

Allegato 3)

TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA-MODENA

P.T.P.L. 2026

AMBITO 1

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

MODENA

INDICE PROGETTI

AMBITO 1.a - Informazione e accoglienza al turista - IAT TRADIZIONALI	3
1) COMUNE DI MODENA - IAT R	3
2) COMUNE DI SESTOLA - IAT R	6
3) COMUNE DI MARANELLO - STTI - IAT R	9
4) COMUNE DI FANANO - IAT	12
AMBITO 1.a - Informazione e accoglienza al turista - IAT INNOVATIVI	16
1) COMUNE DI CARPI - IAT DIFFUSO	16
2) COMUNE DI MARANELLO STTI - IAT DIFFUSO	18
3) COMUNE DI CAMPAGALLIANO - IAT DIFFUSO	21
4) COMUNE DI NONANTOLA - IAT DIFFUSO	24
5) COMUNE DI MODENA - IAT DIGITALE	27
6) COMUNE DI MODENA - WELCOME ROOM	29
7) COMUNE DI PAVULLO - WELCOME ROOM	30
AMBITO 1.b - Animazione e intrattenimento turistico	35
1) COMUNE DI MODENA - IAT R	35
2) COMUNE DI SESTOLA - IAT R	36
3) COMUNE DI MARANELLO - STTI - IAT R	40
4) UNIONE TERRE DI CASTELLI - IAT	42
5) COMUNE DI FANANO - IAT	45

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

1) COMUNE DI MODENA - IAT R

PG n. 38751 del 10/11/2025
integrazione P.G. n. 41420 del 28/11/2025

SEDE

Piazza Grande 14, 41121 Modena (MO)

RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO CON RIFERIMENTO ALLE AZIONI CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2026

Attività di sportello e back-office

Proseguono tutte le attività richieste dalla normativa e regolamentazione vigente: raccolta, trattamento e diffusione di informazioni turistiche con risposta via mail, telefonica, livechat, social, postale, sulle risorse locali con ambito cittadino, provinciale e regionale o su quelle inserite nel Sistema Informativo Regionale per il Turista, su quelle del Territorio turistico Bologna Modena; raccolta schede reclami per disservizi e inoltro agli enti competenti; compilazione ed elaborazione schede contatti; distribuzione materiali per la ricerca di disponibilità ricettiva; su richiesta dell'utente: iscrizioni, prenotazioni, verifiche di disponibilità per la partecipazione a eventi, spettacoli, visite guidate, prenotazione guide turistiche; vendita materiali turistici e gadget; prenotazione dei servizi turistici e del pernottamento presso le strutture ricettive, limitatamente al turismo in entrata in Emilia-Romagna (IAT-R); spedizione e/o distribuzione materiale informativo ad enti associazioni, soggetti privati a supporto delle iniziative da loro organizzate che prevedono una presenza turistica rilevante nella città e provincia, nonché a supporto di iniziative di promozione del turismo modenese al di fuori del territorio provinciale; collaborazione con le case editrici per l'aggiornamento e il controllo delle informazioni delle guide di settore o dei siti turistici su internet; gestione corrispondenza; magazzino dei materiali in distribuzione; produzione materiale informativo specifico (calendari manifestazioni, schede informative tematiche contestuali ad eventi speciali, depliant tematici su luoghi e beni culturali); attività di accoglienza a giornalisti, opinion leader, delegazioni, gruppi di interesse, autorità e personale d'ambasciata, organizzazione di servizi di accompagnamento, educational tour e visite guidate ai visitatori in arrivo sul territorio provinciale; prenotazioni dell'orario di ingresso per i gruppi in visita al Duomo di Modena; prenotazioni delle visite tematiche in città, gestione servizio noleggio gratuito c'entro in bici, noleggio radioguide a supporto delle visite guidate; vendita biglietti bus per Modena e tutta la provincia; coordinamento nelle relazioni tra il team Social Emilia Romagna turismo e la rete degli IAT provinciali per la selezione e fornitura di contenuti, immagini e video per il piano editoriale social regionale; gestione e implementazione continua dell'archivio fotografico e video con ambito provinciale; allestimento di corner tematici stagionali presso la sede in Piazza Grande con distribuzione di materiale con ambito provinciale e regionale; attività di monitoraggio dei risultati e customer satisfaction.

Obiettivi di miglioramento del servizio:

- rafforzare il ruolo di Modena come hub turistico a servizio di tutto il territorio provinciale;
- rafforzare il posizionamento di Modena e del territorio provinciale all'interno del sistema dell'Accoglienza turistica regionale;
- sviluppare attività innovative di carattere promozionale per rafforzare l'identità turistica del Territorio Turistico Bologna-Modena;
- accrescere l'attrattività territoriale qualificando e innovando i servizi di informazione turistica coinvolgendo la rete degli IAT territoriali in progettualità condivise;
- promuovere un turismo sostenibile, cioè in equilibrio con il tessuto socioeconomico della città e i territori, e inclusivo, cioè accessibile a tutti;
- incrementare l'utilizzo di sistemi digitali innovativi per proporre prodotti ed esperienze da acquistare anche in autonomia;
- offrire al turista prodotti ed esperienze di qualità, in grado di intercettare bisogni specifici;
- mantenere un approccio flessibile nell'adozione di strategie e azioni di intervento;

- valorizzare il patrimonio culturale e naturale del territorio provinciale e le aree meno interessate dal turismo consolidato.

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

MICE in continuità con il progetto sviluppato nel corso del 2025 di analisi e verifica del posizionamento di Modena nell’ambito del sistema di ospitalità per convention aziendali, congressi, sale meeting, con individuazione e mappatura dei luoghi da poter adibire a centri congressi e migliori location per eventi, al fine di promuovere il turismo congressuale verrà realizzato un progetto-studio delle possibili traiettorie di sviluppo e sensibilizzazione dell’attuale sistema del turismo congressuale nel territorio modenese (città di Modena e hinterland). In particolare, in virtù della base di partenza data dall’attuale posizionamento di Modena nel comparto MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) nel contesto regionale e nazionale, considerato un settore strategico per l’attrattività e la competitività del territorio, nel corso del 2026 verranno studiati esempi/buone pratiche di azioni pubbliche e di governance, inoltre verrà studiato l’impatto economico e relazionale del comparto rispetto al turismo in senso culturale, rappresentando quest’ultimo un’importante leva di sviluppo economico, in grado di generare ricadute dirette e indirette su molteplici settori (ospitalità, ristorazione, servizi, mobilità, commercio e cultura).

TURISMO ACCESSIBILE Azioni e iniziative finalizzate a realizzare itinerari accessibili e inclusivi per le persone con diverse tipologie di disabilità: es progettazione di itinerari lenti, accessibili per tutti ma particolarmente indicati per persone con mobilità ridotta o in sedia a rotelle, famiglie con bambini piccoli, anziani e persone neurodivergenti, itinerari per ipovedenti o con disabilità uditiva. Azioni per garantire e potenziare l’accessibilità del portale visitmodena anche da un utente con disabilità.

VISIT MODENA PER TUTTI Aggiornamento delle schede realizzate con il progetto “Visit Modena per tutti”, finalizzato a fornire servizi informativi di qualità alle persone con scarsa o ridotta mobilità come supporto sia nell’organizzazione del viaggio che all’effettiva esperienza turistica in loco. Nel corso del 2026 verranno aggiornate le schede relative ai Musei e monumenti, luoghi di visita (pubblici e privati) a partire da quelli cittadini.

MATERIALE INFORMATIVO E/O DI ACCOGLIENZA

Durante tutto l’anno verrà svolta un’attività di aggiornamento e ristampa del materiale turistico necessario all’erogazione di informazioni presso lo IAT R e in occasione di eventi.

In particolare, nel corso del 2026 verranno aggiornati i “Benvenuti a Modena” in italiano e in lingue straniere. CETS (CARTA EUROPEA TURISMO SOSTENIBILE): continuano le attività previste dall’adesione alla Strategia Cets Parchi Emilia Centrale 2025-2029.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

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

Sì

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

Lo IAT-R di Modena, nel suo integrale assetto organizzativo continuerà a potenziare la funzione di “hub” del territorio, fornendo informazioni turistiche non solo sul capoluogo ma anche sull’intera Provincia, provvedendo in questo modo a fornire un’immagine unitaria del brand “Modena”, nonché a realizzare una diffusione capillare dell’informazione sulle attrazioni ed eccellenze di tutto il territorio.

Il portale visitmodena.it rispecchierà la volontà di presentare l’intera offerta turistica territoriale e promuoverà l’intero territorio, dal capoluogo all’appennino e proseguirà, ampliandosi, l’attività di presentazione in forma coordinata delle esperienze di visita offerte dal territorio.

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

Accessibilità

TURISMO ACCESSIBILE Azioni e iniziative finalizzate a realizzare itinerari accessibili e inclusivi per le persone con diverse tipologie di disabilità: es progettazione di itinerari lenti, accessibili per tutti ma

particolarmente indicati per persone con mobilità ridotta o in sedia a rotelle, famiglie con bambini piccoli, anziani e persone neurodivergenti, itinerari per ipovedenti o con disabilità uditiva.

VISIT MODENA PER TUTTI Aggiornamento delle schede realizzate con il progetto “Visit Modena per tutti”, finalizzato a fornire servizi informativi di qualità alle persone con scarsa o ridotta mobilità come supporto sia nell’organizzazione del viaggio che all’effettiva esperienza turistica in loco. Nel corso del 2026 verranno aggiornate le schede relative ai Musei e monumenti, luoghi di visita (pubblici e privati) a partire da quelli cittadini.

VISITMODENA ACCESSIBILE azioni per garantire l’accessibilità del portale anche da un utente con disabilità.

Tutto il personale dello IAT R verrà inoltre coinvolto in un corso di formazione ad hoc per fornire un servizio informativo accessibile a tutti i turisti, comprese le persone con disabilità o bisogni speciali.

Sostenibilità

Tutte le azioni e le iniziative realizzate sono progettate in modo da non alterare l’equilibrio del tessuto socioeconomico della città e dei territori.

CETS (CARTA EUROPEA TURISMO SOSTENIBILE): adesione alla Strategia Cets Parchi Emilia Centrale 2025-2029.

BUONE PRASSI DI SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE: gli uffici Iat R di Modena adottano buone pratiche di risparmio energetico, riciclo dei rifiuti e risparmio della carta, e viene invitato il team a non utilizzare materiale usa e getta. Verrà inoltre svolta una costante attività di sensibilizzazione dell’utenza a non sprecare brochure e materiali informativi e verrà sempre specificato che per le prenotazioni dei luoghi di visita tramite visitmodena non è necessario stampare il biglietto ma è sufficiente salvarlo sul cellulare o conoscere il codice di prenotazione.

Innovazione

APPROCCIO MULTICANALE: il progetto gestionale dedica una particolare attenzione alla valorizzazione di strumenti e modalità innovative per la promozione dei servizi di informazione e accoglienza turistica in ogni fase del cosiddetto “customer journey” in linea con l’evoluzione del mercato turistico e la sensibilità di viaggiatori ed operatori del settore.

L’organizzazione del Servizio IAT si distingue per un approccio 'multi-touchpoint' pensato per incontrare le esigenze degli utenti in maniera moderna e innovativa, senza mai perdere il valore del contatto umano, dell’ascolto attento e dell’erogazione di informazioni corrette e autorevoli.

Per raggiungere questo obiettivo, verranno adottare strategie dinamiche e flessibili, abbracciando una varietà di canali comunicativi e personalizzando l’interazione in base alle preferenze dei visitatori.

L’ufficio turistico è concepito non solo come punto informativo ma come una vera e propria piattaforma esperienziale, dove i visitatori sono accolti da personale qualificato, in grado di adattarsi alle diverse esigenze comunicative, rispettando le varie culture e fornendo al tempo stesso un’esperienza informativa multimediale attraverso tecnologie avanzate come i vari monitor presenti nell’ufficio che permettono agli utenti di immergersi nella ricchezza culturale e storica di Modena e del suo territorio attraverso contenuti digitali dinamici e coinvolgenti.

Durante l’orario di ufficio, ci si avvale dei canali tradizionali come front desk, telefono, posta, e di piattaforme digitali per chat istantanee, Messenger su Facebook e interazioni sui social media tramite X, rispondendo tempestivamente a messaggi e post taggati @visitmodena. Viene inviata una newsletter settimanale su eventi e notizie di rilievo. Inoltre, visitmodena.it sarà integrato con un sistema di live-chat scelto per la sua efficacia nell’offrire assistenza diretta e rapida, semplificando la navigazione.

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

L’attività di condivisione di servizi e informazioni con la DMO del territorio modenese e con il sistema promocommerciale regionale è uno degli aspetti strategici fondamentali per la gestione efficace e premiante del sistema di accoglienza del territorio. Il portale visitmodena.it, di proprietà del Comune di Modena, è stato identificato come accesso digitale di riferimento per informazione e commercializzazione per l’intero territorio modenese, con un sistema di governance che permette un’azione sinergica tra l’ente pubblico e la DMO con un dialogo costante tra informazione e commercializzazione, che mette al centro il turista e l’esperienza turistica nel suo complesso

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

Il programma di formazione degli addetti IAT-R prevede minimo 30 ore di formazione annue per ogni addetto IAT-R.

Le ore vengono suddivise come segue

- 14/16 ore: formazione sull'offerta turistica del territorio tramite visite onsite gestite in collaborazione con guide turistiche o esperti di settore. Il programma di visite viene personalizzato in base al grado di formazione e anzianità degli addetti e vengono tenute in forma individuale o di gruppo in base alle esigenze di approfondimento. I luoghi che tutti gli addetti devono aver visitato di persona e che ogni anno vengono rivalutati per aggiornamenti e visite ulteriori sono: Sito Unesco, Palazzo Ducale di Modena, Palazzo dei Musei e istituzioni presenti, luoghi AGO, Teatro Comunale Pavarotti, Mercato Albinelli, Museo Enzo Ferrari, Maserati, Stanguellini, Collezione Panini, Museo Pagani, Museo Ferrari e i principali borghi, castelli e Palazzi della provincia di Modena;

- 6/10 ore: partecipazione a seminari di formazione e approfondimento organizzati da APT/ENIT o altri enti per aggiornamenti su trend del mercato turistico;

- 4/6 ore incontri di confronto e formazione congiunti organizzati con la rete di imprese Emilia-Romagna Welcome per il miglioramento nell'utilizzo del sistema di prenotazione e per la creazione di prodotti turistici;

- nel 2026, in continuità con il progetto Modena per tutti avviato nel 2022 verrà replicata una sessione di formazione per accoglienza turisti con bisogni speciali, persone con disabilità in particolare, ma anche altre categorie.

Oltre alle attività dedicate agli operatori dello IAT-R del Comune di Modena, sono previsti interventi di formazione sul sistema dell'accoglienza allargata quali incontri di aggiornamento e formazione delle guide locali, visite formative/educational per gli operatori Iat della Provincia e dell'Emilia-Romagna. Il percorso, che sarà sviluppato su minimo 3 appuntamenti, prevede attività di formazione specifica dedicata ai soggetti che per professione contattano e si relazionano con turisti, con l'obiettivo di qualificare i servizi di accoglienza non convenzionali, non istituzionali, di agevolare e fidelizzare il turista, apportando contestualmente beneficio al singolo esercizio dei settori commercio e turismo del territorio coinvolto. Questa attività sarà realizzata sinergicamente con la DMO con un'attenzione particolare al miglioramento della conoscenza sull'offerta del territorio e le declinazioni dei prodotti afferenti alle linee strategiche del Territorio Turistico Bologna-Modena

TOTALE SPESE PREVISTE: € 300.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 300.000,00

PUNTEGGIO: 93

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

2) COMUNE DI SESTOLA - IAT R

P.G. n. 38721 del 10/11/2025
integrazioni P.G. n. 40539 del 24/11/2025

SEDE

Corso Umberto I 28, 41029 Sestola (MO)

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

Nel 2025 l'ufficio IAT di Sestola ha completato l'iter amministrativo per l'acquisizione della qualifica di IAT-R segnando un traguardo fondamentale verso una gestione più evoluta e coordinata delle attività di promozione e commercializzazione turistica dell'Appennino modenese.

L'obiettivo principale per il 2026 è quello di rafforzare l'identità unitaria della montagna modenese, integrando le strategie locali con quelle della Provincia di Modena e del Territorio Turistico Bologna-Modena, in linea con le Linee Guida Triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale ed in particolare:

- Potenziare la comunicazione e la promozione attraverso nuovi canali digitali e collaborazioni mirate con le Destination Management Organization (DMO).

- Destagionalizzare e diversificare i flussi turistici, promuovendo un'offerta che valorizzi il territorio anche al di fuori dei periodi di alta stagione.

- Esportare l'immagine e le peculiarità dell'Appennino modenese oltre i confini provinciali e regionali.

Accanto ai tradizionali servizi di front-office, l'ufficio punta a:

- Digitalizzare i contenuti informativi e promozionali;

- Sviluppare una social media strategy strutturata, capace di attrarre e fidelizzare nuovi pubblici;

- Favorire una comunicazione continua e accessibile, orientata all'esperienza del visitatore.

Quanto sopra esposto consentirà di: valorizzare i valori identitari e turistici dell'Appennino modenese, comunicando efficacemente il suo patrimonio storico, culturale, naturale e gastronomico, sviluppare sinergie operative con enti, operatori turistici e stakeholder territoriali, coordinando le azioni promozionali con quelle del Territorio Turistico Bologna-Modena e di APT Servizi Emilia-Romagna, promuovere la sostenibilità ambientale e sociale, favorendo il turismo responsabile, l'inclusione e l'accessibilità universale ed incrementare la visibilità sui media, rafforzando la reputazione dell'Appennino modenese come destinazione autentica e accogliente.

L'obiettivo è promuovere un'immagine unitaria, sostenibile e innovativa della montagna modenese, capace di valorizzare il territorio tutto l'anno attraverso la digitalizzazione dei contenuti, il rafforzamento dei canali di comunicazione e la creazione di progetti editoriali tematici di qualità.

Le azioni che si intendono svolgere nel corso del 2026 sono le seguenti:

1. In continuità con la realizzazione degli opuscoli "TrekInAppennino" (2024) e "DiscoverInAppennino" (2025), nel corso del 2026 verrà realizzata una nuova brochure informativa digitale dal titolo "SportInAppennino", dedicata alla promozione dell'offerta sportiva e outdoor dell'Appennino modenese.

L'obiettivo è quello di offrire una panoramica completa, aggiornata e accattivante sulle attività sportive praticabili nel territorio (escursionismo, mtb, ciclismo, sci, parapendio, sport di squadra, equitazione, etc.), favorendo una comunicazione coordinata, accessibile e coerente con l'immagine unitaria del territorio appenninico e incentivando la pratica dell'educazione fisica, dell'attività motoria e dello sport come strumento di tutela della salute e di promozione della sensibilità ambientale, stimolo alla crescita di relazioni e in grado di contribuire anche a favorire la promozione turistica, con conseguenti ricadute economiche a vantaggio del territorio.

Gli obiettivi coerenti con le linee guida triennali sono:

- Promuovere in modo sistematico le esperienze sportive outdoor dell'Appennino modenese.

- Mantenere coerenza grafica e comunicativa con le pubblicazioni precedenti ("TrekInAppennino" e "DiscoverInAppennino").

- Favorire la fruizione digitale e sostenibile dei materiali promozionali, riducendo l'utilizzo della carta (Stampa limitata di copie cartacee esclusivamente in occasione di fiere, eventi e manifestazioni di rilievo, per garantire un'adeguata presenza fisica di materiali informativi)

- Rafforzare la collaborazione intercomunale e il coordinamento con la Redazione Locale del Territorio Turistico Bologna-Modena.

2. Nel quadro delle iniziative di promozione del turismo responsabile e pet-friendly, l'ufficio IAT-R di Sestola realizzerà nel 2026 una brochure informativa in formato digitale dal titolo "Avventure a Coda Alta", dedicata ai percorsi e alle esperienze da vivere con i cani nell'Appennino modenese.

L'opuscolo avrà una doppia finalità:

- promozionale, per valorizzare i sentieri, le aree verdi e le strutture ricettive che accolgono visitatori con animali;

- educativa, per sensibilizzare turisti e proprietari sulle regole di comportamento, sicurezza e rispetto ambientale da adottare durante le attività outdoor.

Tutto questo permetterà di: incentivare un turismo pet-friendly consapevole e rispettoso del territorio, promuovere i percorsi e le strutture ricettive attrezzate per ospitare cani e animali da compagnia, diffondere buone pratiche di convivenza e tutela ambientale, contribuendo alla salvaguardia della fauna e della flora locali, favorire la fruizione inclusiva dell'Appennino anche per le famiglie con animali.

Contenuti della brochure:

- Selezione di itinerari escursionistici e percorsi adatti ai cani, con informazioni su lunghezza, difficoltà, punti d'acqua e aree attrezzate.

- Elenco di strutture pet-friendly (alberghi, rifugi, agriturismi, ristoranti, aree di sosta).

- Vademecum del buon escursionista a quattro zampe: regole di comportamento nei sentieri, obblighi di legge (guinzaglio, raccolta deiezioni, rispetto della fauna), consigli per la sicurezza e il benessere animale.

- Indicazioni sulle aree naturalistiche sensibili e sulle zone dove è necessario adottare maggiore cautela.

La realizzazione grafica sarà coordinata con la linea editoriale delle brochure “TrekInAppennino”, “DiscoverInAppennino” e “SportInAppennino”, per garantire uniformità visiva.

L'iniziativa contribuisce alla promozione di un turismo rispettoso dell'ambiente e degli animali, incentivando comportamenti responsabili e la tutela del patrimonio naturale dell'Appennino. La scelta del formato digitale con QR Code riduce l'impatto ambientale e favorisce un accesso immediato ai contenuti aggiornabili nel tempo.

