli musei, generando al contempo un flusso turistico sostenibile e diffuso, trasformando i musei in veri e propri motori di sviluppo locale e punti di accesso privilegiati per la scoperta del territorio bolognese. I musei partner della rete sono situati nei territori di Monghidoro, Loiano, Monterenzio, Pianoro, Ozzano, San Lazzaro e Castenaso. Il contesto di riferimento è la Storia del Territorio Bolognese, il racconto di come l'uomo abbia plasmato e sia stato plasmato da questo specifico territorio, dalla notte dei tempi fino all'epoca contemporanea, seguendo la direttrice Appennino > Pianura. Il macro-tema che li unisce è la storia dell'evoluzione della conoscenza e dell'insediamento umano nel territorio bolognese, dai primi utensili in selce alla fondazione delle città, fino all'osservazione delle stelle, con un focus su l'archeologia e i primi insediamenti (il Museo della Preistoria "Luigi Donini" di San Lazzaro, il Museo Civico Archeologico "Luigi Fantini" e Area Monte Bibebe di Monterenzio, il MUV - Museo e centro di documentazione della Civiltà Villanoviana di Castenaso, il Museo e relativa area archeologica della Città Romana di Claterna ed infine l'area archeologica di San Pietro di Ozzano in un racconto che parte dal Paleolitico, passa per Etruschi, Celti, Villanoviani, Romani fino ad arrivare all'epoca medievale) e con un focus sulla storia rurale, la geologia, la vita appenninica, l'osservazione del cosmo e la conoscenza scientifica (Museo di Arti e Mestieri Pietro Lanzarini di Pianoro, Museo Geologico Botroidi di Pianoro, l'Osservatorio Astronomico di Loiano e il Museo Civiltà Contadina di Monghidoro).

Il "Passaporto del Tempo" intende riorganizzare la rete museale intorno al tema dell'interazione tra l'uomo, il suo ambiente naturale (dall'Appennino alla pianura) e la sua curiosità scientifica, dalla preistoria all'osservazione cosmica, coinvolgendo in questa rete sinergica anche Ente di Gestione per i Parchi e la Biodiversità – Emilia Orientale, custode della storia e della memoria del passaggio dell'uomo sul territorio, in grado di valorizzare luoghi remoti e nascosti come grotte, doline, scavi e il patrimonio UNESCO dei gessi.

AZIONI

1. Definizione della Rete dei musei e governance.

Analisi del contesto e dei luoghi da valorizzare: incontri con i referenti dei musei e delle aree archeologiche al fine di raccogliere e condividere tutte le informazioni e i dati utili a creare percorsi ideologici di collegamento tra le varie realtà, individuare le aree di intervento, le modalità più adatte ai singoli contesti e le informazioni utili a predisporre i contenuti per il "Passaporto del tempo". Costituzione del Comitato di Rete: attraverso la formalizzazione di un accordo di partenariato tra gli enti comunali e di gestione dei musei/siti, e tutti i partner di progetto, si definiranno le linee guida di gestione della rete e dei rapporti tra i componenti, individuando finalità comuni, strumenti adeguati, risorse e referenti territoriali di progetto. Durata prevista - entro i primi 3 mesi.

2. Sviluppo del prodotto "Il Passaporto del Tempo" e materiali promozionali

Ideazione e stampa del passaporto > Progettazione grafica e stampa del prodotto "Passaporto" (in formato tascabile) includendo la mappa, lo spazio per i timbri e la narrazione storica. Questa azione prevederà una fase di indagine e confronto con i referenti dei vari musei e siti individuati, al fine di definire un'immagine coordinata e un'impostazione grafica e contenutistica utile alla progettazione e alla stampa del "Passaporto", quantificato in n. 2000 copie. Il Passaporto verrà distribuito in tutte le sedi museali coinvolte per la consegna al visitatore. Contestualmente verranno prodotti anche altri materiali promozionali utili a far conoscere il prodotto turistico e il suo funzionamento, quali ad esempio, flyer o depliant. Il materiale promozionale verrà distribuito anche negli uffici turistici del territorio e presso eXtraBO per raggiungere un target più ampio oltre a quello di prossimità. Durata prevista - dal 4° al 6 mese

3. Creazione di itinerari ed esperienze

Ideazione di itinerari ed esperienze in collaborazione con i partner di progetto e l'ente parco: in questa fase verranno costruiti, promossi e diffusi itinerari ed esperienze a sostegno della rete museale, in grado di offrire al visitatore una gamma di possibilità di fruizione sia della visita al museo o al sito archeologico, ma tramite percorsi ed esperienze di valorizzazione del territorio, del suo patrimonio culturale, naturalistico ed enogastronomico. La promozione e diffusione della rete, degli itinerari e delle esperienze avverrà tramite i siti web di promozione turistica locale - <https://appenninobolognese.cittametropolitana.bo.it/it>

4. Rassegna "Storie Antiche tra musei e civiltà"

Eventi di lancio del progetto, della rete e del passaporto del tempo, presso sedi museali, siti archeologici e naturalistici: al fine di far conoscere la rete di musei, il passaporto come strumento di promozione turistica e gli itinerari ideati, si prevede di organizzare un cartellone di iniziative presso i siti oggetto del passaporto, nel periodo compreso tra maggio e ottobre 2026.

5. Monitoraggio e valutazione

Raccolta di dati di fruizione (passaporti consegnati, timbri riscossi, flussi turistici indotti) anche tramite sondaggi e brevi questionari.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO

L'ambito territoriale interessato dal progetto "Il Passaporto del Tempo" copre una sezione significativa e strategica della Città Metropolitana di Bologna, estendendosi dall'Appennino Tosco-Emiliano fino alla prima Pianura Bolognese. L'area forma un arco ideale che abbraccia la storia e la geologia del territorio, collegando la montagna alle sue propaggini urbane. Il progetto si concentra sui territori amministrativi dei sette Comuni coinvolti, seguendo un percorso che scende di altitudine e che copre due fasce territoriali distinte, ma interconnesse:

1. La Fascia Montana e Collinare (Appennino)

Questa zona è caratterizzata da alte quote, boschi, crinali e fenomeni geologici, ed è il polo dell'osservazione scientifica, della storia rurale e delle culture antiche montane.

- Monghidoro: Comune dell'Alto Appennino, fulcro della civiltà contadina e porta per i crinali.
- Loiano: Area collinare e montana, sede dell'importante Osservatorio Astronomico.
- Monterenzio: Famosa per l'area archeologica di Monte Bibebe, punto di incontro tra Etruschi e Celti.
- Pianoro: Territorio di transizione, noto per le sue emergenze geologiche (come i Botroidi) e la vicinanza ai rilievi e il racconto delle arti e dei mestieri.