3. Realizzazione della nuova carta dei sentieri

Per offrire un'immagine coordinata e coerente del territorio, nel 2026 sarà realizzato un restyling della carta dei percorsi escursionistici dell'Appennino modenese. L'obiettivo è presentare il territorio come una destinazione turistica unitaria, valorizzandone al meglio le risorse naturali e facilitando la fruizione dei percorsi da parte di escursionisti e appassionati. La nuova carta sarà integrata con le altre iniziative promozionali digitali e cartacee, garantendo coerenza visiva e supportando la comunicazione del patrimonio escursionistico locale.

4. Immagine coordinata e adeguamento materiale informativo

Nel corso del 2026, l'Ufficio IAT-R di Sestola presterà maggiore attenzione all'immagine coordinata e all'adeguamento del materiale informativo e promozionale in conformità alle Linee Guida Triennali per la promo-commercializzazione turistica della Regione Emilia-Romagna (2024-2026).

L'obiettivo è garantire una comunicazione coerente, riconoscibile e moderna, perfettamente integrata con il linguaggio visivo adottato dal Territorio Turistico Bologna-Modena e da APT Servizi Emilia-Romagna, migliorando la qualità grafica e la fruibilità dei materiali sia digitali che cartacei.

Verrà inoltre adeguato tutto il materiale cartaceo prodotto con i loghi del territorio turistico Modena-Bologna in conformità con le linee guida di utilizzo del marchio.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

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

SÌ

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

Prosegue la collaborazione e lo scambio reciproco di materiali tra gli uffici afferenti all'HUB di Sestola (Fiumalbo, Riolunato, Montecreto, Lama Mocogno, Pievepelago, Serramazzoni) ai fini della realizzazione delle attività progettuali, già consolidata da diversi anni in cui la collaborazione tra uffici assicura e potenzia la rete sovra comunale di scambio di informazioni capace di soddisfare le diverse esigenze dei turisti.

Tutti i materiali cartacei prodotti saranno distribuiti tra i Comuni aderenti al progetto e consegnati ai presidi turistici del Territorio Bologna-Modena (in particolare, allo IAT-R di Modena), mentre le brochure in formato elettronico saranno rapidamente e immediatamente raggiungibili dal sito della Redazione Locale di riferimento www.inappenninomodenese.com .

In continuità con il 2025, infine, verranno rinnovati gli abbonamenti digitali ai quotidiani locali, nell'ottica di garantire ai Comuni una fonte di aggiornamento costante sulle ultime novità a livello turistico-culturale.

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

Accessibilità: Revisione degli spazi IAT per garantire l'accesso senza barriere architettoniche e una segnaletica leggibile e inclusiva (anche a seguito della ristrutturazione dello spazio adibito a IAT-R che avrà conclusione entro il mese di Dicembre 2025);

Sostenibilità: Riduzione progressiva del materiale cartaceo e utilizzo di carta ecologica certificata FSC per le stampe indispensabili. Tutti i materiali saranno reperibili online o tramite QR code.

Innovazione: Potenziamento del portale web con funzioni interattive (mappe tematiche, itinerari personalizzabili) e sviluppo di un sistema digitale di accoglienza turistica con QR Code dinamici per località, servizi e sentieri.

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

L'up-grade dell'ufficio di IAT-R implica necessariamente un coordinamento continuativo e strutturato con le DMO del Territorio Turistico. In particolare si prevede di mettere in campo le azioni seguenti:

- Attivazione di tavoli di confronto con DMO e operatori specifici;

- Creazione di pacchetti turistici tematici (outdoor, enogastronomia, cultura, benessere)
- Partecipazione coordinata a fiere e workshop

Prosegue inoltre la realizzazione e lo scambio di materiali informativi condivisi con la DMO e la creazione di post programmati sui canali social di riferimento (InAppenninoModenese e VisitModena), al fine di consolidare il legame tra l'Appennino e la città.

Nel 2026 verranno creati dei Reel specifici sulle piattaforme social di riferimento che vadano a richiamare i video della rassegna “InfinitEmozioni” (creati in epoca Covid) che possano valorizzare le peculiarità dell'Appennino sui temi di enogastronomia, storia e cultura, natura e sport.

Proseguirà, inoltre, il sostegno alla rassegna “Modena Slow” (curata sempre dalla DMO di Modena) incentrata sulla promozione di esperienze da vivere in Appennino: il calendario sarà implementato da una rassegna di esperienze da vivere in Appennino.

Proseguirà inoltre l'attività dello IAT-R di Sestola di interconnessione tra fornitori di servizi turistici privati (Guide Ambientali Escursionistiche, maneggi, casefici, agriturismi, aziende agricole...) e la DMO nel tentativo di incrementare le “esperienze a data aperta” disponibili e prenotabili sul portale VisitModena.

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

Nel corso del 2026, al fine di sensibilizzare e formare gli operatori turistici del territorio, l'Ufficio IAT-R di Sestola organizzerà una serie di educational tour e giornate esperienziali nei principali siti di interesse dell'Appennino modenese.

L'iniziativa mira a offrire agli operatori del settore una visione diretta, completa e coinvolgente delle risorse e delle potenzialità del territorio, rafforzando la consapevolezza delle peculiarità storiche, naturalistiche, culturali ed enogastronomiche che caratterizzano la montagna modenese.

Verranno infatti organizzate delle giornate in cui gli operatori del settore potranno visitare musei (ex. Museo delle Mummie di Roccapelago, Museo della Linea Gotica, Museo della Civiltà Montanara, etc) o attrazioni naturalistiche (Cascate del Doccione, Ponte del Diavolo, Ponte della Luna) o partecipare ad esperienze autentiche (Scultura di marcolfe, raccolta e lavorazione del miele, raccolta e lavorazione della Lavanda, etc) in modo da avere una visione più esaustiva delle esperienze che si possono vivere in Appennino.

Le attività verranno organizzate privilegiando mobilità sostenibile (navette, car sharing) e la collaborazione con operatori locali per favorire un'economia circolare.

Gli educational tour rappresentano inoltre un'occasione di valorizzazione diretta e autentica del territorio, con ricadute positive sulla qualità complessiva dell'offerta turistica.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 111.782,80

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 111.782,80

PUNTEGGIO: 77

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

3) COMUNE DI MARANELLO - STTI - IAT R

P.G. n. 38811 dell'11/11/2025

SEDE

via Dino Ferrari 43, 41053 Maranello (MO)

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

Nel corso del 2025 è proseguito il trend in crescita dell'afflusso di turisti in visita al Museo Ferrari. Dopo il record di 575.416 visitatori registrato nel 2024, nell'anno corrente si avvia a superare ulteriormente questa cifra. Nel 2024 è stato adottato un nuovo strumento per monitorare i contatti gestiti dagli IAT regionali. Per il primo anno l'enorme flusso di visitatori ha inciso sulla puntuale compilazione dei form on-line per la raccolta dei contatti. Nel 2025 questa difficoltà è stata superata. I contatti registrati allo IAT R di Maranello dal 1° Gennaio 2025 al 31 Ottobre 2025 sono 41.118.

Nel corso del 2026 il Sistema Turistico Territoriale Intercomunale, rinnovato nel 2023 per una durata di 5 anni, continua la sua azione di promozione del territorio in stretta sinergia con la partnership privata, come Terme della Salvarola, che ha rinnovato l'Accordo a ottobre 2023. Il territorio copre 386,35 km quadrati con una popolazione di 78.217 abitanti al 31.12.2024 (Fonte: ISTAT).

La compagine dei comuni, che si estende dalla pedemontana all'Appennino, mira a contribuire al rafforzamento dell'offerta turistica dell'intera Regione, puntando sull'unicità del suo claim identitario: "fast cars, slow life". Le *experiences* tematiche (motori, storia, cultura, enogastronomia, turismo slow e sportivo) rappresentano un'offerta ricca, adatta a target diversificati.

Il programma 2026 del Sistema Turistico Territoriale Intercomunale si inscrive pienamente negli obiettivi regionali del triennio 2025/2027, contribuendo in particolare alla visione del Territorio Turistico Bologna-Modena di accrescere il tasso di internazionalizzazione e la qualità dell'offerta.

Le azioni previste per il 2026 mireranno a:

Dare stabilità all'economia turistica regionale, puntando a un ulteriore incremento di almeno due punti percentuali della quota PIL generata dal turismo nel biennio 2026-2027.

Potenziare i flussi di incoming dai mercati internazionali, focalizzandosi sui mercati lontani extra-europei come USA, Canada, UAE, e consolidando lo sviluppo su Giappone, Cina e Corea del Sud.

Accrescere la Brand Awareness del prodotto turistico, valorizzando i cluster della Via Emilia Experience (in particolare la Motor Valley) e della Sport Valley, temi che rappresentano un *unicum* a livello mondiale.

L'Ufficio IAT Terra di Motori presso il Museo Ferrari di Maranello – riconosciuto come IAT-R e IAT MOBILE – è il motore centrale del Sistema. La sua posizione è strategica per intercettare il grande afflusso di visitatori che, dopo il record di 575.416 visitatori registrato nel 2024, continua a porre sfide nella puntuale raccolta dei contatti. Per questo, nel 2026, l'Ufficio rafforzerà la sua azione di coordinamento interistituzionale tra i Comuni, integrando le attività nella cornice istituzionale del Territorio Turistico di riferimento.

Il 2026 vedrà il consolidamento degli strumenti digitali in linea con l'obiettivo regionale di sviluppare strumenti previsionali evoluti, legati all'utilizzo di Big Data e all'Intelligenza Artificiale e di rafforzare l'ecosistema turistico digitale:

Si proseguirà con l'attività di mantenimento e potenziamento della chatbot (AI), estendendo le sue capacità di risposta e integrando l'analisi dei dati generati per supportare le strategie di programmazione turistica locale, in linea con la sperimentazione del "Gemello Digitale Turistico" regionale.

Verranno rafforzate le azioni di adeguamento del sito maranelloplus.com in termini di accessibilità e funzionalità (lettura automatica dei testi per persone ipovedenti e l'aggiunta della funzione Google API per mappe dinamiche), contribuendo alla promozione del turismo inclusivo e responsabile e di un'esperienza frictionless per il turista.

L'Ufficio IAT-R continuerà a operare per l'intercettazione dei target ad alta capacità di spesa, quali gli High Net Worth Individual (HNWI) e i consumatori di Alta Gamma (luxury e affordable luxury).

Nel 2026, l'attività di supporto all'organizzazione di prodotti collegati al segmento MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions), individuato come prodotto su cui focalizzare l'attenzione a livello regionale, verrà consolidata. Si rafforzerà la collaborazione tra pubblico e privato, sfruttando la conoscenza delle imprese per sviluppare un'offerta personalizzata di turismo congressuale e incentive sul territorio, agendo sul prodotto Brand legato alle filiere e alle reti produttive.

In coerenza con il focus regionale sul turismo sostenibile e responsabile (slow tourism, cicloturismo, trekking, cammini, borghi storici), il 2026 vedrà la massima capitalizzazione dei valori turistici-identitari del territorio: Outdoor Active & Slow: La promozione delle vie storiche (Via Vandelli, Via Romea Germanica Imperiale, Cammino di Santa Giulia e Via Bibulca) e la Ciclovia del Mito saranno integrati da una collaborazione strutturata fra il Sistema Turistico e le aziende per la promozione dei tracciati percorribili in bicicletta (bike experience). L'attenzione sarà rivolta al cicloturismo e ai cammini come prodotti strategici.

Sport Valley: L'eco-mediatico della mezza maratona Maranello-Modena, che si tiene a inizio 2026, sarà sfruttato per la pianificazione e l'attrazione di ulteriori eventi sportivi di rilievo, in linea con il prodotto Sport Valley. Nel 2026 si procederà al consolidamento dell'offerta per la grande comunità del "turismo delle radici". Il sito maranelloplus.com e i social ad esso collegati rimarranno strumenti essenziali per la gestione del digital marketing, volto a garantire un'esperienza frictionless al potenziale turista e a sostenere le azioni di promozionalizzazione.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

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

NO

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

Il Sistema Informativo Regionale per il Turista (SITur) si basa sull'apporto di più soggetti, garantendo un livello di omogeneità minima tra i diversi territori e, contemporaneamente, dando risalto alle specificità delle diverse realtà locali e alle possibili tematiche di interesse del turista, in maniera tale da rendere attraente e fruibile il territorio regionale nella sua completezza.

Nel triennio 2025-2027, il SITur è parte integrante del progetto di evoluzione in chiave 4.0 dell'ecosistema digitale dell'Emilia-Romagna. L'obiettivo strategico regionale è l'introduzione di un Destination Management System (DMS) con un'architettura basata su un Hub Digitale Regionale e Hot Spot territoriali, improntata alla completa interoperabilità verso il Tourism Digital Hub (TDH) nazionale. Tale innovazione è affiancata dallo sviluppo di un data center per la virtualizzazione del sistema (applicazione della tecnologia Digital Twin), essenziale per agevolare i processi decisionali *data driven* e per valorizzare, in particolare, i prodotti dello *Slow Tourism*.

In questo scenario, la collaborazione approvata tra la Redazione Locale del Comune di Modena e lo IAT R Terra di Motori del Comune di Maranello (ai sensi della DGR 1629/2019) assume un'importanza cruciale. Il Comune di Maranello, attraverso il suo IAT R, si impegna a sostenere la Redazione Locale affinché possa adempiere pienamente alle previsioni regionali, garantendo l'inserimento di contenuti aggiornati e omogenei relativi alle sezioni eventi, itinerari e località. Questo flusso costante di dati è fondamentale per alimentare non solo i siti della Destinazione Turistica (DT) di riferimento e del portale ERT, ma anche per assicurare che tutte le piattaforme di informazione locali contribuiscano in modo strutturato e coerente (attraverso l'attività di *back office*) al nuovo ecosistema digitale regionale, come richiesto al Territorio Turistico Bologna-Modena.

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

L'Ufficio IAT-R Terra di Motori, in coerenza con gli obiettivi del Territorio Turistico Bologna-Modena e le Linee Guida Regionali 2025-2027 (che mirano a un'evoluzione digitale in chiave 4.0 e a un Turismo dell'Inclusività), consolida nel 2026 le azioni intraprese sul portale maranelloplus.com, trasformandolo in un *hot spot* digitale pienamente accessibile e sostenibile.

accessibilità:

Finalizzazione degli interventi di *restyling* strutturale del sito (avviati nel 2025) per l'ottemperanza agli standard WCAG (Web Content Accessibility Guidelines). Sarà operativo e integrato il plugin di lettura automatica dei testi, rendendo il sito pienamente accessibile a soggetti con disabilità visive e sensoriali. Si mira ad un turismo inclusivo in risposta all'esigenza regionale di creare un'offerta mirata alla domanda di turismo per persone con disabilità e all'applicazione di standard di accessibilità universale per garantire la fruibilità dei servizi a tutti i potenziali utenti.

sostenibilità:

Digitalizzazione Contenuti e Mobilità Slow: Si darà priorità assoluta ai prodotti digitali, riducendo al minimo la produzione di materiale cartaceo, in ottica di impatto ambientale. Si capitalizzerà la promozione delle BIKE STATION gratuite e dei servizi correlati, come le mappe dinamiche (Google API), per incentivare la mobilità dolce. Il personale IAT-R sarà sottoposto a formazione potenziata sul tema della sostenibilità per veicolare al meglio i prodotti del Turismo Sostenibile e Responsabile, un'azione diretta per lo sviluppo di prodotti legati al cicloturismo, trekking e cammini. Coerenza con l'obiettivo di ridurre l'impatto ambientale della filiera turistica attraverso la digitalizzazione dei contenuti e il sostegno a scelte di mobilità meno impattanti.

innovazione:

Esperienza *Mobile* e *Data Driven*: Il sito sfrutterà appieno la funzionalità Google API per mappe dinamiche. Inoltre, si prevede il completamento del popolamento delle informazioni disponibili sui 200 dispositivi BEACON installati nel 2025 presso i Punti di Interesse (POI), i cammini e le attività dello IAT Diffuso. Questa tecnologia di prossimità permetterà l'erogazione di contenuti geolocalizzati in tempo reale direttamente sui dispositivi mobili dei visitatori, migliorando l'informazione e l'interazione sul campo. Si punta ad un Ecosistema Digitale 4.0 a Sostegno dell'obiettivo di creare un'esperienza *frictionless* e un'innovazione

tecnologica che migliori l'informazione *just-in-time*. L'utilizzo dei Beacon si allinea all'evoluzione del mercato *mobile-first* e alla necessità di raccogliere dati per il nascente ecosistema digitale regionale (SITur 4.0).

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

Nel 2026 si consoliderà la collaborazione con la DMO per la Provincia di Modena nel Territorio Turistico Bologna-Modena, passando dalla semplice condivisione informativa al rafforzamento sistematico della promozionalizzazione. Si verificheranno infatti modalità e opportunità di una partnership per lo sviluppo commerciale (pacchetti turistici mirati sui segmenti ad alta capacità di spesa (MICE, Turismo Industriale e HNWI) che integrino le *experiences* locali ("fast cars, slow life") nel *portfolio* di vendita della DMO, in linea con la strategia regionale di segmentazione dell'offerta. Supporto diretto alle attività di *tour operating* della DMO verso i mercati internazionali (USA, Canada, UAE, Asia). Il Sistema Turistico fornirà *kit* digitali e accesso facilitato agli *asset* territoriali, sfruttando anche i dati geolocalizzati dai 200 dispositivi BEACON per arricchire l'offerta commerciale con informazioni in tempo reale. Si chiederà alla DMO di condividere i *feedback* di mercato (intelligence) raccolti per calibrare i servizi IAT-R. Si promuoverà la partecipazione congiunta a iniziative di formazione (Sostenibilità e Inclusività) per garantire che gli standard di accoglienza locali siano uniformi e coerenti con la qualità definita dalla DMO.

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

Il programma di formazione e aggiornamento continuo per il personale IAT-R nel 2026 sarà strategico e mirato, non solo per mantenere aggiornate le competenze dell'informazione turistica di base, ma soprattutto per specializzare gli addetti sui temi portanti delle Linee Guida Regionali, in coerenza con gli standard di qualità definiti dalla DMO.

I percorsi formativi si concentreranno su:

Turismo Inclusivo e Accessibilità: Il focus principale sarà l'informazione e l'accoglienza dei turisti diversamente abili. Questo include la formazione per la corretta consultazione e l'uso del sito web accessibile maranelloplus.com e la capacità di raccogliere, organizzare e diffondere informazioni specifiche sui servizi offerti dalle strutture ricettive e dai servizi del territorio attenti ai bisogni dell'utenza a mobilità ridotta. L'obiettivo è trasformare il territorio in una destinazione pienamente inclusiva.

Sostenibilità e Turismo Responsabile: Il personale sarà formato per promuovere attivamente i prodotti di Turismo Sostenibile e Responsabile (Cicloturismo, Cammini, Turismo Slow). Si forniranno competenze per veicolare l'impegno ambientale del Sistema Turistico (es. la promozione delle BIKE STATION e la riduzione del materiale cartaceo), permettendo agli addetti di diventare *ambassador* dei valori di sostenibilità.

Innovazione Tecnologica (SITur 4.0): Aggiornamento sull'utilizzo e la gestione delle nuove tecnologie implementate nel 2025/2026 (es. funzionalità Google API, contenuti generati dai dispositivi BEACON e interazione con la chatbot AI). La formazione assicurerà che il personale sia in grado di sfruttare il nuovo ecosistema digitale per erogare informazioni personalizzate ed estremamente aggiornate.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 129.570,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 129.570,00

PUNTEGGIO: 66

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

4) COMUNE DI FANANO - IAT

P.G. n. 38715 del 10/11/2025

SEDE

Piazza Marconi 1, 41021 Fanano (MO)

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

Il 2025 ha visto l'ufficio turistico di Fanano, da anni punto di riferimento per i turisti e gli stessi abitanti, in seguito ad una riorganizzazione amministrativa della dotazione organica del Comune, ed all'assunzione di personale, completare il percorso di riconoscimento della qualifica di Ufficio di Informazione e Accoglienza

Turistica (IAT Fanano) rendendo l'Appennino Modenese sempre più presidiato nell'ambito dell'offerta turistica integrata in un'ottica di rafforzamento della promo-commercializzazione.

Il Cimone è l'elemento più rappresentativo dell'Appennino Modenese, sia in veste invernale che estiva. Negli anni si è sempre più avvertita la necessità di creare una rete diffusa di progettazione e sviluppo del turismo. In quest'ottica la decisione di chiedere il riconoscimento di IAT ha accresciuto la sinergia di intenti tra l'Hub di Sestola, in veste di IAT-R e sede della redazione locale, e Fanano come naturale conseguenza per la vicinanza e la convergenza di intenti e storia. Questo ha portato a diversi tavoli di confronto e momenti di scambio nell'ottica di arricchire e valorizzare l'offerta turistica con progetti comuni che rinforzino la collaborazione con la DMO per il rafforzamento del flusso turistico, in particolare nei momenti di bassa affluenza.

La forma tradizionale di accoglienza turistica riveste un ruolo primario nell'offerta turistica facendo sì che il turista viva come una "esperienza" il rapporto umano che si instaura con il personale qualificato con un miglior imprinting empatico. A fronte di questo, i social sono la prima e principale fonte di informazione e promozione per il potenziale utente finale, facendo sì che da una semplice foto o "story" si possa raggiungere un bacino di utenza impossibile da raggiungere con i canali convenzionali. Questi due aspetti principali rendono necessaria una continua formazione del personale adibito sia al Front Office, con corsi di formazione mirati ad aumentare le skills dell'ufficio, sia al Back Office, con corsi finalizzati all'implemento di strategie di marketing on-line ed un utilizzo sempre più massiccio dell'IA come strumento di lavoro.