2. La Fascia Collinare e di Pianura (Pedecollina e Via Emilia)

Questa zona è il polo dell'archeologia maggiore e degli insediamenti stabili, in stretto contatto con l'area metropolitana di Bologna.

- Ozzano dell'Emilia: Sede dei resti dell'antica città romana di Claterna e parte integrante del sistema dei Gessi, all'interno del quale è presente la torre medievale di San Pietro
- San Lazzaro di Savena: Punto chiave con il Museo della Preistoria "Luigi Donini" e il vasto Parco Regionale dei Gessi Bolognesi e Calanchi dell'Abbadessa (sito UNESCO).
- Castenaso: Polo della Civiltà Villanoviana e delle radici etrusche del territorio bolognese.

PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE

Febbraio - Dicembre 2026

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

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

L'attivazione di una rete museale sul territorio darà vita ad una sinergia e collaborazione costante, garantendo la realizzazione di piccoli eventi/visite/valorizzazioni condivise, anche tramite la costruzione di esperienze e itinerari specifici. Tali itinerari ed esperienze potranno essere oggetto di commercializzazione in una fase successiva alla conclusione del progetto, in modo da garantire la prosecuzione della rete e la sua valorizzazione turistica nel medio-lungo termine. Inoltre il passaporto dei musei, quale strumento di valorizzazione e conoscenza turistica e culturale del territorio, può implementare il flusso turistico, coinvolgendo target famiglie con bambini e escursionisti. La valenza turistica del progetto "Il Passaporto del Tempo" è estremamente elevata e si basa sulla sua capacità di trasformare una serie di poli culturali eterogenei in una destinazione tematica unica e integrata. Il progetto ha una reale capacità di potenziare l'attrattività e aumentare i flussi turistici agendo su tre leve principali: l'unificazione dell'offerta, la valorizzazione delle eccellenze e l'incremento della permanenza media. Il valore primario del progetto è la transizione da una "offerta di prossimità" (singoli musei con attrattività locale) a una "destinazione turistica tematica" con risonanza interregionale e nazionale.

- Superamento della Frammentazione: Il Passaporto del Tempo elimina il problema dell'isolamento dei singoli musei, offrendo al turista un unico prodotto coeso con una narrazione chiara (Terra, Cielo e Uomo). Questo riduce lo sforzo decisionale del visitatore.
- Posizionamento Unico: La combinazione di Archeologia d'eccellenza (Villanoviani, Celti, Romani, Gessi UNESCO) e Turismo Scientifico (Osservatorio di Loiano) crea un unicum in Emilia-Romagna, attraendo segmenti di pubblico specializzati (appassionati di storia, geologi, astroturisti).

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

Rispetto alle linee guida triennali si rileva il coinvolgimento di un target diversificato: Baby boomers, Generazione X, Millennials, Generazione Z e alfa, Gruppi del turismo organizzato e "turismo delle radici", dando valore alla riscoperta delle proprie radici, alla storia del territorio e degli insediamenti. Rispetto agli obiettivi dell'avviso, il progetto si inserisce nei seguenti: City Break e Cultura con offerta museale integrata con siti storici, valorizzazione del Patrimonio UNESCO, Collaborazione con gli organizzatori delle mostre e loro promozione.

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

Il progetto persegue i seguenti obiettivi:

- City Break e Cultura con offerta museale integrata con siti storici > il progetto intende valorizzare realtà museali uniche tramite azioni che uniscono eccellenze esistenti con una narrazione chiara, ampliando le possibilità di transizione da una "offerta di prossimità" (singoli musei con attrattività locale) a una "destinazione turistica tematica" con risonanza interregionale e nazionale.
- Valorizzazione del Patrimonio UNESCO > parte dei territori coinvolti abbraccia Ente di Gestione per i Parchi e la Biodiversità – Emilia Orientale, favorendo la conoscenza del patrimonio geologico e naturalistico tramite itinerari che combinano l'archeologia con il turismo scientifico e naturalistico.
- Collaborazione con gli organizzatori delle mostre e loro promozione > la costituzione di una rete museale territoriale porterà a creare un mercato sovracomunale promuovendo itinerari ideologici e fisici tra i musei.

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

Il progetto intende attivare una rete tra i musei, collegandoli ideologicamente e valorizzando i relativi siti paleontologici e storico naturalistici. La valorizzazione avviene tramite eventi musicali, di intrattenimento, ludici, con basso impatto ambientale. Tutto il materiale promozionale e il passaporto saranno realizzati in carta certificata FSC (Forest Stewardship Council).

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

Verrà fatta una mappatura dell'accessibilità di tutti i musei che parteciperanno al progetto per verificare la fruibilità da parte di persone con disabilità motorie o visive. Per quel che riguarda la promozione online verranno studiate pagine web strutturate specificatamente in ottica di accessibilità.

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

Sul territorio di riferimento esistono diversi musei, ma non è mai stata attivata una rete vera e propria che potesse collegarli ideologicamente e valorizzarli tramite iniziative congiunte e prodotti (es. passaporto musei) o itinerari immaginati per valorizzare il collegamento storico e archeologico del territorio. Una prima sperimentazione si è attivata tra San Lazzaro e Castenaso nell'ambito del progetto “CaSa Comune”, dove al fine di valorizzare il commercio e il territorio, tra le azioni sono stati ideati e commercializzati pacchetti turistici per la visita e la valorizzazione del Museo della preistoria Donini e il MUV. L'intenzione è di prendere spunto da tale collaborazione e sperimentazioni, al fine di dare vita ad una rete museale sinergica che possa perdurare nel tempo, valorizzando il territorio e implementando l'afflusso turistico grazie alla realizzazione di itinerari ed esperienze che in una fase successiva alla realizzazione del progetto, potrebbero essere eventualmente commercializzati.

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

Al fine di valorizzare le realtà museali e i siti archeologici correlati, verranno prodotti materiali fotografici a supporto dello strumento “Passaporto” e delle iniziative di lancio della rete e del prodotto turistico.

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

La collaborazione con partner come eXtraBO o IAT Monghidoro ci permetterà di partecipare alle principali fiere turistiche nazionali esponendo il progetto e promuovendo Il passaporto dei musei.