In quest'ottica il 2026 sarà il vero banco di prova per lo IAT Fanano e soprattutto per il sistema montagna, all'interno e nel rispetto delle Linee Guida Triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale; per questo sono stati fissati i seguenti obiettivi:

- Continua formazione del personale dipendente per un più professionale e qualificato servizio di accoglienza turistica.
- Sviluppo e sfruttamento dell'enorme potenziale dato dall'Intelligenza Artificiale Generativa, sia per velocizzare e semplificare il lavoro, sia per migliorare qualitativamente lo stesso, creando una strategia di marketing efficace per accrescere la presenza del territorio sui social.
- Aumentare la sinergia con l'Hub di riferimento, ed in particolare con lo IAT di Sestola, in un'ottica futura di collaborazione e partecipazione sotto il cappello "simbolico" del Monte Cimone e da qui partire per creare un sistema di promozione coerente e completo insieme alla DMO e ad APT Servizi.
- Attuare progettualità che riducano l'impatto ambientale del turismo e garantiscano l'accessibilità a tutti, in un'ottica di crescita sostenibile del territorio.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

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

NO

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

La prossimità territoriale tra Fanano e l'Ufficio HUB di riferimento, lo IAT di Sestola, costituisce un elemento strategico che favorisce un dialogo costante e una collaborazione quotidiana. Tale relazione si traduce in una sinergia operativa consolidata, caratterizzata da un continuo scambio di informazioni, aggiornamenti e buone pratiche, finalizzati ad assicurare coerenza e qualità alle azioni di promozione e valorizzazione turistica dell'ambito.

Particolare rilievo assume la coprogettazione dei progetti inseriti all'interno del PTPL, sviluppati attraverso un processo partecipato che ha coinvolto in modo attivo il personale dei due uffici. Gli incontri di coordinamento e i momenti di confronto periodici hanno consentito di definire una linea strategica condivisa, orientata alla costruzione di un'offerta turistica integrata e complementare, in grado di valorizzare in modo sinergico le peculiarità dei rispettivi territori.

Si rimanda a questo proposito al progetto "Cimone 4 Kids" descritto nella scheda relativa all'ambito 1.b del PTPL, quale esempio della collaborazione sopradetta ed al consolidato progetto del "Passaporto dell'Appennino Modenese", progetto nato nel 2022 per incentivare il turismo sostenibile e la scoperta delle bellezze naturali della zona montana, che, nel 2025, comprende 24 località da visitare e che rappresenta una modalità divertente e interattiva per esplorare le bellezze naturali appenniniche e scoprire luoghi pieni di storia. In tale contesto, la collaborazione con l'Ufficio HUB si estende anche alla pianificazione congiunta di servizi e strumenti di comunicazione rivolti al pubblico. Tra le azioni previste si segnalano, in particolare, l'attivazione

di un servizio di navetta invernale volto a facilitare la mobilità dei visitatori tra i due Comuni durante il periodo Natalizio (cd. “Christmas Bus”) e la predisposizione di una brochure unica, contenente il calendario delle manifestazioni estive ed invernali e le principali attrazioni turistiche di entrambi i territori. L'impegno nel 2026 sarà volto anche allo studio di un piano di comunicazione congiunto, con grafica coordinata e linguaggio uniforme per tutti i materiali promozionali con l'obiettivo di offrire al visitatore una visione coerente del territorio e delle iniziative.

Queste iniziative rappresentano un esempio concreto della qualità del lavoro di rete sviluppato all'interno dell'ambito turistico, fondato su principi di collaborazione, coordinamento e condivisione degli obiettivi. L'azione sinergica tra l'Ufficio HUB di Sestola, l'IAT di Fanano e gli altri uffici territoriali contribuisce in modo significativo al rafforzamento dell'identità turistica del comprensorio, migliorando l'efficacia complessiva delle strategie di promozione e accoglienza e garantendo un'esperienza omogenea e di qualità per il visitatore nell'intento di favorire la messa in rete delle attrattive locali, rafforzando la percezione unitaria del territorio e ampliando le opportunità di fruizione turistica.

In un'ottica di miglioramento continuo della qualità dell'accoglienza, e nel solco di esperienze positive attuate in passato, si studierà l'organizzazione di momenti formativi congiunti destinati al personale, favorendo lo scambio di conoscenze e buone pratiche e rafforzando la coesione tra le strutture operative (vedi paragrafo 5). Analogamente si punterà ad una presenza coordinata alle principali fiere e manifestazioni di settore, presentandosi, unitamente anche agli altri Comuni del territorio del Frignano, sotto un unico brand territoriale, aumentando la visibilità del territorio e rafforzando il posizionamento unitario della destinazione turistica.

3) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione: potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile (max 1 pagina)

Accessibilità: per il 2026 si prevede uno sviluppo e implementazione delle attrazioni turistiche mediante un censimento e catalogazione delle stesse analizzando le eventuali criticità e le misure per ridurre le barriere architettoniche. La formazione del personale verterà anche su corsi specifici per venire incontro alle esigenze delle persone con difficoltà motorie e la creazione di percorsi in loco, con possibilità di accompagnamento, adatti a tutte le condizioni fisiche. La collaborazione con lo IAT di Sestola aiuterà a fornire un ampio margine di attività adatte a tutti che si possono svolgere in diversi giorni.

Sostenibilità: Grazie alla Via Romea Nonantolana presente nel territorio e una tra le reti trekking più ampie del territorio Modena-Bologna, il personale dello IAT verrà formato nell'accompagnamento e nella fruizione ecosostenibile dell'ambiente da parte dei turisti. Progetti sul cambiamento climatico e le conseguenze dello stesso presenti nel comune e nell'HUB di appartenenza creeranno il substrato perfetto per il turismo lento, che sta prendendo sempre più piede sul territorio.

Innovazione: l'utilizzo e l'implementazione dell'Intelligenza Artificiale sarà un potenziamento strumentale per lo IAT, e percorsi di formazione sono già stati portati avanti da parte del personale addetto. Il rafforzamento dell'APP “Art Place” (già presente nel centro storico del capoluogo), che sarà ampliata a tutto il territorio, permetterà di avere una “Guida turistica interattiva” presente capillarmente, in grado di fornire approfondimenti e spiegazioni anche in assenza di cartellonistica, permettendo così al turista di poter usufruire dei servizi turistici anche in periodi di bassa affluenza, sui quali si intende puntare.

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

La collaborazione con la DMO verrà ampliata e potenziata ulteriormente con un occhio attento alla collaborazione con l'HUB di riferimento. Si intende creare un Hub integrato, con scambio di idee e progetti, per mettere sempre di più in comunicazione la zona montana con quella di pianura, anche con giornate di formazione per il personale della DMO verso la montagna. Bisognerà trovare una sinergia e collaborazione stretta per la pubblicazione coordinata di materiale promozionale sui social, cosa che avviene già tra lo IAT Fanano, l'Hub di riferimento e la redazione locale. Si provvederà ad una mappatura dei servizi e delle attività nel territorio, in concerto con lo IAT Sestola, per creare pacchetti e soluzioni esperienziali da proporre per la rassegna “Modena Slow” (curata dalla DMO di Modena), per fare sì che possa fornire attività e idee al fine di implementare le “esperienze a data aperta” disponibili e prenotabili sul portale Visit Modena. Negli anni il progetto del “Passaporto dell'Appennino Modenese” è stato il progetto pilota simbolo della stretta sinergia tra Appennino e DMO, ottenendo ottimi risultati.

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

Come detto in precedenza la persona e l'aspetto empatico rivestono ancora un ruolo fondamentale per l'esperienza turistica sul territorio. Per rendere ancora di più a 360 gradi l'esperienza turistica, soprattutto in periodi di bassa affluenza in cui al Front – Office è sufficiente solo una persona, si prevede la partecipazione al corso di Guida Ambientale Escursionistica, come qualifica imprescindibile: se da un lato l'operatore acquisisce e implementa il proprio bagaglio formativo personale per la cura e gestione della necessità del turista, dall'altro la possibilità di accompagnare i turisti in passeggiate permette un ampliamento dell'offerta turistica con una conseguente fidelizzazione del turista stesso; tutto questo inserito in un contesto in cui l' Hub (IAT Sestola) è raggiungibile facilmente a piedi tramite il “Sentiero dell'Amicizia” in circa un'ora e mezzo, così da integrare tramite camminate organizzate vicinanza e collaborazione.

Fondamentali sono corsi mirati a maneggiare lo strumento di Intelligenza Artificiale, per la quale si prevede l'abbonamento al servizio, in un'ottica di creazione e potenziamento dei contenuti; inoltre essendo uno strumento di ricerca e sintesi sarà fondamentale per l'analisi e la creazione di progettualità che prendano spunto da esperienze esterne. Inoltre si programmeranno, unitamente allo IAT di Sestola, momenti di formazione per il personale, pensati in ottica istituzionale e operativa, cioè coerenti con le competenze richieste nei sistemi turistici regionali e con gli obiettivi di qualità, accoglienza e promozione integrata del territorio.

Di seguito alcune delle tematiche che potranno essere affrontate:

1. Accoglienza e gestione del front office turistico: Tecniche di comunicazione e relazione con il pubblico; Gestione delle richieste e fidelizzazione del visitatore.
2. Comunicazione digitale e promozione online: Utilizzo dei social media e dei portali turistici istituzionali; Creazione di contenuti e gestione coordinata dell'immagine territoriale.
3. Cultura del territorio e prodotto turistico locale: Approfondimento delle risorse culturali, naturalistiche ed enogastronomiche; Collaborazione con operatori e associazioni locali.
4. Accessibilità e turismo inclusivo: Accoglienza di persone con disabilità o esigenze specifiche; Mappatura e comunicazione dei servizi accessibili.
5. Laboratori di coprogettazione e visite studio: Confronto interterritoriale e scambio di buone pratiche tra uffici IAT e HUB; Osservazione di modelli di eccellenza in ambito turistico.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 98.500,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 98.500,00

PUNTEGGIO: 65

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

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

1) COMUNE DI CARPI - IAT DIFFUSO

P.G. n. 38758 del 10/11/2025

SEDI

- Eliotecnica Stermieri, Via Trento Trieste 43, 41012 Carpi (MO);
- Nonno Pep, Corso Cabassi 35/37, 41012 Carpi (MO);
- Mondadori Bookstore Carpi, Piazza dei Martiri 8, 41012 Carpi (MO);
- Nuovo Albergo Touring Srl, Viale Darfo Dallai 1, 41012 Carpi (MO)
- Carpi Comics di Pantaleoni Marco, Via Nova 45, 41012 Carpi (MO);
- Hotel Gabarda, Via Carlo Marx 172, 41012 Carpi (MO);
- Cantina di Santa Croce, SS 468 di Correggio, 35, 41012 Carpi (MO);
- Ex Campo di Fossoli, Via Remesina esterna 32, 41012 Carpi (MO);
- Hotel Carpi, Via delle Magliaie 2, 41012 Carpi (MO);
- Caseificio San Giorgio, Via Zappiano 15, 41012 Carpi (MO);
- Musei di Palazzo Dei Pio, Piazza dei Martiri 68, 41012 Carpi (MO);
- URP – Ufficio Relazioni con il pubblico del Comune di Carpi, Via Berengario 4, 41012 Carpi (MO);
- Soho – Soho Home, Corso Alberto Pio 38-40, 41012 Carpi (MO);
- Chalet 3.0 in piazzetta, Piazza Garibaldi 28, 41012 Carpi (MO);
- Chalet Al Parco, Via Vittorio Veneto 2, 41012 Carpi (MO).

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

Nel mese di luglio 2025 ha preso avvio il progetto “IAT Diffuso”, finalizzato a migliorare la qualità dei servizi offerti ai visitatori e a promuovere in modo coordinato le risorse turistiche del territorio.

L'iniziativa rappresenta un passo significativo verso la creazione di una rete di accoglienza integrata e diffusa, capace di valorizzare le peculiarità locali e di favorire un'esperienza di visita autentica, sostenibile e coerente con i principi del turismo responsabile.

Per il 2026 si prevede il consolidamento e l'ampliamento delle azioni avviate, con l'obiettivo di potenziare l'efficacia del servizio di informazione e accoglienza turistica, migliorare la qualità percepita dal pubblico e rafforzare l'immagine complessiva di Carpi come destinazione culturale e turistica di rilievo.

Le principali linee di intervento previste sono:

1. Formazione degli operatori aderenti

Nel corso del 2026 verranno organizzati ulteriori percorsi formativi rivolti agli operatori del progetto IAT Diffuso. I contenuti formativi saranno dedicati ai temi dell'accoglienza turistica, della comunicazione con il visitatore, della promozione digitale e della conoscenza approfondita delle attrazioni culturali, naturalistiche ed enogastronomiche del territorio.

L'obiettivo è rafforzare le competenze professionali degli operatori e promuovere una cultura dell'accoglienza orientata al turismo lento, sostenibile e di prossimità, favorendo una rete territoriale consapevole e collaborativa.

2. Realizzazione di nuovi materiali informativi

Il progetto prevede la creazione di brochure, mappe e guide tematiche in italiano, inglese e tedesco, accessibili e diffusi nei punti di informazione turistica dei comuni limitrofi, nelle strutture ricettive e negli esercizi aderenti alla rete IAT Diffuso. I materiali valorizzeranno attrazioni storico-artistiche, percorsi cicloturistici e esperienze legate a natura, gastronomia e cultura locale. L'iniziativa introduce strumenti digitali come collegamenti tramite QR code e promuove la collaborazione in rete tra operatori e istituzioni, in un'ottica di promozione turistica integrata e condivisa.

3. Promozione turistica su media specializzati

Nel corso del 2026 si intende rafforzare la presenza di Carpi e del territorio circostante su riviste, portali e canali social dedicati al turismo e alla cultura, al fine di ampliare la visibilità e l'attrattività della destinazione.

A supporto della promozione digitale, sarà inoltre avviata la creazione di virtual tour dedicati ai principali luoghi di interesse storico-artistico e museale, con l'obiettivo di offrire esperienze immersive e interattive capaci di coinvolgere un pubblico ampio e diversificato, stimolando la visita in presenza e favorendo un turismo accessibile e innovativo.

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

Attività di formazione finalizzate a potenziare la conoscenza del patrimonio culturale, storico ed enogastronomico del territorio, anche sulla base della nuova brochure turistica della città e dei suoi percorsi.

Percorso 1 – Memoria e Storia: visita al Museo Monumento al Deportato e alle Sinagoghe di Carpi (2 ore).

Percorso 3 – Luoghi di Culto: visita a San Nicolò, alla Sagra e alla Torre dell'Orologio (3 ore). Percorso 4 – Palazzo dei Pio: visita guidata al complesso museale (2 ore).

Percorso 5 – Enogastronomia: visita all'Acetaia Comunale, al Caseificio San Giorgio e alla Cantina di Santa Croce (3 ore).

Visite di approfondimento del territorio circostante: Campogalliano (2 ore) e Modena (3 ore). Obiettivo generale: aggiornare e qualificare gli operatori attraverso esperienze dirette di conoscenza e valorizzazione del territorio.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Elementi di integrazione nel sistema informativo turistico ERT/SITur regionale tramite la Redazione locale di riferimento

L'iniziativa prevede l'integrazione dei nuovi materiali informativi e dei contenuti digitali nel sistema informativo turistico regionale ERT/SITur, in coordinamento con la Redazione locale di Modena, che opererà come nodo di raccordo per l'aggiornamento dei contenuti e la condivisione di buone pratiche di comunicazione e promozione digitale. In questo modo si garantirà una piena e coerente integrazione del territorio di Carpi all'interno del sistema informativo turistico regionale, favorendo una diffusione capillare e coordinata delle informazioni.

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

Il progetto si basa su un modello di lavoro partecipativo e cooperativo tra gli operatori della rete IAT Diffuso e l'Ufficio Turismo. La collaborazione sarà garantita attraverso un aggiornamento costante e condiviso delle informazioni – eventi, orari di apertura dei monumenti, nuove strutture ricettive e dati relativi alle richieste turistiche – mediante una cartella Drive dedicata, che favorirà l'allineamento e la tempestività nella comunicazione.

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

- accessibilità Il progetto pone attenzione all'accessibilità dei contenuti e dei servizi informativi, attraverso la produzione di materiali multilingue, la redazione di testi chiari e inclusivi, l'uso di caratteri e grafica ad alta leggibilità e l'integrazione di QR code per facilitare l'accesso digitale ai contenuti anche da parte di persone con disabilità. Saranno inoltre valorizzate esperienze e itinerari accessibili a tutti, in coerenza con gli obiettivi di turismo inclusivo promossi a livello regionale;

- sostenibilità La sostenibilità sarà perseguita mediante la progettazione di materiali informativi in formato digitale e la stampa su supporti ecologici, riducendo l'impatto ambientale. I contenuti promuoveranno esperienze slow, percorsi cicloturistici e attività all'aria aperta, incoraggiando una fruizione consapevole e rispettosa dell'ambiente

- innovazione L'innovazione si concretizza nell'introduzione di strumenti digitali – QR code, mappe interattive, contenuti web – che ampliano l'accessibilità e l'interazione con l'utente. Il progetto prevede inoltre un potenziamento organizzativo della rete IAT Diffuso attraverso la condivisione di piattaforme di gestione dei dati, formazione del personale e aggiornamento delle competenze digitali, in linea con l'evoluzione del mercato turistico e le strategie regionali di promozione integrata.

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

Il progetto prevede la condivisione di servizi e informazioni turistiche con le DMO territoriali, attraverso una collaborazione strutturata con laDMO, che svolgerà anche un ruolo di supporto operativo alla formazione degli operatori aderenti allo IAT Diffuso e alla promozione dell'offerta turistica.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 20.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 20.000,00

PUNTEGGIO: 57

FASCIA DI VALUTAZIONE: BASSA

2) COMUNE DI MARANELLO STTI - IAT DIFFUSO

P.G. n. 38774 del 10/11/2025

Estremi riconoscimento ufficio: determina n. 1280 del 30/07/2024, determina n. 2141 del 27/11/2024, determina n. 136 del 24/01/2025, determina n. 593 del 22/03/2025, determina n. 2543 del 13/11/2025.

SEDI

- Agriturismo azienda agricola Ferrari M. Rita, Via S. Antonio 2, 41053 Maranello (MO);
- Mercanti di Sapori, Via Teano 14, 41053 Maranello (MO);
- Fotodigital, Via Statale 31, 41042 Fiorano Modenese (MO);
- Hotel Alexander, via Resistenza 46, 41042 Fiorano Modenese (MO);
- Casa Rossa Di Ferrari Walter, Via Cava 16, 41043 Formigine (MO);
- B&B Cà Dal Frol, Via Stradella 12, 41043 Formigine (MO);
- Modena Golf & Country Club A.s.d., via Castelnuovo Rangone 4, 41043 Formigine (MO);
- R&B IL MELOGRANO, Via Ghiarola 59, 41043 Formigine (MO);
- Il profumo dei Tigli B&B, Via Vaccari 26, 41043 Formigine (MO);
- Hotel La Fenice, Via Caduti sul Lavoro 12, 41043 Formigine (MO);
- Villa Magnolia Via Adolfo Venturi, 9, 41043 41043 Formigine MO (MO);
- Polisportiva Monchio ASD APS, Via Panoramica 151\E, 41046 Palagano (MO);
- Locanda Cialamina Sas Di Forti Enrica, Palazzo Pierotti 38, 41046 Palagano (MO);
- Nuova Proloco Prignano S/S APS, Via Allegretti 166, 41048 Prignano sulla Secchia (MO);
- Al Ciocco s.n.c., via Palloncino 2, 41045 Montefiorino (MO);
- Edicola del Centro di Paoletti Elisa, Via Vittorio Veneto 25/A, 41042 Fiorano Modenese (MO);
- Santuario B.V. del Castello, via Giovanni Paolo II, 4, 41042 Fiorano Modenese (MO);
- Camper Club Fiorano Modenese, via Cameazzo 6, 41042 Fiorano Modenese (MO);
- Acetaia Leonardi, via Mazzacavallo 62, 41043 Formigine (MO);
- Az. Agrituristica Sant'Antonio di Giusti Maria Elinda, via sant'Antonio 49, 41043 Formigine (MO);
- Azienda Agricola Rossi Barattini, via Giardini Sud n.170, 41043 Formigine (MO);
- Hotel Corte degli Estensi, Via Vandelli 7, 41043 Formigine (MO);
- Ristorante del Rio srl, via Bassa Paolucci 55, 41043 Formigine (MO);
- Valeri di Giacobazzi Valerio, Via Eugenio Curiel 9, 41043 Magreta di Formigine, Formigine (MO);
- CM Italia srl, Via San Pietro 22, 41043 Formigine (MO);
- C.I.T.E.S. S.p.A. - Best Western Plus Hotel Modena Resort, Via Giardini Nord 438, 41043 Formigine (MO);
- Villa Campestre, Via Viazza di Sopra 6, 41043 Formigine (MO);
- A.VDL società agricola, s.s. via Fogliano 165, 41053 Maranello (MO);
- Salumificio F.lli Guerzoni, Via Fondo Valtiepido 12, 41053 Maranello (MO);
- Az. Agricola Casone di Sotto, via Prazocco 4, 41053 Maranello (MO);
- Bersana Azienda Agricola di Riccardo Iaccheri, Via Fogliano 161, 41053 Maranello (MO);
- Race Art 27 Maranello Srl, Via Dino Ferrari 61, 41053 Maranello (MO);
- La Bibulca, via Provinciale per Frassinoro 115, 41045 Montefiorino (MO);
- Warm Up di Ravazzini Carlo, Via Dino Ferrari 41, 41053 Maranello (MO);
- Pushstart Srl, Via Dino Ferrari 41, 41053 Maranello (MO);
- Planet srl, Via Giovanni Verga 22, 41053 Maranello (MO);

- Maranello Ristoranti - Carisma Pizzeria Ristorante, Piazza Libertà 43, 41053 Maranello (MO);
- Domus, Piazza Libertà 38, 41053 Maranello (MO);
- Genco srl DRAKE, Via Nazionale 60, 41053 Maranello (MO);
- Dlp Srl Terminal, Caffè T3, via Grizzaga 53, 41053 Maranello (MO);
- Villa Nuvola Suites, Via Vittorio Alfieri 3, 41042 Fiorano Modenese (MO);
- La Corte dei Cerri, Via Spervara di Sotto 41044, 41044 Frassinoro (MO);
- La Tana della Lavanda, Via della tana 10, 41045 Montefiorino (MO);
- Kika, Via Claudia 212, 41053 Maranello (MO) (fino al 31/12/2025).

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

Il 2026 si connota come anno di consolidamento dell'attuale compagine di aderenti alla rete di IAT Diffuso, che comprende attualmente 33 esercizi (2024-2025) distribuiti sul territorio intercomunale.

L'obiettivo primario è trasformare ogni esercizio della rete in un vero e proprio "Hot Spot" di accoglienza digitale e fisica, migliorando la qualità del servizio erogato in linea con la visione del Territorio Turistico Bologna-Modena.

Le azioni specifiche per il 2026 mireranno a:

- Rafforzamento della Rete: Superare la semplice informazione attraverso la collaborazione fra i punti IAT Diffuso, aumentando la consapevolezza dell'unicità del territorio e rafforzando la diffusione di opinioni positive dei visitatori riguardo alla loro complessiva esperienza.
- Conoscenza Diretta: Tutte le attività saranno accompagnate dall'acquisizione di ulteriori conoscenze dirette del territorio, attraverso visite guidate e in autonomia alle emergenze turistiche, al patrimonio enogastronomico e ai principali POI (Punti di Interesse).
- Innovazione e Dati: Il consolidamento dell'offerta sarà sostenuto dall'integrazione di strumenti tecnologici avanzati, quali i dispositivi BEACON installati in prossimità dei POI e delle attività della rete. Questi permetteranno ai gestori IAT Diffuso di fornire informazioni *just-in-time* e contribuiranno alla raccolta di dati di prossimità per le strategie di *product development* della DMO.
- Sostenibilità: Potenziamento della promozione dei prodotti di Turismo Slow (Ciclovia del Mito, Cammini, Bike Stations) sfruttando la capillarità del servizio IAT Diffuso come vettore di sostenibilità e turismo responsabile.

Il progetto si propone di raggiungere i suddetti obiettivi attraverso un programma di laboratori tra gli IAT diffusi, attraverso appositi facilitatori per sostenere la consapevolezza e l'importanza del loro ruolo nell'ambito dell'informazione e accoglienza turistica

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

Il programma di formazione e aggiornamento continuo per gli addetti del circuito IAT Diffuso nel 2026 si concentra sulla specializzazione del personale e sul consolidamento organizzativo della rete, in coerenza con gli standard di qualità definiti dalla DMO e gli obiettivi di Inclusività e Sostenibilità delle Linee Guida.

Il percorso si svilupperà su tre assi:

Consolidamento della Rete:

- Ripresa Formativa: Si riprenderanno e approfondiranno i temi tipici dell'informazione turistica locale e le normative di riferimento.
- Iniziative di Gruppo: Verranno organizzate almeno quattro iniziative di gruppo per un totale di 12 ore, mirate a consolidare la rete. Queste includeranno visite guidate ai principali POI (Punti di Interesse) e l'avvio di un'iniziativa di studio collaborativo tra gli operatori per agire in modo coordinato tra loro e con lo IAT R. Queste occasioni di apprendimento e confronto cooperativo permetteranno agli aderenti di acquisire la consapevolezza del proprio ruolo come IAT diffuso, di contribuire e di accedere a una base di conoscenza aggiornata sulle specificità del territorio, rafforzando la consapevolezza dell'unicità dell'offerta.

Turismo Inclusivo e Accessibilità:

- Focus specifico sull'informazione e accoglienza dei turisti diversamente abili.
- Gli addetti saranno formati per raccogliere, organizzare e diffondere attivamente le informazioni sui servizi specifici offerti dal territorio (strutture attente ai bisogni, accessibilità degli itinerari).

Sostenibilità e Innovazione:

- Formazione sui temi della Sostenibilità per promuovere attivamente i prodotti di Turismo Responsabile (es. Cicloturismo e Cammini).

- Aggiornamento sull'utilizzo delle nuove tecnologie: gestione dei contenuti dinamici veicolati dai dispositivi BEACON e interazione con le piattaforme digitali regionali per garantire informazioni aggiornate e coerenti.
- Mappatura delle peculiarità e delle caratteristiche di qualità dei servizi e dell'offerta turistica locale. Realizzazione di uno strumento operativo a disposizione della rete di IAT Diffusi per orientare in modo consapevole le azioni di promozione, comunicazione e sviluppo dei prodotti turistici su tutto il territorio del STTI.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Elementi di integrazione nel sistema informativo turistico ERT/SITur regionale tramite la Redazione locale di riferimento

Il circuito IAT Diffuso rappresenta la capillare estensione dell'IAT-R e funge da *front-end* privilegiato per la raccolta di informazioni di prima mano, in linea con l'obiettivo del SITur 4.0 di creare un ecosistema digitale basato sull'interoperabilità dei dati.

- Flusso Informativo Bidirezionale: Il Sistema Turistico, attraverso lo IAT-R e i suoi addetti, si impegna a collaborare con la Redazione Locale del Comune di Modena (DGR 1629/2019). L'obiettivo primario è assicurare che l'IAT Diffuso supporti l'IAT-R nell'inserimento di contenuti aggiornati relativi alle sezioni eventi, itinerari e località nel SITur, alimentando così i siti della DT di riferimento e il portale ERT.
- Raccolta Dati in Tempo Reale: L'implementazione dei dispositivi BEACON in prossimità dei POI e delle attività aderenti consente di raccogliere dati di interazione dei visitatori (*heat map*) che, una volta anonimizzati, possono essere messi a disposizione della Redazione Locale e della DMO.

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

Il Sistema Turistico Territoriale Intercomunale rafforza in modo sistematico la collaborazione con la DMO (Territorio Turistico Bologna-Modena) per la promo-commercializzazione dei prodotti territoriali.

- Sviluppo Commerciale: Supporto diretto alla DMO per la creazione di pacchetti turistici mirati sui segmenti ad alta capacità di spesa (MICE, Turismo Industriale e HNWI), integrando le experiences tematiche locali ("fast cars, slow life") nel portfolio di vendita del Consorzio.
- Tecnologia e Mercati: Supporto alle attività di tour operating di Modena Tour verso i mercati internazionali (USA, Canada, UAE, Asia). Il Sistema Turistico fornirà kit digitali e accesso facilitato agli asset territoriali, utilizzando i dati geolocalizzati dai dispositivi BEACON per arricchire l'offerta commerciale con informazioni in tempo reale.
- Qualità e Standard: proposta di collaborazione con la DMO per la condivisione dei feedback di mercato (intelligence) raccolti per calibrare i servizi di accoglienza e informazione. Si promuoverà la partecipazione congiunta a iniziative di formazione (Sostenibilità e Inclusività) per garantire che gli standard di accoglienza siano uniformi e coerenti con la qualità definita dalla DMO.

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

accessibilità

Turismo Inclusivo: Gli addetti della rete IAT Diffuso saranno formati per l'accoglienza dei turisti diversamente abili. Questo assicurerà che le informazioni sui servizi e le strutture accessibili (collezionate e gestite dall'IAT-R) siano diffuse capillarmente al turista.

– sostenibilità

Digitalizzazione e Mobilità Dolce: Si darà priorità assoluta alla diffusione di prodotti informativi in formato elettronico, riducendo il materiale cartaceo. Verrà potenziata la promozione delle BIKE STATION e dei servizi correlati per incentivare la mobilità sostenibile (cicloturismo e cammini).

– innovazione

Tecnologia di Prossimità: completamento del progetto Beacon presso i POI, i cammini e le attività dello IAT Diffuso. Questa tecnologia erogherà contenuti geolocalizzati in tempo reale sugli smartphone dei visitatori, integrando l'informazione *in situ*.

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

Nel 2026 si consolida il ruolo del Sistema Turistico Territoriale Intercomunale nel sostenere le strategie della DMO (Territorio Turistico Bologna-Modena). La rete IAT Diffuso è fondamentale per garantire che l'offerta territoriale sia allineata e commercialmente efficace.

L'obiettivo è rafforzare in modo sistematico la promo-commercializzazione attraverso:

- Sviluppo Commerciale: Il Sistema Turistico verificherà le modalità di collaborazione con la DMO per la creazione di pacchetti turistici mirati sui segmenti ad alta capacità di spesa (MICE, Turismo Industriale e HNWI). L'offerta integra le *experiences* locali ("fast cars, slow life") nel *portfolio* di vendita del Consorzio, in linea con la strategia regionale di segmentazione.
- Tecnologia per l'Export: Supporto alle attività di *tour operating* della DMO verso i mercati internazionali (USA, Canada, UAE, Asia). La rete IAT Diffuso funge da punto di raccolta dati e di diffusione. Il Sistema Turistico fornirà *kit* digitali e accesso facilitato agli *asset* territoriali, sfruttando anche i dati geolocalizzati dai 200 dispositivi BEACON per arricchire l'offerta commerciale con informazioni in tempo reale e di prossimità.
- Qualità e Formazione: Il Sistema promuove la condivisione dei *feedback* di mercato (intelligence) in accordo con la DMO. Inoltre, attraverso la formazione congiunta del personale (sui temi di Sostenibilità e Inclusività), si garantisce che gli standard di accoglienza della rete IAT Diffuso siano uniformi e coerenti con la qualità definita dalla DMO.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 19.800,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 19.800,00

PUNTEGGIO: 80

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

3) COMUNE DI CAMPOGALLIANO - IAT DIFFUSO

P.G. n. 38386 del 07/11/2025
integrazione P.G. n. 40537 del 24/11/2025

SEDI

- Museo della bilancia, via Garibaldi 34/A, 41011 Campogalliano (MO);
- Casa Berselli - Circolo Al Parco A. Goldoni APS, via Albone 14, 41011 Campogalliano (MO);
- Best Western Modena District, via del Passatore, 41011 Campogalliano (MO).

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

Lo IAT DIFFUSO di Campogalliano è stato riconosciuto formalmente dalla Provincia di Modena con determinazione n. 1432 del 03/07/2025 ed è costituito da 3 sedi operative presso il Museo della Bilancia che si trova in centro, presso Casa Berselli che si trova nell'area dei Laghi Curiel e presso l'Hotel Modena District che si trova nella zona della Dogana. Grazie alla dislocazione delle sedi lo IAT copre tutte le aree del paese a valenza turistica, in quanto il Museo accoglie ogni anno oltre 7.000 visitatori provenienti da tutta Italia, a Campogalliano nei mesi gennaio-agosto 2025 si sono registrati oltre 40.000 pernottamenti che si concentrano in larga parte presso l'Hotel Modena District e, infine, i Laghi Curiel sono un punto di riferimento per sport e natura, con oltre 20 associazioni attive (subacquea, nuoto, pesca sportiva, podismo, canoa, barca a vela, nordic walking, equitazione, caccia alla volpe, etc...) e hanno una forte valenza naturalistica grazie alla presenza della Riserva Naturale Casse di espansione del fiume Secchia e per tali motivi si calcola che nell'area ogni anno vi sia un afflusso di oltre 100.000 presenze di persone che usufruiscono dei vari servizi offerti.

Nel corso dell'anno 2026 l'obiettivo dell'amministrazione è pertanto quello di migliorare il neonato servizio, attraverso la formazione dei suoi operatori (che inizierà già da novembre 2025) e la promozione del territorio, mediante l'acquisto di espositori, la stampa di materiale informativo e l'implementazione dei siti internet degli esercizi facenti parte dello IAT DIFFUSO, al fine di aumentare ancora di più i flussi di accesso di turisti e visitatori.

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

Gli operatori degli esercizi dello IAT DIFFUSO di Campogalliano parteciperanno al corso organizzato dal Comune di Carpi, la cui prima parte si terrà a novembre con un incontro in presenza per conoscere il territorio mediante una visita guidata nel cuore del centro storico, tra i luoghi più significativi della città, e due incontri da remoto. Gli incontri da remoto si svolgeranno per approfondire strumenti e canali d'informazione turistica, imparare come registrare e gestire le richieste dei visitatori, dove reperire informazioni aggiornate su eventi, mostre e iniziative e l'utilizzo delle principali piattaforme informative, imparare quali sono gli strumenti per l'accoglienza e la gestione delle situazioni critiche, come fornire indicazioni efficaci e come applicare strategie di comunicazione in situazioni difficili o di emergenza e infine per condividere buone pratiche e casi reali. All'inizio del 2026 il corso si concluderà con nuove visite guidate in presenza di cui una a Campogalliano e una a Modena, per offrire una visione più completa del territorio. Tale corso sarà gestito da Modenatur, che attualmente è il gestore dello IAT di Modena e DMO della destinazione Turistica Bologna-Modena per il territorio di Modena.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Elementi di integrazione nel sistema informativo turistico ERT/SITur regionale tramite la Redazione locale di riferimento

Lo IAT Diffuso di Campogalliano, operando all'interno del sistema turistico regionale dell'Emilia-Romagna (ERT/SITur), svolge un ruolo cruciale nell'integrazione e nell'arricchimento del database informativo gestito dalla Redazione Locale dell'HUB di riferimento che è lo IAT di Modena.

Il ruolo primario dello IAT Diffuso è quello di fungere da "sensore" del territorio, raccogliendo informazioni aggiornate e "locali" che altrimenti sfuggirebbero al sistema centrale, inserendo tempestivamente eventi, sagre, mostre e iniziative che si svolgono a Campogalliano e nell'area dei Laghi Curiel, tramite la Redazione Locale, nelle sezioni "Eventi" di Emilia Romagna Turismo, garantendo che le manifestazioni locali siano visibili a livello regionale e nazionale. Allo stesso tempo lo IAT Diffuso di Campogalliano deve connotarsi anche come prolungamento fisico e informativo del SITur, traducendo i dati regionali in accoglienza pratica e veicolando l'informazione locale e le statistiche degli accessi alla piattaforma centrale.

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

L'obiettivo dello IAT è quello di instaurare una proficua collaborazione con l'HUB modenese attraverso le seguenti azioni:

- fornire informazioni accurate e aggiornate su orari, accessibilità, contatti e servizi di attrazione specifici di Campogalliano (es. Museo della Bilancia, Parco Laghi Curiel, sentieri naturalistici), al fine di migliorare la qualità e l'affidabilità dei dati su mappe, itinerari e schede descrittive del SITur;
- segnalare alla Redazione Locale nuove strutture ricettive, esercizi commerciali e servizi turistici che aprono o aggiornano la propria offerta, garantendone la corretta mappatura, per mantenere il database SITur sulla ricettività e sui servizi (ristorazione, artigianato) costantemente allineato alla realtà economica locale;
- monitorare in maniera continua e sistematica, su base giornaliera, i flussi di accesso ai singoli punti, rilevando i dati minimi richiesti: tipologia di accesso (turista/operatore), lingua di contatto e ambito territoriale d'interesse (locale/regionale/altro), per fornire all'Osservatorio Regionale sul Turismo dati granulari che permettono di comprendere meglio l'efficacia del servizio di accoglienza e le tendenze del turismo di prossimità;
- documentare le richieste informative più frequenti o le lacune riscontrate dai visitatori, poiché il feedback qualitativo è fondamentale per la Redazione Locale per orientare la creazione di nuovi contenuti digitali o materiali promozionali;
- sviluppare un linguaggio condiviso e far sì che gli operatori dello IAT diffuso forniscano informazioni uniformi e allineate con la strategia regionale, mediante l'affidamento del servizio d'informazione del Comune di Carpi a Modenatur, che è gestore dello IAT di Modena e Destination Management Organization della destinazione turistica di Modena;
- utilizzare un collegamento internet e, ove possibile, la consultazione di piattaforme digitali fornite dalla Regione o dall'Hub per rispondere alle richieste dei turisti, per trasformare gli esercizi in hotspot informativi dinamici e in tempo reale;
- condividere con l'Hub le strategie promozionali del Programma Turistico di Promozione Locale (PTPL), co-progettando itinerari tematici intercomunali o pacchetti esperienziali condivisi.

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

- **Accessibilità:** Il museo della Bilancia non ha barriere architettoniche ed è dotato di ascensore per accedere agevolmente al primo piano. Nel parcheggio antistante all'ingresso sono presenti posti riservati a persone con disabilità. Per le persone con disabilità e per i loro accompagnatori l'ingresso è omaggio e tutti i percorsi di visita guidata possono essere adattati a differenti livelli di età, capacità ed esigenze. Il Museo propone anche percorsi per le scuole adatti per essere fruiti da persone con disabilità uditiva o visiva. Per quanto riguarda i Laghi Curiel, vi sono molti percorsi e attività sportive accessibili anche ai disabili, in particolare la Mutina Canottieri propone da anni il progetto Happy Kayak rivolto a ragazzi con disabilità e ha realizzato negli ultimi anni nuovi camminamenti per l'accesso ai pontili, appositamente progettati per garantire l'accessibilità alle persone disabili.

Il progetto vorrebbe implementare l'accessibilità della proposta turistica di Campogalliano mediante la stampa di materiale informativo semplificato (Easy-to-Read) per visitatori con disabilità cognitive o per l'informazione di base per turisti stranieri che richiedono una comunicazione essenziale.

Tutti gli operatori dello IAT inoltre saranno formati per indicare ai visitatori con mobilità ridotta i punti di accesso, i parcheggi riservati e i servizi igienici conformi.

- **Sostenibilità:** Il progetto punta alla promozione della mobilità sostenibile e della sensibilizzazione ambientale, mediante la proposta di itinerari a piedi o in bicicletta per raggiungere i Laghi Curiel, la diffusione di depliant che codifichino le "regole" da adottare all'interno dell'area e la creazione di una sorta di vetrina nei punti IAT per le aziende enogastronomiche locali per favorire i prodotti agricoli a KM 0.

CETS PARCHI EMILIACENTRALE(CARTA EUROPEA TURISMO SOSTENIBILE): poiché Campogalliano fa parte della Comunità della Riserva naturale orientata "Cassa di Espansione del Fiume Secchia", attraverso le sedi del proprio IAT diffuso, in particolare quella di Casa Berselli, si intende promuovere la strategia di Promozione della CETS con l'obiettivo di comunicare gli elementi identitari che rendono attrattivo il territorio verso il mercato turistico italiano ed estero, fornendo le informazioni di base sull'offerta del Progetto CETS e la distribuzione di materiale informativo. Tale azione sarà ampliata nel 2026 quando si stima che verrà riaperta l'area della Riserva, temporaneamente chiusa per i lavori di adeguamento e messa in sicurezza della cassa di laminazione del fiume Secchia, effettuati da AIPO.

- **innovazione:** Il museo della Bilancia sta attuando un progetto di digitalizzazione del suo patrimonio che nel 2026 si concluderà con la creazione di postazioni multimediali per la fruizione del materiale. L'innovazione del servizio risiede pertanto nella trasformazione dello IAT Diffuso da semplice "punto informativo" a "piattaforma di esperienza integrata", che utilizza la tecnologia per rendere l'offerta del Museo della Bilancia più accessibile e pronta a rispondere alle esigenze di un mercato turistico in continua evoluzione.

Per quanto riguarda l'area Laghi l'obiettivo è quello di creare una piattaforma integrata di prenotazione e fruizione delle attività, mediante la creazione di un portale/web-app mobile che integri le attività offerte (canoë, pesca sportiva, windsurf, nordic walking, etc) con calendario, prenotazione e pagamento digitale.

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

Le attività che si intendono implementare per rafforzare la condivisione di servizi e informazioni con le DMO sono le seguenti:

- raccolta strutturata e invio di dati sui flussi turistici (provenienza, interessi, richieste specifiche) e sui feedback dei visitatori, essenziale per la DMO nell'analisi delle performance e nella pianificazione strategica

- esposizione negli esercizi di materiale promozionale digitale e cartaceo, comunicati stampa e aggiornamenti strategici sulle campagne di marketing e promo-commercializzazione.

- partecipazione degli operatori dello IAT DIFFUSO ai corsi di formazione e aggiornamento erogati o coordinati dalla DMO, per garantire un livello di informazione e accoglienza uniforme e di alta qualità su tutto il territorio e per la creazione di linee guida e protocolli operativi comuni per la gestione delle richieste, lo standard di accoglienza e il branding, per assicurare la coerenza del messaggio veicolato al turista.

- fungere da canali per la vendita di servizi o prodotti turistici gestiti dalla DMO, come city card, biglietti per eventi o escursioni/pacchetti, mediante la predisposizione di espositori dedicati con materiale promozionale (brochure, mappe) del territorio sovra comunale, per diffusione capillare degli eventi e delle iniziative promosse o co-promosse dalla DMO.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 10.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 10.000,00

PUNTEGGIO: 58

FASCIA DI VALUTAZIONE: BASSA

4) COMUNE DI NONANTOLA - IAT DIFFUSO

P.G. n. 38799 dell'11/11/2025

SEDI

- Pro Loco Nonantola APS, Via Roma 10/A, 41015 Nonantola (MO);
- Sorsi e Morsi, Via Roma 26-28, 41015, Nonantola (MO);
- eGOeBIKE, Via Marconi 28, 41015 Nonantola (MO);
- La Smorfia, Via Roma 48/50/52/54, 41015 Nonantola (MO);
- Museo di Nonantola Via del Macello, 41015 Nonantola (MO).

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

Dopo il primo anno di attività dello IAT Diffuso di Nonantola, è emersa la necessità di rafforzarne l'identità visiva e comunicativa, disseminando l'immagine coordinata dello IAT in modo da renderla riconoscibile e coerente con il sistema degli hub turistici di Modena e della Destinazione Turistica Modena. Il territorio nonantolano costituisce un nodo strategico del sistema turistico modenese per la varietà e la qualità delle sue risorse culturali, naturali e paesaggistiche: l'Abbazia di Nonantola è al centro di numerosi itinerari legati al Medioevo e al Romanico e il Museo di Nonantola, collocato in una torre trecentesca, è inserito nel circuito dei Castelli dell'Emilia-Romagna. Nonantola è sia un punto di partenza che una tappa importante di famosi cammini che si distinguono a livello regionale e europeo come itinerari per lo slow-tourism quali la Via Romea Nonantolana e la Romea Strata. La rete ciclabile è in continuo sviluppo poiché è una deviazione della Ciclovia del Sole e inoltre, quando sarà completato il collegamento Nonantola–Modena, il capoluogo sarà integrato nei principali percorsi cicloturistici provinciali; itinerari storico-naturalistici decisamente rilevanti attraversano la Partecipanza Agraria, antica proprietà collettiva di origine medievale con un'importante area naturalistica riconosciuta a livello comunitario; non mancano infine le esperienze enogastronomiche che includono la visita alle acetaie locali (acetaia didattica della Partecipanza). Questa ricchezza di risorse richiede un rafforzamento dell'immagine coordinata e della comunicazione turistica in linea con i principi di sostenibilità, innovazione, accessibilità e collaborazione territoriale.