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

Il “Passaporto dei musei” si integra con le seguenti Strategie di Promozione Rinforzate:

1. Focus UNESCO e Geologia: Sfrutta la connessione con il Parco dei Gessi Bolognesi e Calanchi dell'Abbadessa (S. Lazzaro, Ozzano, Pianoro) come gancio internazionale, promuovendo il legame tra archeologia e geomorfologia.
2. Il Contatto Cielo-Terra: Promuove il Passaporto come esperienza che unisce la profondità della Terra (archeologia/geologia) all'infinità del Cielo (Osservatorio di Loiano).

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

Il progetto è innovativo, si presenta per la sua prima edizione.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Definizione della Rete dei musei e governance	Sottoscrizione accordo
Sviluppo del prodotto “Il Passaporto del Tempo” e materiali promozionali	Realizzazione del prodotto e stampa
Creazione di itinerari ed esperienze	Pubblicazione degli itinerari e delle esperienze sui siti web di promozione turistica locale
Rassegna “Storie Antiche tra musei e civiltà”	Realizzazione di almeno un evento per territorio comunale
monitoraggio e valutazione	raccolta n. partecipanti, gradimento, numero passaporti consegnati, timbri riscossi e flussi turistici indotti.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 17.500,00

Spese non ammesse: € 500,00 spese per beni durevoli (timbri).

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 17.000,00

PUNTEGGIO: 74

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

11) COMUNE DI CASTEL SAN PIETRO TERME - NOTTE CELESTE – TERME IN FESTA

P.G. n. 72227/2025

integrazione P.G. n. 76292/2025

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

Comune di Alto Reno Terme

DESCRIZIONE SINTETICA

Il progetto “La Notte Celeste”, edizione 2026, è l’evento di promozione del turismo termale più importante dell’anno sia per gli stabilimenti che per i comuni termali dell’Emilia Romagna.

L’evento di promozione si inserisce in iniziative promosse da altro ente sovraordinato (APT Servizi). La manifestazione consolidata si svolge ogni anno in tutte le città termali dell’Emilia Romagna nelle stesse giornate stabilite a livello regionale in collaborazione con APT Servizi. Il principale obiettivo di riferimento del progetto

è “Natura e Benessere” con particolare attenzione al sistema termale e al settore wellness, quale elemento principale per il potenziamento dell’attrattività turistica e per incrementare il numero di presenze, contribuendo a creare un’immagine positiva di un territorio in cui vivere momenti in pieno relax e a contatto con la natura. L’altro obiettivo di riferimento è “Food&Wine” con degustazioni di prodotti del territorio. Gli obiettivi rientrano nelle priorità di azione della Città Metropolitana di Bologna indicati all’interno dell’“Avviso pubblico per la presentazione di domande di contributo per la realizzazione di servizi turistici di base e di iniziative di promozione turistica di interesse locale – Anno 2026” e nei “Requisiti e criteri per l’elaborazione del Programma turistico di promozione locale unitario per il Territorio Turistico Bologna – Modena – PTPL 2026”. Il target di riferimento del progetto abbraccia una fascia di pubblico principalmente familiare. Sviluppare il turismo termale significa anche creare un’immagine positiva ed uno sviluppo turistico non solo per i Comuni termali, ma anche per tutta l’area metropolitana di Bologna. Si tratta di un progetto turistico per valorizzare il “prodotto terme” con un ampio cartellone condiviso, che prevede animazioni, spettacoli, musica, intrattenimenti, laboratori, escursioni e attività all’aria aperta. Il progetto intende valorizzare il concetto del “benessere” quale opportunità per migliorare la qualità della vita in piena armonia tra corpo, mente e spirito e rappresenta un’occasione per promuovere gli stabilimenti termali del Comune di Castel San Pietro Terme e del Comune di Alto Reno Terme. Verranno organizzate escursioni alla scoperta delle aree territoriali coinvolte, visite agli stabilimenti termali ed alle sorgenti delle acque termali, spettacoli di arte performativa, intrattenimenti musicali, laboratori, aree ludiche e giochi per bambini con anche degustazioni di prodotti tipici locali. Durante la sera principale de “La Notte Celeste” delle Terme dell’Emilia-Romagna, ogni stabilimento termale sarà aperto eccezionalmente fino a tarda sera con tante proposte a tema. Tutti gli eventi in programma verranno pubblicati sul sito ufficiale www.lanotteceleste.it ed inoltre la promozione dell’iniziativa verrà effettuata utilizzando l’immagine coordinata realizzata da APT Servizi. Il progetto risponde alle strategie regionali e locali in tema di promozione-commercializzazione turistica, in particolare valorizza il “prodotto terme”, sviluppa un’offerta esperienziale legata alla natura e al benessere e coinvolge più comuni e stabilimenti in un’ottica sovracomunale, rispondendo così alla cornice di riferimento dell’Avviso del PTPL 2026 – Ambito 2. “La Notte Celeste” si configura come un progetto strategico per il potenziamento dell’attrattività turistica del territorio metropolitano, capace di integrare benessere, natura, cultura ed enogastronomia in un’unica proposta esperienziale, incrementando le presenze turistiche e dei visitatori e la competitività complessiva della destinazione turistica.

AZIONI

1. Programmazione, organizzazione e realizzazione della manifestazione “La Notte Celeste nei due comuni termali
2. Creazione di momenti di attrazione per i giovani, bambini e famiglie
3. Realizzazione di spettacoli ed eventi musicali dal pomeriggio sino a notte, specie nella giornata del sabato
4. Organizzazione di escursioni, esperienze, visite guidate presso le sorgenti termali, con apertura serale degli stabilimenti
5. Organizzazione di spettacoli musicali e di arti performative

Gli eventi previsti dal progetto sono gratuiti e non sono pertanto previste forme di pagamento a carico dell’utente finale per la fruizione dei servizi promossi tramite le spese oggetto di contributo.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO

Gli ambiti territoriali interessati riguardano i Comuni di Castel San Pietro Terme e Alto Reno Terme con i rispettivi stabilimenti termali, le Terme di Castel San Pietro e le Terme di Porretta.

PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE

La manifestazione si svolgerà in date fissate a livello regionale da APT Servizi della Regione Emilia – Romagna, indicativamente tra giugno e agosto 2026.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

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

Il progetto “La Notte Celeste” ha una valenza turistica elevata in quanto rappresenta l'iniziativa più importante per la promozione integrata del turismo termale. L'iniziativa viene coordinata a livello regionale da APT Servizi ed è realizzata in contemporanea in tutte le località termali della regione. L'evento permette di creare un effetto moltiplicatore per dare visibilità e valorizzare in modo sinergico l'offerta turistica dei Comuni di Castel San Pietro Terme e di Alto Reno Terme, inserendoli in un circuito di promozione di rilevanza sovralocale. Si tratta di un format consolidato con un forte richiamo emozionale legato ai temi del wellness e al “sistema acque” inteso come espressione del patrimonio ambientale e paesaggistico del territorio in grado di attrarre un ampio pubblico di visitatori, in particolare famiglie, coppie e gruppi di amici interessati a vivere esperienze di relax, natura e gusto. La programmazione contribuisce a generare un incremento significativo dei flussi turistici in particolare di visitatori giornalieri con effetti positivi sulle attività economiche locali. La promozione è coordinata a livello regionale, attraverso il portale ufficiale www.lanotteceleste.it, i canali social dedicati e la comunicazione integrata con APT Servizi Emilia-Romagna. Questo garantisce un'ampia visibilità e una forte riconoscibilità del brand “La Notte Celeste”, rafforzando l'immagine del territorio metropolitano di Bologna come destinazione di benessere, natura e qualità della vita. L'iniziativa contribuisce inoltre a destagionalizzare i flussi turistici, ampliando il periodo di fruizione delle strutture termali, con particolare riferimento al periodo estivo e consolidando la percezione del termalismo non solo come cura, ma come esperienza di benessere accessibile e contemporanea. La sinergia tra i diversi attori territoriali (Comuni, stabilimenti termali, imprese, associazioni culturali) genera un effetto moltiplicatore sulla capacità attrattiva dell'area, valorizzando così il patrimonio naturalistico ed enogastronomico locale.

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

Il progetto “La Notte Celeste” risponde a pieno titolo alle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale - triennio 2025-2027 - della Regione Emilia-Romagna e con il quadro di riferimento del bando PTPL 2026 per il Territorio Turistico Bologna - Modena con particolare riferimento alla promozione del sistema termale, del benessere e della natura.

Il progetto coinvolge un territorio sovracomunale in rete tra Castel San Pietro Terme e Alto Reno Terme. L'integrazione tra turismo termale, intrattenimento, escursioni nella natura e promozione dei prodotti del territorio è un altro elemento fondamentale per la valorizzazione del territorio e va nella stessa direzione delle Linee guida triennali.

La scelta di un target familiare e di attività anche per bambini, con laboratori, aree ludiche e percorsi all'aria aperta, contribuisce alla dimensione inclusiva del turismo, coerente con gli orientamenti regionali in tema di turismo accessibile.

Il coordinamento a livello regionale della promozione dell'evento - tramite APT Servizi - e il focus sul “prodotto terme” contribuiscono alla creazione di un'identità e un'immagine distintiva del territorio in piena coerenza con le Linee guida di promo-commercializzazione turistica regionale con l'obiettivo di aumentare le presenze turistiche, la permanenza media e favorire la destagionalizzazione.

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

Gli obiettivi del progetto sono “Natura e Benessere” e “Food & Wine”. Il progetto risulta quindi in piena coerenza con gli obiettivi contenuti nell'Avviso PTPL 2025 in particolare riferimento agli “Obiettivi Bologna”.

Il progetto è principalmente indirizzato al Mercato nazionale (Italia), in modo da consolidare il pubblico regionale ed extraregionale. Un altro mercato che si intende raggiungere è il Mercato di corto raggio, in particolare quello Europeo.

In relazione alla coerenza interna tra obiettivi e mercati rispetto alle azioni si indica il collegamento tra ogni azione e l'obiettivo di riferimento:

- Le escursioni alla scoperta delle aree territoriali termali e limitrofe rispondono all' obiettivo natura e benessere e permettono di far conoscere ampiamente il territorio per generare un effetto moltiplicatore in termini di promozione;
- Le visite agli stabilimenti termali e alle sorgenti delle acque termali permettono di valorizzare l'area termale e sviluppare l'immagine e l'identità turistica del territorio;
- Gli spettacoli di arte performativa, intrattenimenti musicali arricchiscono l'offerta esperienziale ed emozionale e rendono il progetto attrattivo anche per un target più ampio;
- I laboratori, le aree ludiche e i giochi per bambini mirano al target familiare per ampliare il pubblico degli stabilimenti termali anche alle giovani coppie;
- Le degustazioni di prodotti tipici locali collegano il progetto all'obiettivo "Food & Wine", e sviluppano l'identità del territorio orientato a un turismo "slow";
- L'apertura serale eccezionale degli stabilimenti termali aiutano a prolungare l'arco temporale di fruizione, favorendo la permanenza dei visitatori;
- Le azioni di comunicazione attraverso la promozione in sinergia e l'immagine coordinata di APT Servizi rappresentano un'azione fondamentale per raggiungere i mercati nazionali ed europei.

Ogni azione viene associata a un costo stimato in modo che risulti evidente il collegamento.

Obiettivo	Azione	Voce di costo / categoria di spesa
• Incrementare presenze e permanenza di visitatori	• Escursioni, visita stabilimenti • Apertura serale.	• Servizi guida turistica • Costi per escursioni
• Valorizzare prodotto termale & wellness	• Spettacoli • Laboratori, • Intrattenimenti musicali • Aree ludiche	• Costo servizi artistici • Costo animazioni • Costo spettacoli • Costo allestimenti • Costo laboratori • Costo service • Costo dj-set
• Potenziare la creazione di un'immagine positiva del territorio • Rafforzare partnership pubblico - private	• Promozione online e offline • Promozione e degustazioni dei prodotti del territorio	• Costo campagna comunicazione • Costo organizzazione degustazioni, • Costo distribuzione
• Potenziare il target familiare • Ampliare nuovi pubblici	• Aree ludiche per bambini • Laboratori • Organizzazione degustazioni • Organizzazione spettacoli arti performative	• Costi per Servizi di animazione, • Costi per materiali per animazioni • Costi per organizzazione di spettacoli di arti performative

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

Con il progetto “La Notte Celeste” si intendono adottare azioni volte a ridurre l’impatto ambientale complessivo, in coerenza con gli obiettivi di sostenibilità ambientale promossi dalla Regione Emilia – Romagna, dalle misure europee in materia di turismo responsabile, green economy, e in piena coerenza con gli obiettivi dell’Agenda 2030 dell’ONU per lo sviluppo sostenibile.