Obiettivi del progetto

1. Rafforzare l'identità visiva e comunicativa dello IAT Diffuso Nonantola, rendendolo riconoscibile e coerente con la rete degli hub turistici di Modena e la Destinazione Turistica Modena.
2. Promuovere un turismo accessibile e sostenibile, valorizzando la mobilità lenta (cicloturismo e cammini) e garantendo accessibilità fisica e digitale alle informazioni.
3. Favorire la collaborazione e la connessione con l'hub turistico di Modena, attraverso la condivisione di materiali, itinerari e strategie di comunicazione coordinata.

Azioni previste

- Disseminazione dell'immagine coordinata dello IAT Diffuso Nonantola, integrata con il sistema di identità visiva della Destinazione Turistica Modena.
- Revisione e ristampa dei materiali informativi e promozionali, comprendenti: mappe turistiche del centro storico; realizzazione di materiali di riconoscimento del brand (banner, roll-up, porta dépliant), sviluppo di una campagna di comunicazione per promuovere itinerari e servizi dello IAT.
- Distribuzione e condivisione dei materiali promozionali presso l'Hub turistico di Modena, per garantire la visibilità reciproca e il coordinamento promozionale.
- Collaborazione continua con la DMO per la condivisione di informazioni, materiali e attività relative alle linee di prodotto: Castelli e itinerari medievali, itinerari romanici, cammini storici e ciclovie, itinerari naturalistici ed enogastronomici.

Risultati attesi:

- Creazione di un'identità coordinata e riconoscibile dello IAT Diffuso Nonantola, in linea con la rete degli hub turistici di Modena.
- Maggiore integrazione territoriale e sinergia promozionale con gli altri punti informativi della destinazione turistica.

- Incremento dell'accessibilità informativa per cittadini e visitatori, grazie a materiali chiari e strumenti turistici aggiornati.
- Promozione di un turismo sostenibile, basato su mobilità dolce, valorizzazione del patrimonio naturale e culturale e utilizzo di materiali ecocompatibili.

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

Il progetto vuole potenziare le competenze del personale addetto all'informazione e all'accoglienza turistica nel territorio di Nonantola, favorendo un servizio sempre più accessibile, sostenibile e integrato con la rete degli hub turistici e con l'evoluzione del mercato turistico.

I destinatari del corso di formazione che coordinerà il Comune di Nonantola saranno:

- Gli addetti allo IAT Diffuso di Nonantola e alle postazioni d'informazione turistica collegate.
- Se interessato, il personale degli hub turistici della provincia di Modena e collaboratori esterni (volontari, stagisti) coinvolti nei servizi di accoglienza/informazione.
- Se interessati, i collaboratori degli uffici informazione/accoglienza che operano negli itinerari tematici (cammini, ciclovie, heritage, enogastronomia) del territorio.

Il programma di 10 ore di aggiornamento previste per gli IAT diffusi da svolgere nel 2026 sarà suddiviso in 4 moduli:

- Modulo 1: Fondamenti di informazione e accoglienza turistica – relazioni con il pubblico, accoglienza inclusiva, funzionamento dell'IAT, strumenti di informazione, report annuale sulle criticità o elementi da potenziare.
- Modulo 2: Conoscenza del territorio e dei prodotti turistici locali – itinerari medievali/romanici, cammini, ciclovie, enogastronomia, area naturalistica della Partecipanza Agraria: aggiornamenti e novità sugli itinerari.
- Modulo 3: Accessibilità e turismo inclusivo – comunicazione accessibile, multisensorialità, accoglienza persone con disabilità.
- Modulo 4: Sostenibilità ambientale e mobilità dolce – principi del turismo responsabile, mobilità ciclistica/pedonale, materiali ecocompatibili, riduzione impatto ambientale.

La Formazione avverrà in presenza (aula) con eventuali visite guidate sul territorio. A seguito del corso di formazione per gli IAT diffusi di 10 ore annue si prevede:

- Una migliore qualità del servizio di informazione e accoglienza turistica: personale più preparato, competente e aggiornato.
- Un aumento della fruibilità dei servizi da parte di tutti i visitatori, inclusi quelli con disabilità o con esigenze specifiche.
- Il rafforzamento della collaborazione tra lo IAT Diffuso di Nonantola, gli hub turistici e la rete regionale, grazie a competenze comuni e procedure condivise.
- Un contributo concreto al turismo sostenibile: personale consapevole delle pratiche ecologiche e promotore attivo della mobilità dolce e dei percorsi del territorio.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Elementi di integrazione nel sistema informativo turistico ERT/SITur regionale tramite la Redazione locale di riferimento

Il progetto prevede un rafforzamento dell'integrazione dello IAT Diffuso di Nonantola nel Sistema Informativo Turistico Regionale (ERT/SITur), in stretta collaborazione con la Redazione locale di riferimento. Attraverso questa sinergia, sarà garantita una circolazione costante, aggiornata e coordinata delle informazioni turistiche relative a Nonantola e al suo territorio, in modo coerente con le linee guida regionali e con la strategia di comunicazione della Destinazione Turistica Modena.

Le azioni previste comprendono:

- Collaborazione con la Redazione locale ERT, per l'aggiornamento periodico dei dati e la condivisione di materiali multimediali (immagini, testi, mappe, itinerari digitali);
- Integrazione dei percorsi tematici (romанico, medioevo, castelli, cammini, itinerari ciclabili e naturalistici) nelle banche dati regionali per aumentarne la visibilità sulle piattaforme ERT;
- Monitoraggio dell'efficacia comunicativa tramite indicatori condivisi con la Redazione locale, al fine di migliorare continuamente la fruizione digitale delle informazioni turistiche.

L'integrazione nel sistema SITur consentirà di:

- potenziare la visibilità regionale e internazionale dello IAT diffuso Nonantola;
- assicurare una coerenza comunicativa con gli altri punti informativi dell'Emilia-Romagna;

- offrire ai visitatori un accesso unificato e aggiornato alle informazioni sul territorio;
- valorizzare il ruolo dello IAT Diffuso Nonantola come nodo informativo territoriale pienamente connesso alla rete regionale del turismo.

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

Il progetto promuove un modello di governance collaborativa tra lo IAT Diffuso Nonantola, l'HUB turistico di Modena e gli altri uffici territoriali, basato su:

- co-progettazione condivisa di strategie promozionali e materiali informativi;
- scambio costante di dati, informazioni ed eventi attraverso canali digitali e la Redazione locale ERT/SITur;
- armonizzazione dei linguaggi e dell'immagine coordinata a livello di Destinazione Turistica Modena;
- condivisione di buone pratiche e strumenti innovativi in materia di accessibilità, sostenibilità e comunicazione turistica.

Elementi qualificanti della collaborazione:

- trasparenza e continuità informativa tra tutti i nodi della rete turistica;
- coerenza territoriale e di brand;
- efficienza operativa grazie all'uso di strumenti digitali condivisi;
- approccio partecipativo e inclusivo che coinvolge enti, operatori e stakeholder locali;
- miglioramento continuo della qualità dei servizi di informazione e accoglienza.

Risultati attesi:

- potenziamento della rete informativa turistica territoriale;
- maggiore visibilità e riconoscibilità del territorio nonantolano;
- miglioramento della qualità dell'accoglienza e della comunicazione al pubblico;
- consolidamento di un modello di collaborazione stabile e replicabile.

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

Il progetto intende rafforzare la qualità e la fruibilità dei servizi di informazione e accoglienza turistica di Nonantola attraverso interventi mirati di innovazione organizzativa e tecnologica, finalizzati a garantire un'offerta coerente con l'evoluzione del mercato turistico e gli obiettivi regionali di turismo inclusivo e sostenibile.

a. Accessibilità

Lo IAT Diffuso di Nonantola adotta un approccio che mira a rendere l'esperienza turistica fruibile da tutti, indipendentemente da età, provenienza, abilità o competenze digitali.

Le azioni previste comprendono:

- aggiornamento dei contenuti con linguaggio chiaro, multilingue e accessibile;
- predisposizione di materiali informativi inclusivi presso i punti IAT;
- implementazione di percorsi accessibili legati agli itinerari del centro storico, dell'Abbazia e della Partecipanza Agraria;
- formazione del personale IAT sull'accoglienza inclusiva e la comunicazione accessibile.

b. Sostenibilità

Il progetto si fonda su principi di sostenibilità ambientale, sociale ed economica, in linea con gli obiettivi della Destinazione Turistica Modena e della Regione Emilia-Romagna:

- utilizzo di materiali ecocompatibili e riciclati per la produzione dei materiali promozionali;
- valorizzazione della mobilità dolce (cammini, ciclovie, percorsi naturalistici) come elemento distintivo dell'offerta turistica locale;
- sostegno a pratiche di turismo responsabile e partecipativo, che coinvolgano la comunità locale e gli operatori del territorio;
- promozione della Partecipanza Agraria e delle acetaie locali come modelli di sostenibilità ambientale e culturale.

c. Innovazione organizzativa e tecnologica

Il progetto introduce un modello organizzativo più efficiente e interconnesso con gli altri punti informativi provinciali e regionali, attraverso:

- l'integrazione nel Sistema Informativo Turistico Regionale (ERT/SITur) per l'aggiornamento dei contenuti e la diffusione coordinata delle informazioni;
- la digitalizzazione dei servizi di accoglienza (QR code geolocalizzati per itinerari e punti di interesse);
- l'introduzione di strumenti di monitoraggio e analisi dei dati turistici per orientare le strategie future e valutare l'impatto delle azioni intraprese.

d. Coerenza con l'evoluzione del mercato turistico

Le azioni proposte rispondono ai principali trend del turismo contemporaneo:

- crescente domanda di esperienze autentiche, lente e sostenibili;
- attenzione alla responsabilità ambientale e sociale;
- richiesta di informazioni accessibili e immediate, fruibili su diversi canali e dispositivi.

Attraverso queste innovazioni, lo IAT Diffuso di Nonantola si posiziona come punto di riferimento per l'informazione e l'accoglienza turistica di prossimità, capace di coniugare valori di inclusione, sostenibilità e innovazione in un sistema territoriale interconnesso e competitivo.

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

Il progetto mira a garantire una gestione integrata e coordinata dell'informazione turistica tra lo IAT Diffuso di Nonantola, l'HUB turistico di riferimento e la rete regionale delle DMO, in modo da rafforzare la promozione del territorio, ottimizzare i servizi ai visitatori e favorire lo scambio di dati e best practice.

Azioni principali

- Integrazione nel Sistema Informativo Turistico Regionale (ERT/SITur)
- Aggiornamento regolare di eventi, itinerari, attrazioni culturali, percorsi ciclo-pedonali e servizi enogastronomici.
- Scambio continuo di informazioni operative
- Condivisione di materiali promozionali, mappe, brochure e guide aggiornate.
- Aggiornamenti periodici sui flussi turistici e sulle attività locali.
- Coordinamento dei calendari eventi tra Nonantola e la DMO di Modena.
- Co-progettazione di prodotti turistici integrati
- Sviluppo congiunto di itinerari tematici (medioevo, romanico, castelli, cammini europei, ciclovie e itinerari eno-gastronomici).
- Definizione di pacchetti turistici e percorsi esperienziali coordinati tra territori.
- Proposte innovative per attrarre nuovi segmenti di mercato (famiglie, turismo accessibile, cicloturismo).
- Formazione e aggiornamento condivisi
- Partecipazione a workshop, webinar e sessioni formative organizzate dalle DMO.
- Monitoraggio e reportistica
- Condivisione di dati statistici e feedback dei visitatori con le DMO per migliorare i servizi e orientare le strategie di sviluppo territoriale.
- Redazione di report annuali condivisi sulle attività svolte, sui risultati raggiunti e sulle azioni correttive da adottare.

Risultati attesi

Maggiore coerenza e uniformità informativa tra IAT Diffuso di Nonantola, hub turistici e DMO regionale.

Incremento della visibilità dei servizi turistici locali e dei percorsi integrati con Modena e il territorio circostante.

Rafforzamento della rete territoriale, favorendo l'innovazione nei servizi e la promozione sostenibile e inclusiva del territorio.

Miglioramento della qualità dei servizi al turista, con informazioni aggiornate, accessibili e facilmente fruibili.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 3.800,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 3.800,00

PUNTEGGIO: 57

FASCIA DI VALUTAZIONE: BASSA

5) COMUNE DI MODENA - IAT DIGITALE

SEDE

Piazza Mazzini 45/A, 41121 Modena (MO)

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

Lo IAT Digitale del Comune di Modena è integrato con la welcome room e con il sistema di redazione locale e con la piattaforma visitmodena, rappresenta pertanto un terminale coordinato con il sistema di promozione, informazione e servizi turistici della città e del territorio.

È dotato di un autonomo collegamento adsl o wi-fi e collegato alla Redazione Locale del Sistema Informativo Turistico. I totem sono strutture resistenti all'urto, antivandalo ed antinvecchiamento, vetro antiriflesso, certificazione di risparmio energetico Pc interno con controllo da remoto accessibile in ottemperanza a quanto previsto dalla normativa vigente, consentita all'interno di una white list.

Sono disponibili a fianco dei totem dispositivi multi-usb, n. 4 per ricarica smartphone e tablet navigazione. Le informazioni turistiche sul patrimonio, le attività e i servizi turistici sono fornite in lingua italiana e inglese. Il servizio IAT digitale proposto risponde ai nuovi e mutati bisogni del turista, sempre più propenso all'utilizzo del digitale e permette di aumentare gli standard di innovazione tecnologica dei servizi di informazione e accoglienza turistica, migliorando l'esperienza del turista: Permette infatti di fornire informazioni in tempo reale.

Nel corso del 2026 verrà aggiornata e migliorata l'APP Modena UNESCO SITE che permette di esplorare le meraviglie dell'arte fra i luoghi e i monumenti Patrimonio Mondiale UNESCO. Un racconto ricco di immagini, panoramiche a 360°, testi di approfondimento e contenuti video permetteranno di ammirare le opere d'arte e conoscere i protagonisti che hanno contribuito a creare la storia della città di Modena. L'APP permetterà di spostarsi tra i luoghi usando le mappe, selezionando il percorso trovando le tappe di questo cammino: una narrazione multimediale che guiderà alla scoperta di piazza Grande, il Duomo, Torre Ghirlandina, Palazzo Comunale e i Musei del Duomo. Inoltre, si intende continuare ad arricchire il portale di contenuti redazionali, continuare nelle azioni volte al miglioramento dell'accessibilità e a renderlo pienamente interoperabile con emiliaromagnatourismo.it per la sezione eventi.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Elementi di integrazione nel sistema informativo turistico ERT/SITur regionale tramite la Redazione locale di riferimento

Il Comune di Modena è sede di redazione locale (Modena e pianura) all'interno della funzione IATR. La gestione dello IATR, della Redazione Locale è supportata da Modenatur (DMO), mentre la gestione dello IAT digitale è in collaborazione tra Archeosistemi (che gestisce la welcome room) e Modenatur. Il coordinamento e la responsabilità complessiva sono garantiti dall'unico responsabile degli appalti di gestione (Giovanni Bertugli) che già da anni ha sviluppato una piattaforma di collaborazione funzionale tra le imprese, anche attraverso l'utilizzo del sito visitmodena come supporto tecnologico alla gestione delle prenotazioni e alla promozione. Viene inoltre garantito in forma collaborativa e complementare un piano di redazione social condiviso.

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

Lo IAT digitale essendo collegato alla redazione locale di Modena e a visitmodena di fatto possiede le caratteristiche funzionali per svolgere attività di collaborazione, scambio di informazioni, coprogettazione in ambito sovracomunale.

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

- **accessibilità** Lo spazio è accessibile anche a personale con difficoltà motoria in quanto dotato di ascensore e privo di barriere architettoniche. Verranno potenziate le azioni volte al miglioramento dell'accessibilità del portale turistico.

- **sostenibilità** Sono presenti tre monitor per la divulgazione di spot pubblicitari audio e video e prenotazione on line.

- **innovazione** È possibile vivere una esperienza immersiva di visita alla città grazie ad un apposito video realizzato fruibile grazie alla strumentazione digitale altamente innovativa.

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

La DMO ha avuto e avrà l'utilizzo degli spazi digitali per la promozione dei servizi e delle attività di visita della città e del territorio anche grazie al sistema integrato di gestione coordinato dal Comune di Modena.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 30.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 30.000,00

PUNTEGGIO: 79

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

6) COMUNE DI MODENA - WELCOME ROOM

P.G. n. 38751 del 10/11/2025

SEDE

Piazza Mazzini 45/A, 41121 Modena (MO)

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

La Welcome Room situata sotto piazza Mazzini (ex Albergo Diurno) di libero accesso permette la consultazione di informazioni turistiche sia tramite 3 Monitor che trasmettono video promozionali di Modena e del territorio, che tramite materiale cartaceo promozionale ad uso dei turisti.

È provvista di arredi che consentono la consultazione dei materiali in maniera confortevole; inoltre sono presenti 4 postazioni multi-usb per ricarica smartphone e tablet e connettività wi-fi ad utilizzo gratuito.

È stato inoltre predisposto uno spazio specifico per il deposito bagagli da utilizzare in autonomia senza costi a carico del fruitore, comunque presidiato da 1 operatore, sempre presente negli orari apertura della welcome room, che offre anche informazione turistica e distribuzione materiale informativo, in coordinamento con lo IAT-R (come di seguito illustrato).

Gli spazi sono polifunzionali in quanto si prestano, tramite divisorii amovibili, all'utilizzo contemporanea di mostre, eventi, sala formazione, sala meeting, senza precluderne l'utilizzo al turista e al visitatore della città, anzi arricchendo l'esperienza di visita con contenuti culturali ed espositivi. Il turista può inoltre accedere ai servizi di prenotazione del portale www.visitmodena.it attraverso schermi touch migliorando anche l'accessibilità e la comodità di fruizione dei servizi digitali offerti.

A qualificare l'accoglienza del luogo la presenza di bagni pubblici completamente riqualificati, anche per disabili e spazio baby room.

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

Nel corso del 2026 verranno organizzate mostre e iniziative culturali finalizzate ad arricchire il percorso di visita della welcome room. L'esperienza acquisita negli ultimi anni ha infatti dimostrato che la programmazione di allestimenti espositivi e iniziative culturali non solo permettono di aumentare l'attrattività del luogo ma creano interesse esperienziale nei turisti ed escursionisti in visita alla città.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Elementi di integrazione nel sistema informativo turistico ERT/SITur regionale tramite la Redazione locale di riferimento

Il Comune di Modena è sede di redazione locale (Modena e pianura) all'interno della funzione IATR. La gestione dello IATR, della Redazione Locale è affidata a Modenatur (DMO), mentre la gestione della Welcome room è affidata ad Archeosistemi (che gestisce anche le visite dei luoghi del sito Unesco di Modena). Il coordinamento e la responsabilità complessiva sono garantiti dall'unico responsabile degli appalti di gestione (Giovanni Bertugli) che già da anni ha sviluppato una piattaforma di collaborazione funzionale tra le imprese, anche attraverso l'utilizzo del sito visitmodena come supporto tecnologico alla gestione delle prenotazioni e

alla promozione. Viene inoltre garantito in forma collaborativa e complementare un piano di redazione social condiviso.

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

La welcome room essendo collegata alla redazione locale di Modena e a visitmodena di fatto possiede le caratteristiche funzionali per svolgere attività collaborazione, scambio di informazioni, coprogettazione con gli altri uffici del territorio. Lo spazio, inoltre, è già stato utilizzato, e lo sarà anche per il 2026, per attività formative della rete del IAT provinciali e per iniziative promozionali dell'offerta turistica del territorio modenese.

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

accessibilità Lo spazio è accessibile anche a personale con difficoltà motoria in quanto dotato di ascensore e privo di barriere architettoniche.

sostenibilità Sono presenti tre monitor per la divulgazione di spot pubblicitari audio e video e prenotazione on line, arredi atti a consentire la consultazione dei materiali turistici presenti di Modena e del territorio.

innovazione È possibile vivere una esperienza immersiva di visita alla città grazie ad un apposito video realizzato fruibile grazie alla strumentazione digitale altamente innovativa (n. 6 proiettori laser da 6300ANSI Lumen con risoluzione Full HD, con proiezione in unica immagine su 3 pareti. la welcome room sarà il punto di partenza o di arrivo di visite e attività di approfondimento del sito Unesco e di altri luoghi culturali della città, nonché di visite turistiche a tema, attraverso l'utilizzo di video, proiezioni di immagini "di particolari o dettagli" dei luoghi visitati, proposta di giochi virtuali.

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

La DMO ha avuto e avrà un utilizzo degli spazi per l'organizzazione di eventi, meeting, ospitalità giornalisti ecc. grazie al sistema integrato di gestione coordinato dal Comune di Modena

TOTALE SPESE PREVISTE: € 30.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 30.000,00

PUNTEGGIO: 90

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

7) COMUNE DI PAVULLO - WELCOME ROOM

P.G. n. 38820 del 11/11/2025
integrazione P.G. n. 40465 del 21/11/2025

SEDE

Via Giardini n. 3, 41026 Pavullo nel Frignano

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

Con Deliberazione di Giunta Comunale n. 113 del 14 settembre 2023, in attuazione della D.G.R. Emilia-Romagna n. 2188 del 12 dicembre 2022 (L.R. 4/2016, art. 13), il Comune di Pavullo nel Frignano ha definito il proprio modello organizzativo per i servizi di informazione e accoglienza turistica. In coerenza con i criteri regionali, l'Ente ha individuato la Welcome Room – allestita presso il Palazzo Ducale – quale spazio multifunzionale per l'accoglienza, l'informazione e la valorizzazione turistica locale, sostituendo la precedente formula "UIT".