Le principali misure previste sono le seguenti:

- Promozione dell’utilizzo di percorsi pedonali per raggiungere i luoghi degli eventi.
- Utilizzo di materiali riciclabili o compostabili (bicchieri, piatti, posate, tovaglioli, contenitori) durante le degustazioni e gli eventi enogastronomici.
- Riduzione dell’uso di plastica monouso in tutte le attività del progetto, in linea con la normativa vigente.
- Allestimenti realizzati con materiali riutilizzabili, riciclati o a basso impatto ambientale, favorendo fornitori locali e artigiani.
- Installazione di isole ecologiche temporanee per la raccolta differenziata dei rifiuti nelle aree evento
- Riduzione dell’utilizzo di materiali cartacei in favore di una comunicazione online, social media, newsletter e utilizzo di QR code per la consultazione dei programmi degli eventi.
- Inserimento nel programma di escursioni guidate dedicate alla scoperta delle aree naturali e delle sorgenti termali.
- Involgimento di produttori locali per sostenere l’economia del territorio e utilizzo di prodotti agroalimentari a km 0 nelle degustazioni con utilizzo di prodotti locali.

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

Uno dei principali obiettivi del progetto è la promozione di un turismo inclusivo e accessibile, in linea con gli obiettivi regionali di valorizzazione delle destinazioni termali come luoghi accoglienti e accessibili. Le azioni previste intendono garantire la partecipazione attiva e in piena sicurezza delle persone con disabilità motoria, sensoriale o cognitiva, sia durante gli eventi che nelle azioni di promozione. Il progetto è pianificato in modo da fare vivere al pubblico esperienze di relax, benessere, a contatto con la natura, in modo accogliente e al tempo stesso accessibile e in sicurezza.

Per garantire le azioni di promozione del turismo accessibile si intende procedere con le seguenti misure:

- Sopralluoghi preventivi per verificare l’accessibilità architettonica e fisica dei luoghi di svolgimento degli eventi (stabilimenti termali, piazze, parchi, aree spettacolo, percorsi escursionistici).
- Disponibilità di servizi igienici accessibili nelle aree dell’evento e negli stabilimenti termali aderenti
- Realizzazione di materiali informativi e di promozione con testi ad alta leggibilità e linguaggio semplificato, facile da leggere per facilitare la comprensione da parte delle persone con disabilità cognitive o difficoltà linguistiche
- Presenza di volontari e personale di accoglienza in grado di gestire una comunicazione inclusiva e assistenza non invasiva, per favorire l’autonomia e la partecipazione attiva di tutti i visitatori.
- Utilizzo nelle azioni di promozione di un approccio inclusivo e non discriminante, con immagini e linguaggio rispettosi della diversità di genere

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

La Notte Celeste è un format consolidato, ma per l’anno 2026 si introducono elementi di innovazione finalizzati a potenziare l’attrattività del prodotto “turismo termale” e ampliare il target.

Gli elementi innovativi da introdurre per l’edizione 2026 sono:

- Potenziare l’integrazione tra benessere, natura e cultura con un programma in grado di unire le esperienze a contatto con la natura in stretta connessione con performance artistiche, culturali e di spettacolo diffuse nell’area termale;
- Rafforzare l’identità del territorio attraverso un maggiore sinergia tra benessere termale e sapori locali, valorizzando i prodotti tipici territoriali.

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

Verranno realizzati materiali fotografici e audiovisivi a disposizione del Territorio Turistico Bologna-Modena.

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

Non sono previste azioni di promozione istituzionale in occasione di fiere turistiche, organizzazione di press tour ed educational tour.

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

Il progetto “La Notte Celeste” si inserisce pienamente nel quadro delle iniziative di promozione turistica promosse da APT Servizi Emilia - Romagna e dalla Regione Emilia-Romagna, in particolare nell’ambito delle iniziative regionali dedicate al turismo termale e al benessere. L’iniziativa viene realizzata in stretta collaborazione con APT Servizi, che cura l’immagine coordinata e la comunicazione, anche a livello extra regionale. L’evento verrà promosso attraverso i canali web regionali, delle rispettive redazioni locali, degli stabilimenti termali e altri siti di promozione turistica collegati. Il materiale offline sarà distribuito presso i punti di maggior frequentazione turistica del territorio metropolitano (IAT-R, IAT, Welcome Room, extraBO, IF, Bologna Welcome, stabilimenti termali). Il progetto contribuisce inoltre al raggiungimento degli obiettivi strategici del Territorio Turistico Bologna-Modena (PTPL 2026), rafforzando la sinergia tra i Comuni termali (Castel San Pietro Terme e Alto Reno Terme) e l’intera area metropolitana di Bologna. Il progetto contribuisce a consolidare il posizionamento dell’Emilia-Romagna come destinazione di eccellenza per il turismo del benessere, sostenibile e accessibile.

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

L’edizione 2025 ha confermato il successo di una manifestazione ormai consolidata nel panorama turistico regionale, rafforzando l’attrattività dei Comuni termali di Castel San Pietro Terme e di Alto Reno Terme. Il programma, rivolto principalmente a un pubblico familiare, ha proposto un calendario di iniziative dedicate alla scoperta degli stabilimenti termali e delle sorgenti locali, con street food, laboratori, luna park, camminate naturalistiche, dj – set, spettacoli di acqua e fuoco. La partecipazione è stata elevata, con una stima complessiva di circa 5.000 visitatori, senza particolari criticità organizzative. Tuttavia, l’analisi dell’edizione ha evidenziato l’opportunità di potenziare la componente culturale, con particolare riferimento all’aspetto artistico, musicale e performativo per ampliare il pubblico di riferimento, coinvolgendo maggiormente le fasce giovanili, in particolare i target “Millennials” e “Generazione Z”, meno presenti nelle precedenti edizioni. Per l’edizione 2026 si prevede pertanto di introdurre:

- Un cartellone di arti performative ampliato, con spettacoli serali diffusi nell’area,
- Azioni di promozione digitale mirate ai target giovanili, ad esempio coinvolgendo influencer locali
- Una maggiore integrazione tra intrattenimento, benessere e natura

L’iniziativa si conferma tra le iniziative più partecipate della stagione estiva termale dell’Emilia-Romagna e rappresenta un importante motore di promozione del territorio, rafforzando l’identità dei Comuni e degli stabilimenti termali come luoghi di benessere, socialità e cultura.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Partner e operatori economici coinvolti	<ul style="list-style-type: none"> • Numero operatori economici e partner coinvolti nel progetto • Numero associazioni coinvolte nel progetto
Eventi	<ul style="list-style-type: none"> • Numero eventi realizzati
Materiali di promozione	<ul style="list-style-type: none"> • Numero azioni di promozione digitale • Numero pubblicazioni sui giornali e riviste • Numero depliant distribuiti
Pubblico	<ul style="list-style-type: none"> • Numero pubblico partecipante suddiviso per diversi target

TOTALE SPESE PREVISTE: € 32.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 32.000,00

PUNTEGGIO: 60

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

12) Associazione Vitruvio A.S.D. - GUGLIELMO MARCONI COMUNE IMMORTALE

P.G. n. 72255/2025

integrazione P.G. n. 74282/2025

integrazione P.G. n. 76745/2025

integrazione P.G. n. 77607/2025

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. Comune di Sasso Marconi
2. Comune di Casalecchio di Reno
3. Museo Pelagalli Mille voci... mille suoni (patrimonio Unesco),
4. Museo Guglielmo Marconi - Villa Grifone,
5. Rete televisiva 7Gold,
6. Emittente televisiva TRC Bologna,
7. Francesco Nigro, Guida ambientale patentata e scrittore,
8. Lucio Mazzi, scrittore, giornalista e docente di storia della musica.

DESCRIZIONE SINTETICA

- 1) Il 2026 è il terzo anno del ns. progetto quadriennale nato nel 2024 per celebrare i 150 anni dalla nascita di Guglielmo Marconi, i 100 anni della radio, i 70 anni della televisione. Nel 2025 abbiamo ricordato i 130 anni del wireless e nel 2026 celebreremo i 125 anni dalla prima trasmissione wireless transoceanica.
- 2) Il progetto quadriennale, che alleghiamo, ha il patrocinio NON ONEROSEN del Sindaco della Città Metropolitana, del Presidente dell'Assemblea Legislativa RER, del Sindaco del Comune di Sasso Marconi e della Fondazione Guglielmo Marconi. La presente proposta, che si chiede possa entrare nella fascia di

valutazione alta del P.T.P.L. 2026, fa parte dell'articolato insieme di attività realizzate e indicate nel piano quadriennale dedicato a Guglielmo Marconi.

Sono previsti un minimo di trentasei appuntamenti GRATUITI durante tutto il 2026 a favore di un migliaio di cittadini e turisti.

3) Obiettivo del presente progetto è anche l'internazionalizzazione, realizzando visite guidate e iniziative in lingua inglese e spagnola, per mettere a frutto il lavoro fatto negli ultimi anni anche a Barcellona in occasione della 37a edizione dell'America's Cup di vela, dalle associazioni Vitruvio Bologna e Vitruvio Barcelona, associazione gemella fondata nel 2015.

Vedi contributi video:

- Servizio TG 7 News America's Cup;
- Trailer documentario Edificio Telegrafia Marconi all'aeroporto di Barcellona;
- Trasmissione di approfondimento di TRC "Bologna a colori", dedicata al progetto quadriennale.

4) Il 2026 è il secondo anno del triennio 2025-2027 analizzato dai due documenti ispiratori del bando PTPL 2026, "Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2025-2027" e "Programma di Promo-Commercializzazione Turistica (PPCT)" dove vengono indicate le seguenti priorità di azione: (di seguito, in rosso, evidenziamo gli elementi valorizzati in questo progetto, in linea con le indicazioni dei due documenti ispiratori del bando.

• City Break

Promozione turistica dell'offerta museale integrata con siti storici; (Museo Marconi e Museo – Patrimonio UNESCO – Mille voci mille suoni G. Pelagalli) Palazzi e siti storici pubblici e privati. (Villa Grifone, Colle Ameno)

• Cultura: Itinerari culturali sovra-territoriali che tengano conto dei personaggi che, nati e/o vissuti nel territorio, si sono distinti nel panorama scientifico internazionale (Guglielmo Marconi) ambasciatori che rappresentano un'opportunità strategica di crescita della notorietà della destinazione, per un turismo di scopo.

Borghi del Territorio Turistico Bologna-Modena con le proprie ville. (Borgo Colle Ameno).

• Outdoor Active&Slow

Cicloturismo nei sub-ambiti metropolitani Appennino: Bike experience; (Ciclovia del Reno)

• Natura e benessere

Messa a sistema e promozione delle risorse e dei servizi per la fruizione naturalistica con riferimento ai parchi, riserve, oasi. (Parco lungo Reno e Parco della chiusa – Parco Talon)

GUGLIELMO MARCONI COMUNE IMMORTALE è un articolato insieme di tre iniziative (bike, trekking, visite guidate) per uno turismo i scopo che rientra perfettamente nell'ambito delle linee di prodotto di cui sopra e che verranno proposte tutto l'anno. I prodotti tipici del territorio verranno promossi anche dal buonissimo SPRITZ MARCONI realizzato con prodotti dei colli bolognesi: Pignoletto frizzante Dop "Callisto" dell'azienda "Piacere Sasso..." delle colline marconiane, olive dei colli bolognesi, "Amaro Settemmezzo" ricavato dal carciofo violetto dei colli di San Luca, e "Amaro Montenegro 1885". Un modo curioso, piacevole e socializzante di raccontare i luoghi e l'epoca di Guglielmo Marconi.

Outdoor Active&Slow

- Cicloturismo e trekking nei sub-ambiti metropolitani

1. I RAGGI DI MARCONI - Bike experience in una giornata con visite guidate a due Musei, da eXtraBO alla casa natale di Marconi, al Parco Talon, alla Chiusa di Casalecchio, al Museo Marconi di Villa Grifone, lungo la ciclovia del Reno, per rientrare attraversando i parchi bolognesi fino al Museo Pelagalli patrimonio UNESCO "Mille voci... mille suoni".
2. ELETTRA: PASSI SULLE ONDE DI MARCONI – Trekking e visita guidata di mezza giornata da Colle Ameno alla Collina dei Celestini al Museo Guglielmo Marconi di Villa Grifone.
3. ON AIR! UN POMERIGGIO NEL MONDO DELLA RADIO – Visita guidata e talk show al Museo Pelagalli patrimonio UNESCO "Mille voci... mille suoni".

4. Al termine di tutte le iniziative verrà proposto e promosso lo SPRITZ MARCONI presentato con successo da Vitruvio durante la rassegna estiva “Battiferro finché caldo 2025” e realizzato esclusivamente con prodotti di eccellenza locali. In questo contesto è stata anche ospitata la mostra prodotta dall’Assemblea Legislativa RER “Sasso Marconi città di Guglielmo”. Vedi servizio TG7 news, Rete 7Gold.