La Welcome Room rappresenta un punto di riferimento per residenti e visitatori, offrendo:

- accesso libero a materiali promozionali e informativi;
- fruizione autonoma di contenuti digitali e multimediali;
- esperienze immersive e attività di valorizzazione del patrimonio locale.

È stata definita un'identità visiva, integrata nel sistema di comunicazione territoriale, e attivato il profilo Instagram @visitpavullo, per una promozione costante e coordinata delle iniziative turistiche, culturali e naturalistiche del territorio.

Il Comune partecipa inoltre alla convenzione con il Comune di Sassuolo per la gestione del progetto “Ducato Estense”, finalizzato alla promozione congiunta del patrimonio culturale e delle vie storiche (in particolare la Via Vandelli), e collabora stabilmente con la DMO per la realizzazione di esperienze slow e outdoor, a sostegno di un turismo sostenibile e di prossimità.

Palazzo Ducale: Il Palazzo Ducale rappresenta il principale polo culturale e di aggregazione del Comune di Pavullo nel Frignano. Negli ultimi anni l’Amministrazione Comunale ha attuato un percorso di valorizzazione strutturale e funzionale dell’edificio, finalizzato a rendere gli spazi sempre più accessibili, fruibili e integrati tra loro.

Gli interventi realizzati hanno favorito l’apertura del Palazzo a una pluralità di attività — mostre, eventi, conferenze, percorsi didattici e iniziative rivolte alle scuole — consolidandone il ruolo di luogo identitario e punto di incontro per cittadini e visitatori.

Tra gli obiettivi strategici 2025–2026 rientra il completamento della riorganizzazione funzionale degli spazi interni, che prevede:

- la riqualificazione della Biblioteca Comunale “G. Santini”, con la nuova sezione adulti al piano terra e la Biblioteca Giovani al primo piano, realizzata con il contributo della Fondazione di Modena;
- la valorizzazione della sinergia tra Biblioteca, Galleria d’Arte Contemporanea e Welcome Room, per un’offerta culturale e turistica coordinata;
- il potenziamento delle attività formative e laboratoriali della Fabbrica delle Arti, rivolte a studenti, docenti e famiglie del territorio, anche mediante l’utilizzo dell’Emporio degli Scarti.

L’obiettivo complessivo è rafforzare la coerenza e l’integrazione dei servizi culturali e turistici del Palazzo Ducale, rendendolo un luogo aperto, dinamico e riconoscibile come polo culturale e informativo di riferimento per l’Appennino Modenese.

Finalità del progetto

Il progetto mira a rafforzare le attività della Welcome Room come punto informativo strategico lungo l’asse tra la pianura modenese e l’Appennino, in coerenza con il sistema HUB di Sestola (IAT-R Appennino Modenese).

L’obiettivo è potenziare la qualità dell’accoglienza e la visibilità del territorio, migliorando strumenti, servizi e sinergie di rete.

Azioni previste

- aggiornamento e ampliamento dei materiali informativi multilingue (inglese, francese, tedesco, cinese);
- produzione di nuovi dépliant e contenuti digitali coordinati con la DMO;
- miglioramento degli spazi (mediante noleggio di desk in una logica di utilizzo coerente ed efficace in relazione agli spazi) e della segnaletica della sede e dei luoghi i maggior afflusso turistico ;
- realizzazione di pannellistica informativa e materiali espositivi;
- attivazione di percorsi educativi e turistico-culturali in collaborazione con scuole e associazioni;
- partecipazione al progetto intercomunale **PTPL 2026 – Ambito 2**, per la valorizzazione delle esperienze turistiche dell’Appennino Modenese, solo da un punto di vista divulgativo ed informativo;
- adesione al progetto denominato Tour sulla Via del Ducato, in collaborazione con il Comune di Sassuolo

Risultati attesi

- incremento dell’attrattività e della riconoscibilità;
- miglioramento dell’esperienza del visitatore e della qualità dei servizi di accoglienza;
- rafforzamento della rete territoriale e della promozione coordinata dell’Appennino Modenese.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

1) Elementi di integrazione nel sistema informativo turistico ERT/SITur regionale tramite la Redazione locale di riferimento

Il Comune di Pavullo nel Frignano, attraverso la Welcome Room, è pienamente integrato nel sistema informativo turistico regionale ERT/SITur, avvalendosi della collaborazione continuativa con la Redazione locale, referente territoriale per l’ambito di competenza.

L’attività redazionale è orientata all’aggiornamento costante dei contenuti informativi relativi a eventi, attrattori, itinerari e servizi turistici del territorio comunale, assicurando coerenza con la strategia di

comunicazione del Territorio Turistico Bologna-Modena e con le linee guida regionali per la gestione coordinata delle informazioni turistiche.

In particolare, la Welcome Room:

- trasmette periodicamente alla Redazione locale le schede aggiornate di eventi, punti di interesse, strutture ricettive e percorsi outdoor;
- partecipa alle attività di verifica e validazione dei dati inseriti nel portale regionale, garantendo la qualità, la tempestività e l'uniformità delle informazioni pubblicate;
- contribuisce alla produzione di contenuti multimediali e materiali fotografici destinati alla promozione digitale integrata sul portale regionale e sui canali social collegati;
- collabora con la DMO per la definizione di campagne tematiche e itinerari esperienziali inseriti nel sistema ERT/SITur.

Questa sinergia assicura una presenza strutturata e riconoscibile di Pavullo nel Frignano all'interno della rete regionale dell'informazione turistica, favorendo la visibilità coordinata dell'Appennino Modenese e l'allineamento con le strategie di comunicazione e promozione del sistema turistico dell'Emilia-Romagna.

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

Il Comune di Pavullo nel Frignano, attraverso la Welcome Room, opera in stretta sinergia con l'Ufficio HUB IAT-R di Sestola – Appennino Modenese, quale punto di riferimento territoriale per la gestione integrata delle attività di accoglienza, informazione e promozione turistica nell'ambito del Territorio Turistico Bologna-Modena, e con il Comune di Sassuolo per la promozione coordinate delle iniziative legate al Ducato estense, oltre che alla promozione delle Vie storiche che interessano il territorio (via Romea Nonantolana, Via Vandelli, Via Romea Germanica Imperiale).

La collaborazione si fonda su una logica di rete e di coprogettazione delle iniziative di valorizzazione dell'Appennino Modenese, con l'obiettivo di offrire al visitatore un sistema di accoglienza diffuso, coerente e coordinato.

In tale contesto, il Comune di Pavullo nel Frignano partecipa attivamente ai tavoli tecnici e agli incontri di programmazione con l'HUB di riferimento e con gli altri uffici del medesimo ambito, contribuendo alla definizione di strategie condivise e azioni operative comuni.

Gli elementi qualificanti di tale collaborazione sono:

- scambio continuo di informazioni su eventi, esperienze e servizi turistici, garantendo l'aggiornamento tempestivo dei canali digitali e informativi del sistema ERT/SITur;
- coprogettazione di iniziative di promozione congiunta, con particolare attenzione alle tematiche legate al turismo esperienziale, outdoor e culturale, e con il Comune di Sassuolo in coerenza con il progetto "Ducato Estense" e con le linee della DMO;
- per garantire omogeneità e qualità del servizio di accoglienza tra i diversi punti informativi dell'ambito, il Comune di Pavullo nel Frignano prevede l'allineamento operativo delle modalità di accoglienza e il noleggio di attrezzature idonee a rendere gli spazi interni del Palazzo Ducale più funzionali, collaborativi e accoglienti. L'obiettivo è consentire una gestione flessibile e integrata degli ambienti, adattabile alle diverse attività e servizi turistico-culturali che si svolgono all'interno del Palazzo, migliorando così la fruizione da parte dei visitatori e la qualità complessiva dell'esperienza di accoglienza;
- condivisione di buone pratiche e momenti formativi tra il personale degli uffici turistici, volti a migliorare le competenze in accoglienza, comunicazione e gestione del turista.

Tale modello di collaborazione consente di valorizzare le specificità locali in una cornice territoriale unitaria, promuovendo un'immagine integrata e riconoscibile dell'Appennino Modenese. L'azione sinergica tra l'HUB di Sestola e la Welcome Room si traduce quindi in un rafforzamento complessivo del sistema di informazione e accoglienza turistica, con effetti positivi sulla qualità dell'esperienza del visitatore e sulla competitività del territorio nel mercato turistico regionale.

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

Accessibilità

La Welcome Room, collocata al piano terreno del Palazzo Ducale, è pienamente accessibile a persone con disabilità motorie e sensoriali, grazie alla presenza di percorsi privi di barriere architettoniche, arredi e spazi

adeguatamente segnalati. Il progetto prevede ulteriori interventi di miglioramento dell'accessibilità cognitiva e sensoriale, mediante l'introduzione di:

- materiali informativi in linguaggio facile da leggere e da comprendere;
- segnaletica integrata multilingue, conforme agli standard ERT/SITur. Queste azioni intendono favorire un turismo inclusivo, accessibile a tutte le persone, indipendentemente da età, capacità fisiche o competenze linguistiche.

Sostenibilità

Il progetto si fonda sui principi del turismo sostenibile e di prossimità, in coerenza con le linee guida regionali e con gli obiettivi della DMO. Le attività della Welcome Room promuovono:

- la mobilità dolce, attraverso la diffusione di itinerari pedonali, cicloturistici e outdoor;
- la valorizzazione di prodotti e servizi turistici locali, favorendo le imprese e i produttori del territorio;
- la riduzione dell'impatto ambientale mediante l'uso di materiali ecocompatibili e digitalizzazione dei supporti informativi;
- la collaborazione con scuole e associazioni per la diffusione di buone pratiche di tutela ambientale e conoscenza del patrimonio naturale, in particolare con l'itinerario della Via delle Fiabe;
- in tal modo, la Welcome Room diventa un punto di riferimento per un turismo responsabile, in equilibrio tra fruizione e conservazione del territorio.

Innovazione

La strategia progettuale mira al potenziamento tecnologico e organizzativo dei servizi di informazione e accoglienza. Le principali azioni innovative riguardano:

- miglioramento dei contenuti del totem informativo presente nell'ingresso di Palazzo Ducale per la consultazione autonoma dei contenuti turistici;
- lo sviluppo di strumenti digitali multilingue integrati nel sistema ERT/SITur e coordinati con la DMO;
- la realizzazione di esperienze immersive e virtuali legate ai luoghi identitari del territorio (Via delle Fiabe, salita alla Torre di Lavacchio);
- la riorganizzazione dei flussi informativi tra gli uffici del sistema turistico locale, per una gestione coordinata e in tempo reale dei contenuti promozionali;
- la promozione digitale attraverso il profilo Instagram @visitpavullo e campagne social integrate.

L'approccio innovativo e digitale del progetto consente di ampliare la fruibilità delle informazioni, migliorare l'esperienza del visitatore e rafforzare la competitività del territorio in linea con l'evoluzione del mercato turistico regionale.

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

Il Comune di Pavullo nel Frignano, tramite la Welcome Room, mantiene una collaborazione costante con la DMO, soggetto incaricato della promozione turistica coordinata del territorio modenese.

L'attività si concentra sulla condivisione e l'aggiornamento regolare delle informazioni turistiche relative a eventi, punti di interesse, itinerari e servizi, in modo da assicurare uniformità e coerenza nella comunicazione all'interno del sistema informativo regionale ERT/SITur.

In particolare, le principali azioni riguardano:

- la trasmissione periodica di contenuti alla DMO per la pubblicazione sui portali informativi e promozionali regionali;
- l'integrazione dei calendari eventi e delle iniziative locali nei programmi territoriali condivisi;
- la partecipazione a incontri di coordinamento e pianificazione delle attività di promozione congiunta;
- la produzione coordinata di materiali informativi e digitali, in linea con le indicazioni grafiche e comunicative della DMO;
- l'utilizzo dei canali digitali (sito, social media, newsletter) per la diffusione di informazioni turistiche aggiornate e coerenti con la programmazione territoriale;
- la collaborazione nella raccolta di dati e indicatori turistici, utili al monitoraggio dei flussi e alla valutazione delle azioni di promozione.

Queste attività consentono di mantenere un collegamento operativo stabile tra il Comune e la DMO, favorendo la circolazione efficiente delle informazioni e la gestione coordinata dei servizi di accoglienza e promozione nell'ambito turistico dell'Appennino Modenese.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 30.553,14

Spese non ammesse: € 553,14 (ai sensi dell'art. 5.3 dell'avviso, poiché il costo complessivo ammissibile risulta superiore alla valorizzazione massima prevista per Ambito 1.a, la spesa ammessa ai fini della quantificazione

del contributo viene rideterminata nell'importo massimo previsto, riducendo della stessa misura percentuale ciascuna voce di spesa ricompresa nel piano finanziario)

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 30.000,00

PUNTEGGIO: 59

FASCIA DI VALUTAZIONE: BASSA

AMBITO 1.b - Animazione e intrattenimento turistico

1) COMUNE DI MODENA - IAT R

P.G. n. 38751 del 10/11/2025
integrazione P.G. n 41360 del 28/11/2025

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

Il progetto prevede la progettazione e la realizzazione di un programma annuale di visite guidate tematiche, speciali e di approfondimento dei luoghi del Sito Unesco di Modena (Torre Ghirlandina, Sale Storiche, Acetaia Comunale). Le esperienze di visita verranno proposte secondo metodologie innovative e fortemente coinvolgenti. Il programma verrà promosso sul portale visitmodena e attraverso una campagna social dedicata. Si prevede inoltre la stampa del programma da distribuire in vari luoghi di interesse dei turisti. Nel corso del 206 alcune delle esperienze di visita presso questi luoghi altamente frequentati dai turisti verranno proposte in una veste nuova e più inerente ai nuovi bisogni.

Verrà realizzato un programma annuale di visite guidate in lingua inglese e/o francese alla Torre, visite guidate "COMBO" alla Torre e alle sale del Palazzo Comunale, visite guidate all'Acetaia Comunale, visite guidate tematiche e di approfondimento, visite speciali, Aperitivi in Torre, visite guidate "all'alba" con colazione, performance teatralizzate con attori/cantanti, attività per bambini interattive (Escape Room multimediale/caccia al tesoro/misteri della torre/caccia al personaggio), organizzazione di cicli di visite guidate con tematiche legate alla storia, ai luoghi dell'arte, alle nuove realtà storico-artistiche recuperate, e ai personaggi di Modena e del suo territorio.

Verranno inoltre potenziate tutte le azioni e gli interventi di organizzazione, supervisione e coordinamento delle attività di animazione e fruizione dei "luoghi del gusto" dei produttori di prodotti tipici.

Il programma di animazione e intrattenimento sarà veicolato attraverso azioni di informazione e promozione digitale, social e web, innovative.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

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

Il programma di animazione e intrattenimento proposto ha la finalità di potenziare l'attrattività turistica dei luoghi interessati (Torre Ghirlandina, Sale Storiche, Acetaia Comunale). Grazie alla partecipazione attiva del personale coinvolto, caratterizzato da una specifica e puntuale preparazione in ambito storico e artistico, di attori professionisti, con i quali verranno ideati percorsi teatralizzati *ad hoc* e di professionisti del settore della comunicazione e della valorizzazione dei luoghi della cultura, il progetto ha le caratteristiche di scientificità, originalità e coerenza nei contenuti, capace di incentivare l'offerta e attrarre significativi flussi di pubblico.

2) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione

Accessibilità

Le visite guidate saranno accessibili a tutti tranne quelle realizzate in Torre che non permette l'accesso a chi ha disabilità (es. disabilità psicomotorie).

Sostenibilità verranno adottate prassi di sostenibilità ambientale

Innovazione al fine di incrementare le visite per stranieri verranno potenziate le visite in lingua.

Nei veri luoghi di interesse, verranno inoltre sperimentate visite notturne al fine di sfruttare e valorizzare il nuovo impianto di illuminazione.

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

Il programma di animazione e intrattenimento proposto ha la finalità di valorizzare e promuovere alcuni elementi identitari del territorio. Di seguito, a titolo esemplificativo, alcuni temi che saranno trattati: la storia di La Secchia rapita e la figura di Tassoni; la torre Ghirlandina e la sua architettura, con particolare approfondimento sui capitelli scolpiti del piano dei Torresani; il libero Comune; la Ghirlandina e la sua funzione di Torre Civica; San Geminiano; le famiglie e i personaggi nobiliari della Modena ottocentesca; visite

di approfondimento del paesaggio che si può ammirare dalla Sala dei Torresani della Torre Ghirlandina; con le Visite guidate “all’alba” con colazione, alla fine della visita viene offerto caffè e torta tipica modenese: il Bensone è il dolce più classico di Modena, il vero e proprio simbolo della città; visite guidate alle sale storiche concentrate su il Tassoni e Ludovico da Castelvetro, I Miracoli di San Geminiano; Lodovico Lana; percorso artistico nelle sale storiche dal rinascimento all’Ottocento; Nicolò Dell’abate nella sala del fuoco; le visite guidate dell’Acetaia comunale a cura della Consorteria con illustrazione delle origini e delle caratteristiche dell’Aceto Balsamico Tradizionale di Modena.

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

Per la sua stessa natura la filiera del turismo è trasversale e coinvolge diversi settori economici, commercio, agricoltura, artigianato, ricettività, ristorazione, trasporti, professioni turistiche regolamentate e molto altro. L’obiettivo primario, qualificando l’offerta finalizzata ad incrementare i flussi di pubblico, anche grazie alla collaborazione con l’attività svolta dalla DMO, rimane di generare soggiorni più lunghi, con una maggiore ricaduta dell’economia turistica e sul suo indotto che rimane una priorità essendo il turismo definito dai pernottamenti.

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

Alcune delle attività già realizzate in passato verranno riproposte ma sempre cercando di dare una nuova veste a seguito di un “restyling progettuale”. Le rassegne diventate un appuntamento fisso possano consolidare ed aumentare ancor di più la visibilità e “popolarità” ai luoghi di interesse turistico sopra menzionati. Per il 2026 si prevede di continuare con la comunicazione e promozione del programma delle iniziative, soprattutto per i luoghi meno conosciuti, le principali novità riguarderanno lo svolgimento di visite guidate e/o teatralizzate in orario diurno e serale, legate anche all’estensione dell’orario di apertura della Torre Ghirlandina.

Criteri e modalità di riscontro dei risultati:

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Progettazione e realizzazione del programma annuale attività di animazione e intrattenimento	Analisi con cadenza trimestrale dello stato di realizzazione del programma
Progettazione e realizzazione di una strategia di comunicazione	Monitoraggio degli strumenti di comunicazione attivati (n. dépliant distribuiti, n. post pubblicati sui social, ecc....)
Monitoraggio dei risultati	Monitoraggio trimestrale quantitativo e qualitativo (n. dei partecipanti e raccolta delle criticità e/o apprezzamenti)

TOTALE SPESE PREVISTE: € 30.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 30.000,00

PUNTEGGIO: 87

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

2) COMUNE DI SESTOLA - IAT R

P.G. n. 38723 del 10/11/2025

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

Cimone4Kids 2.0 – Una montagna a misura di bambino

“Cimone 4Kids 2.0 - Una montagna a misura di bambino” è un programma unificato di attività rivolte ai bambini in età 0-12 anni che coinvolge diversi comuni intorno al Monte Cimone: Fanano, Fiumalbo, Montecreto, Lama Mocogno, Pievepelago, Riolunato, Serramazzoni e Sestola. L’obiettivo è offrire un’esperienza completa e divertente, permettendo ai giovani visitatori di giocare, imparare, scoprire il territorio e socializzare. Dopo l’edizione 2025 con ottimi riscontri in tutta la montagna, l’intenzione è quella di

continuare in un percorso condiviso con gli altri comuni partner e con un aumento delle attività e delle esperienze a misura di bambino.

Negli ultimi anni, l'Appennino ha registrato una crescente domanda di turismo esperienziale e familiare. Le famiglie, in particolare, cercano proposte che uniscano divertimento, natura e scoperta del territorio, anche al di fuori della stagione estiva. Nel 2025 si è concretizzata l'esigenza di coordinare e valorizzare le iniziative rivolte ai bambini e ai ragazzi, creando un'offerta coerente e riconoscibile sotto un unico marchio territoriale. Per questo anche per il 2026 l'idea è quella di riproporre il progetto "Cimone4Kids 2.0" puntando però ad un'impronta green e slow.

Pensato come un grande contenitore di opportunità di svago e scoperta dedicato proprio alle famiglie, "Cimone4Kids" debutta alla sua seconda edizione: una rassegna che riunisce le numerose attività ludiche, formative ed esperienziali organizzate dai Comuni e dagli operatori del territorio durante l'estate e in occasione degli eventi autunnali.

L'iniziativa nasce dal desiderio di offrire anche ai più piccoli la possibilità di conoscere la storia, la cultura e la natura del Cimone, stimolando la curiosità, facendo emergere talenti, coltivando passioni e creando nuove amicizie.

Gran parte delle iniziative proposte quest'anno verteranno sul tema della natura e della sostenibilità ambientale, promuovendo la conoscenza del territorio, dei suoi ecosistemi e delle pratiche rispettose dell'ambiente.

Il programma condiviso tra i comuni del Cimone comprenderà, a titolo esemplificativo e non esaustivo, un ricco calendario di proposte tra cui:

- momenti di *baby dance* e *baby yoga*;
- attività di orienteering ed escursioni guidate nel bosco;
- passeggiate sensoriali e di forest bathing per famiglie;
- esperienze didattiche legate alla tradizione (antichi mestieri, visite ai metati, giochi di una volta, preparazione di ricette tipiche e prodotti montanari, educazione ambientale al rispetto della flora e della fauna);
- laboratori di buschcraft per bambini;
- spettacoli di burattini, saltimbanchi, circensi, marionette e cantastorie;
- laboratori creativi e teatrali;
- letture animate e proiezioni di film d'animazione;
- incontri e laboratori con artisti e artigiani dell'Appennino per imparare a realizzare prodotti locali;

Le attività includeranno laboratori didattici di artigianato tradizionale (lavorazione di pietra e legno), laboratori sui prodotti tipici locali (Parmigiano Reggiano, crescentine, frutti di bosco e castagne), attività ludico-sportive all'aperto e momenti di scoperta della fauna e della flora dell'Appennino.