A bilancio non sono previste entrate per tesseramenti o contributi liberali per l’ottenimento degli scopi statutari dell’Associazione. Restano a carico dei cittadini e dei turisti i soli costi relativi all’acquisto dei biglietti d’ingresso ai due Musei.

AZIONI

1) Sopralluoghi esecutivi

Per la compilazione di questo progetto abbiamo già effettuato i sopralluoghi necessari per essere certi che quanto proposto sia fattibile. Conosciamo bene il territorio e gli edifici storici oggetto di valorizzazione e sorprenderemo i turisti con dettagli non noti o non visibili.

2) Ricerche storiche, e ambientali, ecc..

Una volta terminati i sopralluoghi esecutivi inizia l’approfondita ricerca dei contenuti per ogni singolo luogo individuato lungo i percorsi, cercando relazioni fra i diversi temi evidenziati nel progetto. Il risultato della ricerca saranno i testi che verranno provati direttamente sui percorsi, misurando tempi e ipotizzando possibili diversivi o contrattempi che potrebbero capitare.

3) Scrittura test e mappatura.

Solo dopo questo ulteriore importante lavoro si potranno licenziare i testi definitivi che verranno mappati sia in formato elettronico che in cartaceo per il solo uso interno, di supporto alle ns. guide, e relatori.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO

Comuni di Bologna, Casalecchio, Sasso Marconi, lungo l’asta del Fiume Reno e la prima collina bolognese.

PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE

Tutto l’anno

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

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

Per quanto già esposto, la valenza turistica è certa, grazie alla fama mondiale di Guglielmo Marconi, che 125 anni fa ha unito i continenti, superando gli oceani. Nei paesi anglosassoni e nel continente sudamericano la figura di Marconi è celebrata frequentemente in moltissimi siti dove si trovano edifici e targhe che riportano le sue imprese, come ad esempio al Cristo Redentore di Rio de Janeiro o a Sidney, Londra, New York, ecc... Questo progetto apre ulteriori stimolanti alternative a mercati già attivi nel territorio metropolitano, considerando che le proposte di Vitruvio vengono realizzate con continuità e certezza di calendario da decenni e sono rivolte con successo a mercati locali, nazionali e internazionali. Le tre attività verranno realizzate in italiano in inglese e in spagnolo, anche per attrarre il pubblico frutto delle attività decennali di Vitruvio Barcelona realizzate anche in occasione dell’America’s Cup di vela.

Vedi:

- Servizio TG 7 News America’s Cup,
- Trailer documentario Edificio Telegrafia Marconi all’aeroporto di Barcellona,
- Trasmissione di approfondimento di TRC “Bologna a colori”, dedicata al progetto quadriennale.

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

Il curriculum e la storia ventennale dell’Associazione Vitruvio garantiscono la certezza di un risultato conforme alle linee guida, anche grazie alle competenze del Dott. Francesco Nigro, e dello scrittore e giornalista Lucio Mazzi, evidenziate nel curriculum. L’invio settimanale della newsletter di Vitruvio agli oltre 30.000 iscritti in mailing list consentirà di raggiungere mediamente c.a 70.000 persone in tutt’Italia (considerando che ad un indirizzo può corrispondere una coppia o una famiglia). Le ricadute per alloggio e cibo saranno importanti, poiché le iniziative verranno proposte tutto l’anno. Il sostegno economico richiesto a Città metropolitana avrebbe totale garanzia di risultato, perché Vitruvio è una realtà strutturata con esperienza pluridecennale sul territorio e decennale con i bandi PTPL di Città Metropolitana.

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

Le tre iniziative proposte sono già consolidate e sono state perfezionate ed adeguate nel tempo agli obiettivi, i mercati, le azioni e di costi che ogni anno vengono indicati nel PTPL di Città metropolitana. Abbiamo la certezza di costi, grazie ad un numero di repliche notevole per ognuna delle tre iniziative proposte. Coerenza interna assicurata e verificata. I mercati di riferimenti sono tre:

- Italiano, non solo dei residenti in Italia, ma anche dei tanti italiani di terza o quarta generazione che vengono in vacanza in Italia per ritrovare le loro radici, dopo che nei paesi in cui vivono hanno trovato tracce concrete dell’operato di Marconi (edifici telegrafia, targhe, monumenti, ecc...)
- Anglosassone, essendo Marconi di madrelingua inglese e considerando che la sua impresa nacque in Inghilterra, Marconi è parte integrante della cultura anglosassone presente in tutti i continenti.
- Spagnolo, una delle lingue più diffuse al mondo anche questa presente in tutti i continenti.

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

Tutte le iniziative nascono dall’utilizzo della rete di ciclopedinale, stimolando il cicloturismo ed il trekking in ambiente. È prevista anche la raccolta di rifiuti abbandonati in ambiente. Verrà caldeggiato l’utilizzo della borraccia, escludendo le bottiglie d’acqua di plastica. La promozione verrà effettuata senza stampare nulla, verrà utilizzata solo la rete e la ns. mailing list e l’invio di comunicati stampa ai media. L’unico costo sostenuto per la stampa sarà la cartolina che verrà consegnata al termine di tutte le iniziative dove verrà promosso lo SPRITZ MARCONI realizzato con prodotti dei colli bolognesi: Pignoletto frizzante Dop “Callisto” azienda “Piacere Sasso...” delle colline marconiane, olive dei colli bolognesi, “Amaro Settemmezzo” ricavato dal carciofo violetto dei colli di San Luca, e “Amaro Montenegro 1885”.

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

Abbiamo già esperienza pluriennale con l’associazione ENS (Ente Nazionale Sordi) e intendiamo organizzare iniziative dedicate anche a loro, con traduttrice nel linguaggio dei segni. In merito all’accessibilità fisica tutti i percorsi, trekking o bike tour, come anche per il Museo Pelagalli, sono stati progettati per consentirne la totale fruizione. Purtroppo invece per le disabilità motorie gravi non sarà possibile visitare il Museo Marconi di Villa Grifone, in quanto non accessibile.

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

1. I RAGGI DI MARCONI - *Bike experience di un giorno.*

Iniziativa già consolidata.

Innovazioni: Accordo commerciale per il pranzo con il Chiosco del Lido di Casalecchio, che garantisce una proposta articolata ed è logisticamente nella posizione migliore per concludere le iniziative del mattino e proseguire con quelle pomeridiane.

Accordo con Associazioni che si occupano esclusivamente di cicloturismo affinché inseriscano l'iniziativa nel loro calendario annuale.

2. Il lancio dello SPRITZ MARCONI avvenuto quest'estate durante la rassegna estiva di Vitruvio "Battiferro finché caldo", al Sostegno del Battiferro, lungo il Canale Navile, ha avuto un grande successo. Veniva servito solo nelle serate dedicate ai tre spettacoli su Marconi che hanno debuttato nel 2025 e che sono inseriti nel progetto quadriennale patrocinato anche da Città Metropolitana di Bologna. E' stata una forma di socializzazione e fidelizzazione interessante che ha avvicinato in modo accattivante molti cittadini alla incredibile storia di Guglielmo Marconi. Verrà promosso e proposto anche al termine delle tre iniziative descritte in questo progetto.

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

È già consuetudine di Vitruvio condividere le immagini riprese durante le iniziative sia da parte delle guide che da parte del pubblico, contribuendo così ad alimentare attivamente un interessante ed utilissimo reportage fotografico soggettivo e collettivo dei luoghi oggetto di promozione e di visita. Anche le riprese con drone che intendiamo produrre potranno essere molto suggestive per documentare sia il trekking e il bike tour.iva inclusa

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

//

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

//

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

Nella precedente edizione non abbiamo riscontrato particolari problemi, se non le avverse condizioni meteo, che ci hanno costretto a rinviare alcune iniziative in ambiente.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Pubblicazione nel calendario 2026 delle singole iniziative sul sito di Vitruvio e sui siti di promozione del territorio attivati dalla Città metropolitana	Verifica periodica dei numeri relativi all'apertura delle pagine dedicate alle iniziative di Vitruvio, rapportati al numero di prenotazioni ricevute.
Comunicati ai media nazionali	Verifica dell'incremento di prenotazioni ricevute a seguito della pubblicazione di articoli o trasmissione di servizi sui media
Comunicati stampa per ogni singola data delle iniziative inviati da Vitruvio ai media regionali	Verifica dell'incremento di prenotazioni ricevute a seguito della pubblicazione di articoli o trasmissione di servizi sui media
Trasmissione delle proposte ai tanti Tour operator che già collaborano con Vitruvio (per il turismo scolastico	Verifica quantità di gruppi prenotati con relativa provenienza.

abbiamo previsto di inserire queste iniziative GRATUITE in pacchetti di visita al territorio, proponendo un programma di uno o due giorni, ai plessi e agli Istituti Comprensivi, che comprenda anche cacce al tesoro, visite guidate ai Musei, spettacoli itineranti, trekking in ambiente, ecc. Nel caso in cui le iniziative dedicate a Marconi venissero apprezzate ed inserite [dai TO] nei pacchetti turistici da noi ideati, non saranno origine di costo per l'utente finale. La gratuità verrà sempre segnalata nella proposta inviata ai docenti, facendo riferimento all'inserimento del progetto nel PTPL 2026).	
Trasmissione delle proposte alle tante scuole che già collaborano con Vitruvio	Verifica quantità di gruppi prenotati con relativa provenienza.
Invio delle proposte con 52 newsletter settimanali a oltre 30.000 indirizzi in mailing list	Verifica percentuali di lettura e di prenotazione online delle schede in oggetto
Pubblicazione di eventi sui social	Verifica del gradimento e della reale partecipazione alle singole iniziative
Pubblicazione reiterata dei video promozionali	Verifica del numero di aperture dei file video
Analisi della reputazione online	Verifica puntuale delle recensioni su Trip Advisor, con richiesta di recensione inviata via mail al termine di ogni iniziativa
Interviste ai visitatori e analisi sul campo relative alla qualità dei servizi	Semplice tabella con quattro valori da attribuire, inviata via mail al termine di ogni iniziativa.
Presenze per provenienza, motivazione/tipo di vacanza	In fase di prenotazione (obbligatoria) verranno richiesti e registrati i dati per ogni singola iniziativa.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 19.366,00 (iva inclusa se dovuta)

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 19.366,00 (iva inclusa se dovuta)

PUNTEGGIO: 55

FASCIA DI VALUTAZIONE: BASSA

13) CITTÀ METROPOLITANA DI BOLOGNA - INIZIATIVE TURISTICHE DI INTERESSE METROPOLITANO

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

Comuni e Unioni di Comuni del Territorio Turistico Bologna-Modena; Comuni di Firenze, Prato, Pistoia, Provincia di Pistoia; Regioni Emilia-Romagna e Toscana; APT Servizi Srl e altri soggetti che a vario titolo operano in ambito turistico.

DESCRIZIONE SINTETICA DEL PROGETTO

La Città metropolitana di Bologna, nelle funzioni di Destinazione turistica, coerentemente con quanto realizzato nelle annualità precedenti, propone nell'annualità 2026 la realizzazione di azioni di comunicazione e promozione integrate e trasversali a supporto dell'offerta turistica del territorio.

Al fine di sostenere l'attrattività e la qualificazione dell'offerta territoriale attraverso lo sviluppo di strategie trasversali e condivise attente alla sostenibilità, si propone di supportare Accordi territoriali di sviluppo, con particolare attenzione ai Cammini e al turismo attivo e lento in generale. La Via degli Dei, la Via della Lana e

della Seta, la Via Mater Dei rappresentano i principali cammini che attraversano l'Appennino bolognese collegandolo con le vicine province toscane. Anno dopo anno questi Cammini, anche grazie al supporto fornito tramite il PTPL, accolgono sempre più numerosi camminatori e pellegrini, dall'Italia e dall'estero. La Via degli Dei, in particolare, si è qualificata come secondo cammino italiano, dopo la Via Francigena. L'obiettivo è rendere sempre più attrattivi anche gli altri cammini, sia quelli citati sia eventuali nuovi in corso di strutturazione, per favorire la decongestione del turismo dal capoluogo, l'internazionalizzazione degli arrivi anche in ambito metropolitano e la destagionalizzazione dei flussi. Per ciascun cammino si prevede, pertanto, di finanziare azioni di promozione turistica in accordo con gli enti interessati dai percorsi, in una logica di integrazione dell'offerta e di razionalizzazione degli interventi, anche attraverso il supporto a eventi dedicati che contribuiscano ad affermare il territorio come riferimento nazionale per il segmento Cammini.

Inoltre, si intende proseguire la promozione degli eventi e delle iniziative dedicati alla fruizione responsabile del territorio metropolitano, valorizzando in particolare le tradizioni enogastronomiche, le tipicità agroalimentari bolognesi, l'offerta sportiva del territorio e l'escursionismo a piedi e in bicicletta, con particolare attenzione al rilancio delle zone montane e periferiche del territorio.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 50.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 50.000,00