In sintesi, *Cimone4Kids 2025* si conferma come un progetto strategico per:

- Promuovere la cultura e le tradizioni locali;
- Stimolare la sensibilità ambientale e la sostenibilità tra i più giovani;
- Offrire esperienze formative e ludiche per famiglie e bambini;
- Rafforzare la collaborazione tra soggetti pubblici e privati del territorio.

I risultati ottenuti confermano l'importanza di continuare a sviluppare e consolidare il progetto negli anni futuri, ampliando le attività e le collaborazioni e valorizzando sempre più le risorse naturali e culturali dell'Appennino Modenese.

Ideazione grafica e stampa del materiale informativo "Cimone4Kids"

Considerato che, nel corso del 2025, è stato rilevato un significativo interesse da parte delle famiglie verso i supporti informativi cartacei messi a disposizione dagli uffici turistici, si ritiene opportuno procedere alla realizzazione e stampa di opuscoli che avranno la funzione di brochure-calendario e conterrà, in forma sintetica e facilmente consultabile, il riepilogo degli appuntamenti e delle attività previste nell'ambito della rassegna "Cimone4Kids".

La grafica sarà coerente con l'immagine coordinata del progetto e presenterà uno stile distintivo e riconoscibile, che valorizzi l'identità visiva della rassegna.

Gli opuscoli saranno distribuiti nei punti informativi e negli uffici turistici dei Comuni aderenti, nonché in occasione degli eventi principali.

Una sezione dedicata illustrerà inoltre i servizi turistici rivolti alle famiglie, includendo:

- indirizzi e orari di apertura di strutture sportive, aree giochi e parchi avventura;
- contatti di riferimento per informazioni e prenotazioni.

Il materiale sarà inoltre reso disponibile in formato digitale sul sito ufficiale della Redazione Locale, garantendo la massima diffusione delle informazioni anche online.

Comunicazione sui canali social della Redazione Locale

In coerenza con gli obiettivi generali del progetto, è prevista la realizzazione di una campagna di comunicazione digitale dedicata alla promozione di “Cimone4Kids”, sviluppata e diffusa attraverso i canali social ufficiali della Redazione Locale.

La campagna sarà incentrata sul concetto di “Appennino family friendly”, quale messaggio guida per valorizzare il territorio del Cimone come destinazione ideale per le famiglie.

Tutti i contenuti digitali (post, grafiche, video, stories, ecc.) manterranno coerenza visiva e stilistica con l'opuscolo informativo, contribuendo a consolidare l'immagine coordinata del progetto.

Nel corso del 2026 verrà ideato, realizzato e diffuso un video promozionale pensato per valorizzare al meglio, attraverso i canali social, il progetto *Cimone 4Kids*. Il video racconterà con immagini coinvolgenti e messaggi emozionali le esperienze, le attività e i servizi dedicati ai più piccoli, con l'obiettivo di attirare e fidelizzare famiglie e nuovi visitatori. Attraverso immagini vivaci e un ritmo pensato per i social, il video inviterà famiglie e piccoli esploratori a vivere l'esperienza unica del Cimone, dove ogni giornata diventa un'avventura.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

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

Il progetto “Cimone4Kids 2.0”, potenziale motore di valore aggiunto per lo sviluppo turistico dell’Appennino, nasce con l’obiettivo di rispondere ai bisogni di socialità e svago dei giovanissimi, rafforzando al contempo l’attrattività dell’offerta ricreativa della montagna modenese.

Nel corso del 2025 è emersa con chiarezza la necessità di coordinare in un unico calendario le numerose iniziative dedicate ai più piccoli: un numero crescente di famiglie, infatti, ha espresso il desiderio di esplorare il territorio in modo dinamico, spostandosi tra i diversi Comuni alla ricerca di esperienze ludiche e formative capaci di rendere le vacanze più coinvolgenti e divertenti.

Attraverso la realizzazione di “Cimone4Kids” e il consolidamento del brand “Appennino family friendly”, il progetto intende rafforzare l’offerta di intrattenimento locale rivolta a famiglie e bambini, incrementando gli investimenti sia in termini quantitativi che qualitativi. L’obiettivo è attrarre in particolare la Generazione X e i Millennials, due target in costante crescita ma non ancora pienamente fidelizzati.

Infine, l’inserimento nel calendario di attività autunnali mira ad ampliare la stagionalità del turismo, stimolando nuovi flussi di visitatori anche oltre il periodo estivo di alta stagione.

2) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione

accessibilità: Il progetto *Cimone4Kids* nasce con l’obiettivo di rendere ogni esperienza inclusiva e accessibile, ponendo questi valori come elementi centrali della sua identità. La rassegna intende promuovere la socialità, la collaborazione e il rispetto reciproco, creando occasioni di incontro tra bambini e famiglie. Tra le numerose attività proposte, particolare attenzione sarà riservata a quelle che si svolgeranno in spazi facilmente raggiungibili e che potranno essere pienamente fruite anche da bambini con disabilità motorie. Tutti i laboratori saranno inoltre progettati per eliminare le barriere cognitive, grazie a un approccio basato su attività pratiche, giochi sensoriali e percorsi esperienziali che stimolino la partecipazione e la creatività di tutti.

sostenibilità: All’interno di *Cimone4Kids* saranno sviluppate iniziative dedicate all’educazione ambientale; quali ad esempio laboratori di riciclo creativo o esperienze nella natura e attività mirate alla scoperta delle risorse e dei cicli vitali del territorio (come quello delle piante o dell’acqua). L’obiettivo è favorire nei bambini una maggiore sensibilità verso l’ambiente, aiutandoli a comprendere la delicatezza degli ecosistemi e a sviluppare un legame empatico con la natura, basato sul rispetto e sulla responsabilità in un’ottica di “educazione green”.

innovazione: La realizzazione di un programma coordinato di eventi rivolti a un unico target (bambini e famiglie) e condiviso dai comuni aderenti rappresenta un importante passo innovativo nella pianificazione territoriale. Il progetto consolida la collaborazione tra enti pubblici e soggetti privati, volto alla costruzione di una rete coesa e sinergica. Questa cooperazione consentirà di offrire un calendario di attività integrate, migliorando la qualità e l’attrattività dell’offerta turistica e rafforzando il senso di appartenenza alla comunità del territorio del Cimone.

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

Cimone4Kids pone al centro della propria proposta la valorizzazione delle peculiarità identitarie dell’Appennino Modenese. Le esperienze didattiche, le attività all’aria aperta e i laboratori creativi saranno progettati per stimolare la curiosità e l’interesse dei bambini verso il patrimonio storico e culturale, le tradizioni locali – come la gastronomia e l’artigianato – e le meraviglie naturali del territorio.

L’obiettivo principale è quello di rendere la scoperta del territorio accessibile e coinvolgente per i più piccoli, creando esperienze su misura per loro e, al contempo, capaci di rispondere alle aspettative delle famiglie. Tale approccio punta a favorire soggiorni più lunghi e a stimolare nuovi investimenti nella montagna modenese, contribuendo alla sua crescita economica e sociale.

Offrire un ventaglio di proposte variegato, attivo ed emozionante, perfettamente integrato con le attrazioni naturali e culturali del territorio, significa aumentare le possibilità di fidelizzare i visitatori, invogliandoli a tornare e a vivere nuove esperienze in Appennino.

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

Il progetto *Cimone4Kids* abbraccia diversi ambiti di intervento che, integrandosi tra loro, contribuiscono a valorizzare e rafforzare l’identità turistico-culturale dell’Appennino Modenese.

Attraverso il coinvolgimento di professionalità locali e di educatori esperti, la rassegna offrirà a famiglie e bambini l’opportunità di vivere esperienze autentiche e memorabili a stretto contatto con il territorio. Il programma prevede laboratori didattici dedicati all’artigianato tradizionale (come la lavorazione della pietra e del legno) e ai prodotti tipici locali — tra cui Parmigiano Reggiano, crescentine, frutti di bosco e castagne — o lavorazione di erbe essenziali come lavanda e ortica oltre ad attività ludiche e ricreative all’aria aperta.

Cimone4Kids non si limiterà a promuovere le iniziative direttamente organizzate dai Comuni, ma offrirà anche spazio e visibilità ai soggetti privati del territorio — guide ambientali escursionistiche, associazioni, volontari, animatori, esercizi commerciali, gestori di impianti sportivi, maneggi, caseifici e aziende agricole — che proporranno attività coerenti con i valori e le finalità del progetto.

In questo modo si intende rafforzare la rete territoriale, consolidando i legami tra i diversi attori dell’Appennino, considerati una risorsa fondamentale per garantire servizi di qualità nell’ambito dell’animazione e dell’accoglienza turistica.

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

Il progetto *Cimone4Kids 2025* è stato molto apprezzato confermando la valorizzazione dell’Appennino Modenese come destinazione turistica a misura di famiglia. Le iniziative proposte — laboratori didattici di artigianato e prodotti tipici, attività ludico-sportive all’aperto e momenti di scoperta del territorio — hanno riscosso un grande successo.

I risultati registrati sono stati ottimi in termini di partecipazione attiva, con numerose famiglie e bambini coinvolti nelle varie attività, contribuendo a creare esperienze memorabili a contatto diretto con la montagna, la cultura e le tradizioni locali.

Il progetto ha inoltre rafforzato la rete territoriale, consolidando la collaborazione tra Comuni, operatori privati, associazioni e professionisti locali, dimostrando ancora una volta come *Cimone4Kids* rappresenti una risorsa preziosa per l’animazione e l’accoglienza turistica nell’Appennino Modenese.

Criteri e modalità di riscontro dei risultati:

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
“Cimone4Kids 2.0 - Una montagna a misura di bambino”	Numero di accessi alla scheda caricata sul sito della Redazione Locale
Stampa di materiale informativo	Quantità di copie prodotte e distribuite
Comunicazione sui canali social del progetto	Numero di visualizzazioni e interazioni della pagina

TOTALE SPESE PREVISTE: € 30.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 30.000,00

PUNTEGGIO: 79

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

3) COMUNE DI MARANELLO - STTI - IAT R

P.G. n. 38849 del 11/11/2025

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

Il progetto 2026 capitalizza sulla solida base digitale creata nel biennio precedente, che ha portato a un'eccezionale crescita complessiva di +71,71% di follower su Instagram e un'alta copertura social (1.492.515 copertura Facebook).

Tuttavia, il report 2025 della promozione digitale conferma che l'audience è ancora prevalentemente domestica (96% Italia).

Il piano si concentra quindi sull'internazionalizzazione dei prodotti MICE/Luxury sfruttando un target sempre più maturo (fascia 45-54 come principale *follower persona*).

Il fulcro è la sinergia tra l'ecosistema digitale (sito *maranelloplus.com* accessibile e la messa a regime e della rete digitale di 200 dispositivi BEACON per *proximity marketing*) e la collaborazione con la rete commerciale.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

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

Gli obiettivi del Progetto di Promozione per il 2026, in coerenza con le Linee Guida e la DMO, sono:

- Internazionalizzazione e Alto Valore (Prioritario): Superare l'attuale forte dipendenza dal mercato nazionale (96% Italia) e incrementare significativamente il tasso di internazionalizzazione e la spesa media dei visitatori, indirizzando i prodotti turistici (in particolare MICE e Luxury, in linea con la fascia d'età 45-54 prevalente) sui mercati internazionali target (USA, Canada, UAE, Asia).

- Innovazione e *User Experience*: Sfruttare la tecnologia BEACON e la comprovata efficacia delle Adv per creare un'esperienza utente "frictionless" (obiettivo regionale) e migliorare la conversione dei visitatori *in loco* tramite *proximity marketing*.

- Segmentazione e Sostenibilità: Consolidare il posizionamento del territorio come destinazione pienamente Inclusiva e Sostenibile, sviluppando e promuovendo attivamente i prodotti di Cicloturismo/Outdoor e garantendo l'accessibilità dei contenuti digitali e dei servizi (formazione IAT).

2) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione accessibilità:

Accessibilità Digitale Piena: Promozione del sito *maranelloplus.com* con implementazione finale del plugin di lettura automatica dei testi e adozione degli standard WCAG. Questo garantisce che i *kit* promozionali e le informazioni sul territorio siano fruibili da turisti diversamente abili, supportando l'obiettivo di Turismo Inclusivo.

sostenibilità:

Promozione Mobilità Dolce e Zero Carta: Collaborazione con influencer e blogger specializzati in turismo sostenibile e outdoor. Campagne di digital marketing focalizzate sul Cicloturismo e sui Cammini, promuovendo attivamente le BIKE STATION gratuite e pacchetti turistici "eco-friendly". Riduzione strategica della stampa di materiale informativo a favore di prodotti digitali, minimizzando l'impatto ambientale delle attività promozionali.

innovazione:

Marketing 4.0 con BEACON: a regime la rete digitale costituita da 200 dispositivi BEACON presso POI, Cammini e punti IAT Diffuso per erogare contenuti di proximity marketing geolocalizzati. Ciò garantisce un'informazione "frictionless" (obiettivo regionale) e immediata sui dispositivi mobili dei turisti, migliorando l'esperienza *in loco* e fornendo dati per l'analisi di mercato (SITur 4.0).

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

L'azione di promozione e commercializzazione 2026 è interamente focalizzata sull'evoluzione degli elementi identitari del Sistema Turistico Territoriale Intercomunale, unendo il prodotto di richiamo globale (la Motor Valley) con le istanze di Sostenibilità e Rivitalizzazione Territoriale delle aree interne (Appennino), in linea con le direttive del PPCT 2025-2027.

1. Innalzamento dell'Attrattività: La *Fast Cars, Slow Life Experience*

L'elemento identitario è l'esperienza duale e complementare del territorio, sintetizzata nel *claim* "Fast Cars & Slow Life":

- Motor Valley (Fast Cars) come Gancio Internazionale: Mantenere l'obiettivo di creare e sviluppare pacchetti turistici esperienziali che, partendo dall'attrattore principale (Museo Ferrari), segmentino l'offerta sui target ad alto valore. Le esperienze saranno elaborate per intercettare direttamente i segmenti MICE e HNWI, come strategia per contrastare l'attuale forte prevalenza di flussi domestici (96% Italia) e innalzare la spesa media dei visitatori, supportando la strategia di internazionalizzazione della DMO.

- Appennino e Turismo Slow (Slow Life) per la Qualificazione: Verranno potenziate le azioni di promozione e commercializzazione per i prodotti Outdoor (Cicloturismo, Cammini e Trekking), che rappresentano l'elemento di riqualificazione e valorizzazione delle aree interne e montane del Sistema Turistico.

Le azioni si collegano con le attività di itinerari sostenibili e storytelling del territorio che vengono promossi dall'Ente Parchi Emilia Centrale.

2. Processi di Qualificazione e Rivitalizzazione del Territorio

Le iniziative di promozione saranno finalizzate a innescare processi virtuosi di rivitalizzazione economica e qualificazione della filiera:

- Diffusione dei Flussi e *Proximity Marketing*: la digitalizzazione del territorio di riferimento con l'entrata a pieno regime della rete di dispositivi BEACON presso i POI, i Cammini e i punti di IAT Diffuso ha la funzione specifica di delocalizzare il flusso turistico, guidando il visitatore, tramite *proximity marketing*, dall'attrattore principale (Maranello) verso gli *asset* meno noti e le attività commerciali della rete IAT Diffuso nelle aree periferiche.

- Valorizzazione dell'Enogastronomia Certificata: Sviluppo di itinerari tematici Food & Wine che colleghino le eccellenze enogastronomiche (acetaie, caseifici, produttori locali) con i Cammini. Questi itinerari saranno mappati e resi disponibili sul sito maranelloplus e promossi tramite social e attraverso la rete IAT Diffuso (formata anche per questo scopo), garantendo un ulteriore elemento di forte identità regionale e di turismo responsabile. Si procederà ad una mappatura delle esperienze *Walk-in* (o a fruizione immediata) che non richiedono una prenotazione anticipata ma che sono disponibili per l'acquisto al momento e l'uso immediato: tour brevi, ingressi a musei o degustazioni veloci.

- Certificazione Inclusiva: La piena accessibilità del sito maranelloplus.com e la formazione specifica sulla gestione del turismo diversamente abile qualificheranno il territorio come destinazione attenta all'Inclusività (elemento identitario sociale), potenziando l'attrattività verso un segmento di domanda in crescita.

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

Il Progetto 2026 è intrinsecamente basato sull'integrazione multisettoriale. Lo scopo è estendere la permanenza e la spesa del turista (in particolare i segmenti ad Alto Valore, che sono anche quelli con un'età media matura - fascia 45-54 anni), indirizzandoli verso settori diversi da quello ricettivo e di *attraction* principale.

Si punterà allo sviluppo di pacchetti turistici di alta gamma che integrano l'offerta Motor Valley con l'accesso a distretti industriali e servizi MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) senza dimenticare la possibilità di mini esperienze fruibili in giornata per quanti sono già presenti sul territorio.

Prodotti Food & Wine e Sostenibilità: Promozione di itinerari tematici (es. visita ad acetaie, caseifici, cantine) che collegano il brand Motor Valley all'eccellenza DOP/IGP dell'Emilia-Romagna. Verrà rafforzata la promozione di prodotti enogastronomici a km 0 in coerenza con la Sostenibilità.

Promozione delle BIKE STATION e sviluppo di *e-bike tour* che sfruttano il Cicloturismo (Cammini) per integrare la visita ai centri urbani con l'esplorazione dell'Appennino.

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

non è un progetto ricorrente

Criteri e modalità di riscontro dei risultati:

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
servizio di marketing digitale	+ 5% nr. post su fb e Ig
ideazione esperienze “Eco-friendly”	nr. 3 esperienze proposte
Riduzione del materiale promozionale cartaceo	20% di riduzione rispetto al 2025

TOTALE SPESE PREVISTE: € 26.204,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 26.204,00

PUNTEGGIO: 55

FASCIA DI VALUTAZIONE: BASSA

4) UNIONE TERRE DI CASTELLI - IAT

P.G. n. 38475 del 07/11/2025

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

Il Progetto TERRE DI CASTELLI SMART EXPERIENCE ha come obiettivo quello di sviluppare un innovativo progetto di digitalizzazione integrato basato sulla piattaforma Artplace per promuovere e migliorare la fruizione del patrimonio culturale e paesaggistico dell'Unione Terre di Castelli con l'obiettivo di:

- implementare l'accessibilità culturale e intellettuale dei contenuti
- ampliare il numero e la varietà delle persone e coinvolgere nuovi gruppi o categorie di turisti/utenti/visitatori maggiormente propensi a tecnologie smart
- migliorare la user experience dei visitatori
- proporre itinerari culturali e ambientali digitali;

Artplace, sfrutta la tecnologia iBeacon per mappare in modo intelligente il territorio e i suoi punti di interesse. Attraverso il proprio smartphone, il visitatore può accedere facilmente a informazioni curate e coinvolgenti su percorsi, beni culturali e paesaggistici, vivendo un'esperienza immersiva e personalizzata

Grazie a questa soluzione, il territorio viene valorizzato in chiave turistica, rendendo la scoperta del patrimonio locale più intuitiva, interattiva e ricca di contenuti di qualità. Artplace non solo guida il visitatore, ma promuove e potenzia l'attrattività turistica, trasformando ogni luogo in un racconto da esplorare, e dove il visitatore potrà creare il proprio itinerario personale.

I visitatori saranno così guidati nel visitare non solo i principali centri urbani, ma anche i punti d'interesse sparsi dalla pianura alla montagna, in una sorta di itinerari digitali, valorizzando le risorse del territorio attraverso informazioni multimediali direttamente sullo smartphone e con ulteriori link per approfondimenti sul portale turistico www.terredicastelli.it.

Per fare questo si prevede l'installazione di circa n. 250 dispositivi sparsi per tutto il territorio dell'Unione, posizionati presso i punti d'interesse di carattere storico-culturale, naturalistico, lungo il Cammino dell'Unione, Iat Terre di Castelli e gli Iat diffusi (n. 17), secondo una metodologia ragionata basata sui i principi della Smart City.

Artplace è un'applicazione mobile disponibile gratuitamente negli Store sia in versione iOS che Android.

Già attiva in diversi contesti della Provincia di Modena — tra cui Maranello, Fiorano Modenese, Formigine, Prignano sulla Secchia, Palagano, Montefiorino, Frassinoro, Concordia sulla Secchia, Fanano e Fiumalbo, fino a Valsamoggia (Bo) — il progetto si inserisce in continuità con le iniziative esistenti. Ciò faciliterà turisti e visitatori nella scoperta non solo di Terre di Castelli, ma anche di altri territori della Provincia di Modena.

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

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

L'app si basa sulla tecnologia “iBeacon”, che fa parte del mondo dell'Internet of Things (IoT), piccoli dispositivi che usano il Bluetooth a basso consumo per inviare segnali agli smartphone. In questo modo

possono fornire informazioni, notifiche o contenuti personalizzati alle persone che si trovano nelle vicinanze, offrendo un'esperienza di visita più coinvolgente. Nello specifico questa tecnologia smart implementa l'interazione e l'engagement tra utenti e il contesto turistico e culturale mediante piattaforme tecnologiche come Artplace.

Questa scelta, parte dal dato di fatto che oggi la grande maggioranza dei turisti e dei visitatori dei luoghi della cultura possiede uno smartphone, capace di ricevere, elaborare e mostrare informazioni e contenuti multimediali. Grazie pertanto a questa tecnologia i visitatori potranno dunque godere di un'audioguida personalizzata (anche in lingua inglese), utilizzando uno strumento familiare come lo smartphone, che da un punto di vista sanitario non deve, peraltro, essere condiviso con altre persone, eliminando tra l'altro anche i costi di acquisto e/o di noleggio nonché di igienizzazione delle tradizionali audioguide.

D'altro lato l'adozione dell'applicazione ArtPlace e di questa tecnologia, consentirà di ottenere numerosi vantaggi a livello di attrattività turistica, implementando l'interazione e l'engagement tra utenti e il contesto turistico e culturale e consentendo di arricchire e migliorare la fruizione dell'esperienza da parte dei turisti. I visitatori potranno così usufruire di un'audioguida personalizzata, utilizzando uno strumento familiare come il proprio smartphone, potendo avere informazioni anche in lingua inglese.

2) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione

accessibilità

I beacon rappresentano una tecnologia che può aumentare in modo significativo l'accessibilità dei luoghi della cultura. Possono infatti fornire informazioni e indicazioni in tempo reale, adattandole alle esigenze delle persone con diverse forme di disabilità. Ad esempio:

- Persone con disabilità visiva o uditiva: possono trasmettere contenuti in formati accessibili, come audio descrizioni o testi, e guidare l'utente lungo un percorso di visita.
- Persone con disabilità motoria: possono segnalare in anticipo se un itinerario è accessibile o suggerire alternative.
- Visitatori in generale: favoriscono una fruizione personalizzata dei punti di interesse, sia indoor che outdoor, offrendo contenuti dedicati e mirati.

In questo modo, si offre una esperienza di visita più inclusiva e personalizzata, migliorando l'orientamento e l'accesso alle informazioni per tutti. In conclusione, possiede un potenziale significativo per migliorare l'accessibilità dei luoghi di attrazione turistica per persone con fragilità.

sostenibilità

Questa tecnologia è a basso impatto ambientale e comporta un importante risparmio energetico: nel contesto di un sistema di localizzazione, fungono da trasmettitori di segnali. Grazie all'uso di una versione a basso consumo del Bluetooth (BLE), possono funzionare per anni con una singola batteria. Diversamente dai sistemi universali come il GPS, richiedono installazione e manutenzione solo per la sostituzione delle batterie o dei beacon stessi.

innovazione

Questo progetto rappresenta un elemento di forte innovazione per il territorio di Terre di Castelli, poiché introduce una modalità digitale avanzata per la fruizione dei luoghi culturali, turistici e ambientali. È un salto di qualità nell'esperienza di visita che rende Terre di Castelli un territorio all'avanguardia nella promozione culturale digitale, capace di integrare tradizione e innovazione e di dialogare con i sistemi più avanzati di interpretazione e valorizzazione del patrimonio.

Il fatto che questa tecnologia sia già utilizzata in altri territori della Provincia di Modena rappresenta un valore aggiunto, favorendo una crescita condivisa e una maggiore coesione progettuale a livello provinciale.

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

I dispositivi collegati alla piattaforma Artplace trasmettono un segnale radio identificabile che viene rilevato dai dispositivi mobili, come smartphone e tablet, dei visitatori. Grazie alla piattaforma, la valorizzazione del territorio si realizza attraverso un percorso digitale che accompagna e arricchisce l'esperienza del visitatore. In particolare, il sistema consente di:

- Attivare la relazione con il pubblico in modo mirato, inviando notifiche e messaggi geolocalizzati quando il visitatore si trova vicino a punti di interesse. Questi contenuti — informazioni utili, approfondimenti, inviti ad attività o eventi — stimolano la curiosità, favoriscono la partecipazione e rafforzano il legame con il luogo.

- Arricchire la narrazione del territorio grazie a contenuti multimediali accessibili in loco: video, audio, immagini e testi che accompagnano il visitatore nella scoperta dei luoghi. Questo approccio rende l'esperienza più coinvolgente, immersiva e adatta a pubblici diversi.

- Guidare l'esplorazione del territorio, suggerendo percorsi consigliati oppure lasciando il visitatore libero di muoversi in autonomia, fornendo comunque informazioni personalizzate e aggiornate in tempo reale. In questo modo si favorisce una fruizione consapevole e orientata alla scoperta.

Tale soluzione si rivela particolarmente vantaggiosa per tracciare la posizione di persone "esterne" all'ambiente, come turisti, visitatori o escursionisti, in quanto i dispositivi possono raccogliere una varietà di dati:

- determinare la posizione dello smartphone o del tablet in base alla distanza dal dispositivo stesso

- registrare il tempo trascorso dal visitatore tramite il proprio dispositivo

- registrare inoltre il numero di volte in cui il device dell'utente è passato vicino al beacon.

Questi dati risultano estremamente preziosi per analizzare i flussi di visita, comprendere i comportamenti del pubblico e misurare l'efficacia delle iniziative di comunicazione. Sarà possibile sapere, ad esempio, quante persone hanno visitato un luogo e quante di queste hanno scelto di approfondire i contenuti accedendo al sito dedicato. Raccogliendo queste informazioni in modo continuo, sarà possibile prevedere meglio i comportamenti dei visitatori e prendere decisioni più efficaci per valorizzare il territorio. In questo modo si potranno offrire servizi e contenuti più mirati, rispondendo meglio ai bisogni di ogni persona. In sintesi, non si tratta solo di raccogliere dati, ma di trasformarli in conoscenza strategica per guidare la crescita del territorio e migliorare l'esperienza di ciascun ospite.

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

Il progetto favorisce l'integrazione e la diversificazione di prodotti e servizi collegati a diversi settori economici. In particolare, mette in relazione:

- cultura e turismo, attraverso la valorizzazione del patrimonio storico, artistico e paesaggistico;

- innovazione tecnologica e digitale, grazie all'uso di soluzioni smart per l'interpretazione dei luoghi e l'interazione con i visitatori;

- commercio, ristorazione e ricettività, che possono beneficiare dell'aumento dei flussi e della maggiore permanenza sul territorio generati da un'esperienza di visita più coinvolgente;

- promozione territoriale e marketing, attraverso strumenti che favoriscono la conoscenza e la fruizione delle eccellenze locali.

Questa integrazione permette di creare un'offerta più ricca e articolata, capace di coinvolgere filiere diverse e generare ricadute economiche diffuse sul territorio. In tal modo, il progetto non si limita a valorizzare singoli luoghi, ma contribuisce allo sviluppo di un ecosistema turistico-culturale integrato e innovativo.

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

Criteri e modalità di riscontro dei risultati:

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Progettazione di itinerari culturali, turistici e ambientali supportati da tecnologie beacon, con la digitalizzazione dei contenuti ed utilizzo tramite piattaforma ArtPlace	Fornitura e installazione di n 250 dispositivi (emergenze storico – culturali e cammino dell'unione)
Produzione e caricamento di contenuti culturali, turistici e ambientali dedicati	Numero: accessi, interazioni con i contenuti, percorsi e punti di interesse maggiormente consultati.
Promozione del servizio ai visitatori tramite canali web, social, materiali informativi, Iat e IAT diffusi	

Monitoraggio e aggiornamenti	Costante verifica del funzionamento tecnico e aggiornamento dei contenuti
------------------------------	---

TOTALE SPESE PREVISTE: € 30.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 30.000,00

PUNTEGGIO: 57

FASCIA DI VALUTAZIONE: BASSA

5) COMUNE DI FANANO - IAT

P.G. n. 38717 del 10/11/2025
integrazioni P.G. n. 41335 del 28/11/2025

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

Cimone 4Kids 2.0 - Una montagna a misura di bambino" è un programma unificato di attività rivolte ai bambini in età 0-12 anni che coinvolge diversi comuni intorno al Monte Cimone: Fanano, Fiumalbo, Montecreto, Lama Mocogno, Pievepelago, Riolunato, Serramazzoni e Sestola. L'obiettivo è offrire un'esperienza completa e divertente, permettendo ai giovani visitatori di giocare, imparare, scoprire il territorio e socializzare. Il programma "Cimone4Kids" è nato dall'esperienza decennale della rassegna "Fanano4Kids", nata e sviluppata a Fanano e poi, per ragioni di condivisione allargata e immagine pubblicitaria unitaria, proposta con questo nuovo nome anche agli altri Comuni del Frignano, in modo da fornire al turista una offerta più ampia e diffusa. Dopo l'edizione con ottimi riscontri in tutta la montagna nel 2025, l'intenzione di IAT Fanano è quella di continuare in un percorso condiviso con gli altri comuni partner e con un aumento delle attività e delle esperienze a misura di bambino.

Le attività relative al territorio di Fanano, cui si riferisce il presente progetto, sono molteplici:

- Laboratori didattici e creativi: Vengono organizzati diversi laboratori, come quelli di propedeutica musicale ("Impara a Strimpellar") e di attività manuali arte-creative come l'utilizzo della pietra, della creta, della stoffa e di altri materiali di riciclo utili a stimolare la fantasia e la creatività dei bambini. Per ogni attività sono previsti professionisti che quotidianamente, nel corso dell'anno, operano nel campo e portano la loro esperienza anche nel contesto vacanziero.

- Attività ludico-sportive all'aperto, benessere e movimento: Il programma di attività mira a far trascorrere ai bambini del tempo spensierato all'aria aperta, con camminate guidate volte alla conoscenza dell'ambiente e della vita in montagna, ed alla sensibilizzazione sul rispetto della natura e degli altri, in un'ottica di turismo lento e sostenibile. Vengono proposte attività all'aria aperta legate all'orienteering, a tematiche relative alla natura, al mondo dei funghi e dei frutti del sottobosco e alla cultura delle tradizioni legate al mondo della castagna. Sono proposte anche attività motorie come lo yoga per bambini, un'attività ludica che unisce movimento, respirazione, rilassamento e consapevolezza del corpo, offrendo numerosi benefici fisici, emotivi e sociali. A differenza dello yoga per adulti, le lezioni per bambini sono spesso strutturate come giochi o racconti, utilizzando posizioni ispirate agli animali o alla natura e sono praticate all'aperto.

- Eventi culturali e di intrattenimento: La rassegna include anche letture e presentazioni di libri, talvolta in collaborazione con librerie locali e case editrici, valorizzando illustratori e autori per l'infanzia. Per questo tipo di iniziative è previsto il coinvolgimento di librerie del territorio che si occupano di editoria indipendente dedicata al mondo dei bambini/ragazzi. Inoltre da anni è attiva la collaborazione con compagnie di teatro per mini laboratori e spettacoli serali mirati come burattini, letture animate pomeridiane e notturne, pomeriggi in biblioteca e tanto altro. Le attività sono solitamente organizzate in collaborazione con la Biblioteca comunale e con il gruppo locale di lettori volontari "Nati del Leggere".

Specificazione dei seguenti elementi progettuali:

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

L'organizzazione di attività durante le vacanze estive nel luogo di villeggiatura è proficua a livello sia strategico sia pedagogico perché combina le varie esperienze e l'esplorazione del territorio con lo sviluppo personale dei piccoli partecipanti. Sfruttando un contesto nuovo e rilassato, si possono incentivare l'apprendimento basato sull'esperienza, l'autonomia e il benessere psicofisico. L'ambiente informale e rilassato delle vacanze, lontano dalla routine scolastica e familiare, favorisce l'instaurarsi di nuove relazioni e l'acquisizione di importanti competenze trasversali. Fanano4Kids (in seguito "Cimone4Kids"), sotto questi aspetti, ha raggiunto diversi obiettivi. Si è constatato nel corso degli anni che fare conoscere diversi bambini tra di loro ha portato forti risultati di fidelizzazione di interi gruppi familiari: condividere esperienze ha portato molti turisti a prolungare negli anni permanenza e, in diversi casi, affitti prolungati o addirittura acquisto di seconde case. Il senso di paese, la condivisione di aspetti legati ad esperienze e tradizione locali hanno portato bambini e adulti in un percorso di amore crescente per questo territorio, una sorta di escalation emotiva che crea sinergie e legami forti che perdurano nel tempo. Solo nel Comune di Fanano sono stati quantificati circa 2.000 prenotazioni a laboratori e attività nel corso dell'estate, un dato che sicuramente genera soddisfazione e voglia di continuare ogni anno sempre con più stimoli nuovi e innovazioni.

Vantaggi strategici: Massimizzazione del tempo: Occupare il tempo libero estivo con attività significative riduce la perdita di apprendimento e la noia, rendendo le vacanze un periodo produttivo e non solo di svago. Sfruttare il contesto: Il luogo di vacanza offre uno sfondo unico per apprendere. Per esempio, una passeggiata in montagna può diventare una lezione di scienze naturali. Un apprendimento insolito al di fuori del classico ambiente scolastico e di città.

Budget familiare: Pianificare le attività in anticipo permette di gestire meglio il budget, evitando spese eccessive per intrattenimento estemporaneo. Essendo quasi tutte le attività ad accesso gratuito, l'utente si trova ad avere a che fare con un villaggio turistico diffuso in cui la condivisione e la scoperta di nuovi mondi diventano il fil rouge dell'estate.

Benessere familiare: Un programma di attività ben strutturato può aiutare i genitori a conciliare il lavoro con la gestione dei figli, riducendo lo stress e garantendo un'estate serena e organizzata per tutta la famiglia.

Stampa del materiale informativo "Cimone 4Kids"

Passano gli anni, ma le abitudini restano. Anche nel 2025, nonostante negli anni ci sia un costante impegno nel cambiare modalità di diffusione dei materiali informativi, privilegiando uso di newsletter, invio di brochure in pdf ad indirizzarli targettizzati e altre forme eco friendly, permane nell'utente, anche millennial, l'interesse al cartaceo. Le brochure cartacee continuano ad essere la forma di promozione più richiesta e utilizzata. Per questo pure nel 2026 il programma di "Cimone4Kids" sarà proposto in formato pdf, con diffusione su tutti i siti comunali, dell'Unione dei Comuni e sui social, compreso quella della Biblioteca comunale, e spedito anche tramite newsletter; a questo sarà accompagnata una ampia diffusione cartacea per una più larga divulgazione. La grafica sarà coerente con l'immagine coordinata del progetto e presenterà uno stile distintivo e riconoscibile, che valorizzi l'identità visiva della rassegna. Gli opuscoli saranno distribuiti nei punti informativi e negli uffici turistici dei Comuni aderenti, nei punti di più alta affluenza del territorio, nonché distribuiti massivamente in occasione degli eventi principali. Una sezione dedicata illustrerà inoltre i servizi turistici rivolti alle famiglie, includendo: indirizzi, contatti di riferimento e orari di apertura di piscine, strutture sportive, aree giochi e parchi avventura. Il materiale sarà inoltre reso disponibile in formato digitale sul sito ufficiale della Redazione Locale (www.inappenninomodenese.net), garantendo la massima diffusione delle informazioni anche online.

Comunicazione sui canali social della Redazione Locale: In coerenza con gli obiettivi generali del progetto, è prevista la realizzazione di una campagna di comunicazione digitale dedicata alla promozione di "Cimone4Kids", sviluppata e diffusa attraverso i canali social ufficiali della Redazione Locale (www.inappenninomodenese.net) e sui canali promozionali dei singoli comuni. Verrà realizzata una pagina Instagram di "Cimone4Kids" e in collaborazione con gli altri comuni realizzeremo un video riassuntivo con tutte le attività in modo da conferire alle iniziative stesse un ulteriore valore.

2) Elementi di accessibilità, sostenibilità, innovazione

Accessibilità. L'ideazione e la realizzazione di "Cimone4Kids" tiene in considerazione l'inclusività e l'accessibilità come imprescindibili "principi guida". Inoltre, il progetto si prefigge di valorizzare l'interazione e l'aggregazione sociale e di promuovere la "cultura del rispetto reciproco". Tra le innumerevoli proposte di intrattenimento contemplate dalla rassegna, saranno poste in evidenza le iniziative che si svolgeranno in spazi agevolmente raggiungibili e le esperienze totalmente fruibili da bambini con disabilità motorie. In aggiunta, tutti i laboratori didattici garantiranno il completo abbattimento delle barriere cognitive attraverso attività manuali e giochi sensoriali.

Sostenibilità: Un filone di iniziative inserite in “Cimone4Kids” (contrassegnato da un marchio identificativo) sarà dedicato all’educazione ambientale. Attraverso la pianificazione di laboratori di riciclo creativo, di esperienze all’aria aperta e di attività legate alla conoscenza delle risorse del territorio (ciclo di vita delle piante, ciclo dell’acqua) si cercherà di trasmettere ai bambini la consapevolezza della fragilità degli ecosistemi, incoraggiandoli a coltivare una forte empatia con l’ambiente naturale.

Innovazione: innovazione e tradizione e viceversa, con aumento della interazione con gli stakeholders. In termini di innovazione, ogni anno si tenta di aumentare le esperienze, in modo da trasmettere valori e input ai giovani ospiti: quest’anno inseriremo, tra le novità, laboratori di cucina su ricette della tradizione (crescentine, pasta fresca in genere e altro) e visita dinamica e interattiva ad una fattoria didattica situata poco fuori Fanano. Questa azienda, gestita da un laureato in Agraria, ha iniziato dal 2025 a collaborare con le scuole di tutto il Frignano e si ritiene possa essere un valore aggiunto per tutti i turisti. Oltre al fatto che l’aumento di visibilità creerebbe maggiore engagement e visibilità all’azienda stessa e contestualmente, benessere al territorio. Tra le proposte dell’azienda: laboratori come “Il tempo dell’orto”, “La vita di zafferano e castagna” e “Alla scoperta del frutteto” nell’ottica della conoscenza, sviluppo e divulgazione dell’agricoltura sostenibile poi altre attività come “Una mattina col gregge” e “Spuledriamoci” per interattività con pony e ovini.

Nel 2026 si tornerà a fare provare ai bambini lo sport tradizionale della Ruzzola, molto popolare nell’Appennino Emiliano fino ad Umbria ed Abruzzo. Avendo a disposizione una struttura sportiva dedicata ed una convenzione attiva con l’ASD Ruzzolone Fanano, si ritiene che questa sia un’esperienza unica nel suo genere perché coniuga l’attività motoria con la natura e le tradizioni del territorio.

Si valuterà anche la proposta di laboratori di apprendimento della lavorazione della pietra arenaria locale e di piccola scultura (es. “marcolfe”), altra attività che riveste valore culturale e tradizionale nel territorio.

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

L’interazione tra turisti e tradizioni aumenta l’attrattiva di un territorio secondo la logica della valorizzazione del capitale culturale unico e della creazione di esperienze autentiche. Questa logica trasforma il patrimonio immateriale e materiale in prodotti turistici attraenti, che rispondono a una domanda crescente di esperienze significative e uniche. Il coinvolgimento diretto con la tradizione non solo genera valore economico attraverso la spesa turistica, ma innesca anche processi di rivitalizzazione locale, incentivando la conservazione, la trasmissione delle arti e dei mestieri, e la creazione di nuove opportunità lavorative e imprenditoriali, che qualificano l’identità del luogo.

Turismo esperienziale: Il turista non è più un semplice osservatore, ma diventa protagonista attivo che interagisce con le tradizioni e la comunità locale, vivendo un’esperienza immersiva e memorabile.

Soddisfazione della domanda: Questa modalità di turismo risponde a una crescente domanda di esperienze “autentiche” e “real”, che vadano oltre il turismo di massa superficiale.

Coinvolgimento emotivo: L’interazione diretta crea un legame emotivo più forte tra il turista e il luogo, generando un passaparola positivo e fidelizzando il visitatore.

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

L’interazione tra i vari stakeholders del territorio è fondamentale in “Cimone4Kids”: ecco perché è stata inserita una rosa abbastanza varia di attività, anche delocalizzando alcune di esse. Il tratto comune, comunque, riguarda la comunione tra bambini e natura attraverso il coinvolgimento di professionalità locali e di educatori esperti. La rassegna consentirà quindi alle famiglie e ai giovanissimi di vivere esperienze memorabili a stretto contatto con il territorio, assaggiandone umanamente le: non mancheranno coinvolgenti laboratori didattici dedicati all’artigianato locale (lavorazione della pietra e del legno) e ai prodotti tipici (in particolare, Parmigiano Reggiano, crescentine, frutti di bosco e castagne) e attività ludiche da praticare all’aria aperta o presso i numerosi impianti sportivi presenti in montagna. Inoltre, attraverso la sua pubblicità capillare occorre specificare che “Cimone4Kids” non si limiterà a promuovere solamente le iniziative organizzate direttamente dai Comuni, ma permetterà anche ai tanti soggetti privati attivi sul territorio (Guide Ambientali Escursionistiche, associazioni di promozione sociale, organizzazioni di volontariato, animatori, esercizi commerciali, gestori di strutture sportive, maneggi, caseifici, aziende agricole) di dare risalto alle proprie attività inerenti e coerenti con le finalità del progetto. In questo modo, nell’intento di rafforzare la rete territoriale, si desidera consolidare i legami con i vari attori operanti in Appennino, che senza dubbio rappresentano una risorsa preziosa per assicurare adeguati servizi di animazione e accoglienza turistica.

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

Non si sono registrate criticità, se non, come sempre, riguardanti il reperimento di risorse atte a permettere una maggiore accessibilità al progetto da parte degli utenti. Gli elementi di novità sono stati spiegati nei paragrafi precedenti e sempre coerenti con i parametri principali relativi a sostenibilità economica, accessibilità ed educazione. Nel 2025, nel Comune di Fanano, si sono registrate 2.500 prenotazioni ai laboratori, letture e varie attività di “Cimone4Kids”, senza dimenticare gli oltre 3.500 ragazzi che si sono alternati nelle strutture sportive del territorio (Palaghiaccio trasformato in palestra indoor estiva, Campi da Calcio, Campi da Tennis e Piscina). Una montagna sempre più a misura di bambino.

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Cimone 4Kids 2.0 - Una montagna a misura di bambino	Numero di accessi alla scheda caricata sul sito della Redazione Locale Registrazione numero partecipanti alle diverse iniziative
Stampa del materiale informativo	Quantità di copie distribuite
Comunicazione sui canali social del logo “Cimone4Kids”	Numero di post e di visualizzazioni ed interazioni
Promozione del Video pubblicitario	Numero di visualizzazioni ed interazioni

TOTALE SPESE PREVISTE: € 15.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 15.000,00

PUNTEGGIO: 79

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA