

IAT DEL CIMONE

Soggetto proponente :Comune di Sestola

Prot. n. 36492 del 15/11/2021

Area interessata dal progetto:

Comuni di Fanano, Sestola, Riolunato, Montecreto, Pievepelago, Lama Mocogno, Serramazzone, Fiumalbo.

Descrizione del progetto

Azioni/iniziative che si intendono svolgere nel corso del 2022:

Obiettivi generali

Gli obiettivi generali del progetto consistono nell'individuare linee strategiche di intervento che possano aiutare il territorio dell'Appennino Modenese a confermare una propria identità turistica basata sui temi della valorizzazione responsabile del patrimonio territoriale, ambientale e culturale. L'obiettivo principale è superarne la frammentazione attuale, orientare gli operatori turistici, pubblici e privati, ad investire e operare nel turismo alla luce dei cambiamenti e delle innovazioni negli scenari nazionali, a mettere in sinergia le programmazioni locali con quelle regionali in campo turistico, a identificare e ad attuare azioni e progetti di valenza sovracomunale che vadano nella direzione della nuova destinazione turistica Bologna-Modena.

Obiettivi specifici

Analizzando i modelli di domanda e di offerta turistica a livello regionale, l'obiettivo è quello di raggiungere un "sistema organizzato" le cui linee strategiche perseguono obiettivi quali: innovare, specializzare e integrare l'offerta turistica regionale, accrescere la competitività del sistema turistico, sviluppare un marketing efficace e innovativo e infine realizzare una governance efficiente e partecipata nel processo di elaborazione di un piano di rilancio turistico.

Si ritiene, pertanto, che in tale momento storico – vista anche l'istituzione della nuova Destinazione Turistica ex art. 12-*bis* della L.R. 4/2016 – sia fondamentale, per ripartire, compiere un'analisi critica e al contempo propositiva verso un modello di turismo lontano dai particolarismi e orientato verso la costruzione di un network e la condivisione e il coordinamento delle progettualità. Un modello che sappia guardare in modo trasversale al territorio nella sua interezza, poiché proprio un approccio condiviso e coordinato con altri attori protagonisti è in grado di consentire un futuro più sostenibile e resiliente per l'intero settore.

Il progetto è caratterizzato non soltanto da azioni e interventi espressamente rivolti al miglioramento dei servizi turistici – legati, soprattutto, alle richieste di un turismo esperienziale – ma anche dalla volontà di costruire una nuova visione di organizzazione turistica da sviluppare all'interno dello IAT del Cimone.

I punti nevralgici su cui costruire questa nuova visione comune si possono riassumere per macro-aree di interesse turistico. Più in particolare, si fa riferimento a:

1. un turismo sostenibile sia dal punto di vista sociale che ambientale;
2. lo sviluppo di azioni turistiche caratterizzate da autenticità, sostenibilità e responsabilità;
3. la costruzione di un paradigma di sviluppo non soltanto verticale, concentrato sull'ampliamento della offerta di prodotti disponibili in ogni territorio, ma anche e soprattutto uno sviluppo orizzontale, capace di espandere l'area territoriale di riferimento grazie a un approccio fondato su tematiche trasversali di interesse comune.

4) LA RETE DI ACCOGLIENZA E DI INFORMAZIONE TURISTICA DELLO IAT DEL CIMONE

La rete di accoglienza e di informazione turistica dello IAT del Cimone di Sestola (il quale si identifica come comune capofila) comprende i punti informativi dei comuni di Fanano, Montecreto, Riolunato, Pievepelago, Fiumalbo, Lama Mocogno e Serramazzone.

I punti informativi provvedono a dare informazioni precise e puntuali riguardo l'accoglienza, l'animazione e l'intrattenimento turistico del territorio. Gli operatori degli uffici collaborano costantemente tra di loro per ricevere ed ottenere informazioni riguardo ai servizi turistici presenti sul territorio nonché alla gestione degli eventi di intrattenimento.

I comuni fanno parte quindi di una rete integrata di servizi di informazione turistica volta ad assicurare ai turisti informazioni a carattere locale e regionale.

5) FORMAZIONE DEL PERSONALE E AGGIORNAMENTO DEGLI ADDETTI

La crescita professionale e i percorsi di aggiornamento risultano di fondamentale importanza. È determinante ampliare i programmi formativi di tutto il personale addetto – sia con competenze di coordinamento e problem solving che con competenze di front office – in merito alle strategie e alle best practices da adottare.

Il programma di formazione degli operatori prevede la diversificazione su tre linee di indirizzo: una di carattere manageriale, rivolta allo sviluppo di high skills di coordinamento e alla creazione di una “cultura di rete”; una di carattere prettamente informatico e pratico, rivolta a sviluppare professionalità e competenze di coloro che operano a stretto contatto con il pubblico; e una di carattere storico-culturale.

Pertanto, sono previsti incontri formativi con sul territorio con gli altri uffici IAT e con il coinvolgimento di esperti del settore (con la collaborazione, in particolare, di ModenaTur).

In continuità con quanto intrapreso nel 2021, verranno effettuate ore di formazione professionale tramite l'organizzazione di un corso con il duplice scopo di migliorare le competenze di chi è costantemente a contatto col pubblico nonché di rafforzare le competenze di Digital Marketing.

Inoltre verranno organizzati incontri di formazione direttamente sul campo tramite l'organizzazione di giornate formative alla scoperta delle peculiarità storiche e culturali dei comuni limitrofi (come *educational tour* per gli operatori degli uffici turistici). L'aggiornamento riguardante la conoscenza del territorio, da parte degli operatori che lavorano sul campo, è quantomai indispensabile per riferire informazioni quanto più precise e puntuali ai turisti. L'obiettivo è quello di migliorare sempre di più una conoscenza capillare dell'Appennino e di tutte le sue particolarità in modo da agevolare il turista nell'esplorazione di un territorio da scoprire con facilità e soddisfazione.

6) FUNZIONAMENTO DI RETI TERRITORIALI/VIRTUALI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA

Obiettivi:

- a. Migliorare l'immagine coordinata, unitaria e rappresentativa del territorio di riferimento (anche attraverso il SITur);
- b. Sviluppare una Social Media Strategy al fine di poter raggiungere il più ampio target di riferimento attraverso spazi virtuali di promozione delle iniziative e delle eccellenze del territorio;
- c. Armonizzare i materiali di informazione e promozione in uso presso lo IAT e i rispettivi uffici di informazione turistica;
- d. Sviluppare una brand identity.

a. Sistema di Informazione Turistico Regionale (SiTur)

Prosegue il percorso intrapreso negli anni, di collaborazione tra uffici di informazione e accoglienza tramite il SiTur (Sistema di Informazione Turistico Regionale) che ha portato al consolidamento nel 2021 del sito turistico di riferimento. Il SiTur che si basa sull'apporto di

più soggetti, garantisce un livello di omogeneità minimo tra i diversi territori e, contemporaneamente, dà 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 nella sua completezza. Il sistema informativo regionale si configura pertanto come il risultato della sinergia e della collaborazione di diversi sistemi informativi decentrati, che garantiscono nel tempo la qualità e l'affidabilità delle informazioni fornite, secondo standard qualitativi regionali previsti per l'informazione turistica.

b. Campagna di comunicazione digitale e rafforzamento della Social Media Strategy

Parallelamente al sito prosegue la campagna di incremento dei followers del profilo Instagram e Facebook cercando di comprendere un target più vasto a livello di informazione turistica oltre che all'implementazione di Social Advertising;

Verrà predisposto un piano di comunicazione on/off line per quanto riguarda: comunicazione web, social media marketing e customer satisfaction.

Rafforzare la Social Media Strategy risulta fondamentale per la promozione del territorio dell'Appennino Modenese e sarà concentrata su 5 obiettivi fondamentali:

- Rafforzare la notorietà del territorio per renderlo sempre più riconoscibile aumentando visibilità e pubblico;
- Migliorare il legame e coinvolgimento sviluppando le interazioni, cioè fare in modo che gli utenti abbiano interesse e la curiosità di tornare sul profilo social offrendo contenuti di qualità e d'interesse;
- Mantenere una buona reputazione gestendo le interazioni con gli utenti mettendo in evidenza commenti positivi ed offuscando quelli negativi.
- Migliorare i risultati di promozione nel lungo periodo;
- Monitorare quello che gli utenti desiderano e fidelizzare il turista.

c. Mappa turistica e territorio smart

La realizzazione di una mappa turistica a carattere sovracomunale è di fondamentale importanza per dare l'immagine di un territorio unico e coeso e contribuirà ad un processo di valorizzazione turistica. Per questo motivo si prevede la realizzazione di una mappa bilingue (italiano/inglese) sia in formato cartaceo sia in formato digitale che possa essere distribuita in tutti gli uffici turistici. L'informazione turistica, oggi espressa in numerosi modi (mappe digitali, immagini, racconti, filmati, ecc.), non può dunque prescindere da quella geografica. Questa "nuova cartografia" partecipa alla promozione di destinazioni turistiche e rappresenta un patrimonio informativo per la pianificazione del turismo e delle strategie di marketing territoriale.

Se da un lato è vero che la comunicazione e la promozione territoriale non possono più fare a meno del Web poiché è lì che si trova la maggior parte dei turisti potenziali ed è sempre all'interno del mercato online che numerose persone effettuano le proprie scelte di destinazione è altrettanto vero che i contenuti e la natura delle informazioni che riguardano le diverse località, le attività da svolgere in loco, le tradizioni, la cultura locale, l'enogastronomia, ecc., sono trasmesse e promosse attraverso una molteplicità di forme e formati sempre più interoperabili che non rinunciano, tuttavia, alle rappresentazioni cartografiche e a tutto ciò che possa immediatamente richiamare a un legame diretto con il territorio o con la localizzazione di risorse a cui è spesso associato un elevato livello di qualità, eccellenza e unicità, per il solo fatto di appartenere a una determinata area geografica. L'adozione quindi di adeguate politiche di organizzazione, promozione e comunicazione che scelgano sia una promozione online sia una promozione cartografica più tradizionale può

rivelarsi, in aree geograficamente svantaggiate e lontane dai principali hub di comunicazione, determinante per la definizione di una rinnovata competitività.

Alla realizzazione della mappa seguiranno poi importanti azioni di promozione via web e social della stessa, nonché una distribuzione capillare nei vari uffici turistici.

d. Brand Identity

Avere una Brand Identity è sicuramente un'azione strategica per promuovere un'immagine coordinata di una rete territoriale. Per Brand Identity si intende quell'insieme di elementi relativi alla comunicazione visiva, necessari per veicolare un messaggio, un'idea, un prodotto ed un servizio attraverso un'immagine. Spiccare in mezzo ai concorrenti e indirizzare il messaggio al nostro target attraverso una comunicazione mirata, rimane uno dei fattori più importanti da sfruttare per intraprendere una promozione turistica di successo, oltre, ovviamente, alla qualità del prodotto e/o del servizio che offriamo. Dare quindi un'immagine coordinata per promuovere il brand "Appennino Modenese" passa anche attraverso la dotazione di divise lavorative e/o badge di riconoscimento dal layout coordinato. Un territorio in cui tutti gli operatori degli uffici turistici adottano una stessa divisa, soprattutto nei periodi di maggior afflusso turistico, è sicuramente più efficace a livello visivo e di impatto comunicativo per il prodotto e/o servizio che vogliamo promuovere.

L'immagine coordinata avrà come obiettivi:

- Esprimere la personalità del territorio
- Migliorare la reputazione
- Rafforzare la *brand identity*
- Imprimersi nella mente delle persone; rendersi "memorabili"
- Dare un senso di uniformità e coerenza comunicativa
- Distinguersi dalle altre destinazioni turistiche

7) AZIONI DI INTRODUZIONE E/O CONSOLIDAMENTO DI INNOVAZIONE NEI SERVIZI

Consolidamento dei servizi turistici

Prosegue l'attività della gestione ordinaria dello sportello rivolto al pubblico e del back office:

- Gestione progetto sistema informativo regionale per il turismo tramite il sito www.inappennino-modenese.it ;
- Gestione progetti intercomunali (Sistema Informativo Regionale, calendario eventi);
- Informazione ed accoglienza turistica in linea con gli standard di qualità previsti dalla normativa regionale;
- Il bacino di utenza del servizio parte da livello locale sino ad arrivare a livello regionale;
- Raccolta schede e reclami per disservizi e inoltro all'Ente competente;
- Iscrizioni, prenotazioni, verifica disponibilità (eventi, spettacoli, visite guidate) su richiesta dell'utente;
- Servizio di prenotazione guide turistiche;
- Servizio di verifica disponibilità del pernottamento delle strutture ricettive del territorio comunale di competenza in forma di last minute come previsto dalla normativa regionale;
- Promozione eventi locali;
- Spedizione a mezzo posta di materiale informativo sul territorio;
- Produzione di materiale specifico inerente a servizi presenti sul territorio o specifici eventi a carattere culturale, sociale, sportivo.
- Ideazione, gestione e/o partecipazione nell'organizzazione di manifestazioni ed eventi;
- Tenuta ed elaborazione scheda contatti per statistiche generali;
- Strumenti facoltativi di indagine sulla soddisfazione dell'utente, di tipo continuativo o una-tantum;

- Distribuzione tesserini dei funghi;
- Distribuzione tesserini pesca;
- Attività costante di collaborazione con le associazioni sportive, culturali e ricreative operanti sul territorio;
- Gestione e prenotazione delle strutture sportive (palasport, palestra, campi sportiva) e ricreative, prenotazione di ritiri sportivi anche a livello regionale e nazionale;
- Lettura quotidiani;
- Servizio wi-fi gratuito per i turisti
- Servizio fax/fotocopie
- Postazione internet gratuita c/o l'ufficio.

IAT Itinerante

Ripresa del progetto di “IAT Itinerante”, iniziato nel 2019, e interrotto temporaneamente nel 2020 e 2021 a causa della situazione pandemica, che prevede l'utilizzo di personale appositamente formato munito di idonea attrezzatura (desktop portatile e apribile con un'adeguata ideazione grafica, pc, connessione a internet, vele pubblicitarie, ecc.) che presidia i luoghi in cui si svolgono manifestazioni e/o iniziative di vario genere dove sia presente un elevato numero di turisti (es. Passo del Lupo per gare sciistiche e/o iniziative sulla neve, Festa del Parmigiano Reggiano a Lama Mocogno, Festa del Mirtillo a Fanano ecc...).

L'obiettivo rimane quello che l'informazione e l'accoglienza si spostino nei luoghi laddove si concentra maggior intensità turistica, o per vocazione naturale o in occasione di determinati eventi, e che coinvolga i turisti presenti in loco, i quali oltre a partecipare all'evento in programma ricevono anche un'adeguata accoglienza e conoscenza del territorio in cui si trovano e vengono messi a conoscenza relativamente ai successivi appuntamenti per la fidelizzazione del turista nel futuro.

“IAT diffuso”

Ripresa e potenziamento del progetto iniziato qualche anno fa denominato “IAT Diffuso”. Tale azione prevede il coinvolgimento degli operatori delle attività a valenza turistica (alberghi, ristoranti, commercianti, B&B e Agriturismi, noleggi, agenzie immobiliari) tramite l'organizzazione di incontri di formazione che possano qualificare ulteriormente la domanda turistica. Avere sul territorio, la presenza di operatori debitamente formati e capaci di accogliere un turista qualifica non solamente l'informazione data ma l'intero sistema turistico. La valorizzazione delle professionalità turistiche e il coinvolgimento diretto della cittadinanza in attività formative sviluppa infatti la qualità dell'accoglienza turistica.

- ***Azioni di innovazione dei servizi turistici***
- ***CREAZIONE DI ITINERARI VIRTUALI E AZIONI DI CONOSCENZA DEL TERRITORIO:***
La maggior parte dei turisti inizia a progettare i propri viaggi grazie alle informazioni trovate online. Per questo motivo la creazione di itinerari virtuali a valenza sovracomunale, che permetta una conoscenza delle peculiarità del territorio e che consenta al turista già da casa di ottenere informazioni e di farsi un'idea dell'esperienza che andrà a vivere è di fondamentale importanza. Qualunque attività e professione turistica, pubblica o privata, che organizza abitualmente visite guidate, ha dovuto fronteggiare il momento di emergenza sanitaria e di impossibilità di viaggiare ideando nuove offerte di itinerari virtuali. Si proporrà quindi un nuovo format di turismo immersivo e di esplorazione a distanza di luoghi, siti archeologici e culturali, parchi, basati su descrizioni di itinerari corredati da foto reali, e “mobile friendly”. L'iniziativa garantirà ai *viaggiatori 2.0* di poter esplorare entusiasmanti percorsi turistici e culturali restando comodamente a casa, per poi decidere di vivere questa esperienza sempre più unica, interattiva e partecipativa recandosi sul territorio. Il marketing della coerenza parte dal digitale, infatti il

turista, oggi più che mai, si aspetta coerenza tra aspettative e servizio, tra quello che viene raccontato online e cosa trova realmente sul territorio.

Lo sviluppo innovativo della promozione turistica passa quindi anche attraverso un ripensamento del territorio nella sua interezza con lo sviluppo di itinerari tematici capaci di conferire al visitatore delle informazioni improntate su una visione d'insieme del territorio di riferimento.

Le aree di interesse individuate in prima battuta riguardano:

- il turismo culturale (musei, biblioteche, centri culturali, ...);
- il turismo verde (in particolare, trekking e cicloturismo);
- il turismo bianco;
- il turismo scolastico.

In particolare, con riferimento al turismo culturale si intende raccogliere informazioni riguardanti tutte le eccellenze museali distribuite nel territorio con fine di informare il turista circa uno o più percorsi tematici capaci di collegare le realtà di interesse presenti nei Comuni dello IAT del Cimone. Tale operazione può costituire un primo passo verso la costruzione di una *card museale* valida in tutte le strutture.

Con riferimento al turismo verde e al turismo bianco, si tratta di valutare ed eventualmente ripensare gli itinerari – sia a piedi che con e-bike, sci e ciaspole – già presenti all'interno del sito internet www.inappenninomodenese.it. Lo scopo è quello di migliorare la presentazione degli itinerari già sviluppati col fine di conferire informazioni più dettagliate dei percorsi e delle opportunità che la montagna offre al visitatore.

Infine, con riferimento al turismo scolastico, si intende intraprendere un percorso informativo rivolto alle scuole del territorio e, più in generale, dell'intera Provincia. Lo scopo è quello di sviluppare, attraverso la promozione del territorio, un rapporto con gli Istituti Comprensivi per permettere alle scuole di effettuare gite scolastiche e visite in giornata dei punti di interesse più significativi sia dal punto di vista culturale che dal punto di vista paesaggistico e sportivo.

- **HUMAN FACTOR:** l'introduzione di figure professionali con specifiche competenze, quali ad esempio guide ambientali ed escursionistiche o esperti culturali, può essere inteso come un upgrade dell'informazione turistica. A livello pratico la presenza di queste figure qualificate all'interno degli uffici turistici o durante particolari iniziative, oltre a qualificare l'informazione, allo stesso tempo fidelizza il turista e lo pone in una relazione di empatia con la guida o il professionista. La ripresa della socialità e delle relazioni interpersonali, che abbiamo parzialmente perso a causa delle restrizioni sociali imposte dalla pandemia, è di fondamentale importanza per una ritrovata comunicazione interpersonale.
- **ANIMAZIONE ON-SITE:** Si prevede la realizzazione di attività culturali e/o artistiche ambientate nei locali stessi degli info-point o negli spazi immediatamente attigui per permettere al turista di essere partecipe di un territorio.
- **CUSTOMER SATISFACTION:** Si prevede inoltre la rilevazione informatizzata dei dati e sull'indice di gradimento dei servizi attraverso la compilazione di questionari e schede di rilevazione create ad hoc.

8) AZIONI DI COLLEGAMENTO E/O CONDIVISIONE DI INFORMAZIONI CON ALTRI IAT/UIT PROVINCIALI

Relativamente alle azioni di collegamento e/o condivisione di informazioni con altri uffici turistici della rete provinciale si prevede di realizzare azioni in collaborazione con gli IAT e UIT della Provincia di Modena più attigui al nostro territorio (a titolo esemplificativo: IAT di Vignola, UIT di Pavullo e IAT di Maranello).

La questione di prossimità territoriale è di fondamentale importanza per la condivisione di azioni di comunicazione e interscambio di informazioni, in quanto la logica della vicinanza agevola

l'obiettivo di sviluppo di una rete di diffusione dell'informazione turistica che va oltre il territorio comunale. Le azioni che si prevedono in questo senso per l'anno 2022 saranno le seguenti:

- Scambio di materiale informativo turistico attraverso l'apporto fisico di materiale cartaceo presso i più vicini uffici IAT e UIT della provincia di Modena (UIT Pavullo nel Frignano, IAT Vignola, IAT Maranello, ecc); In questa azione rientra la distribuzione della mappa di cui al punto 3.comma c. per presentare un territorio unico e coeso ovvero il territorio dell'Appennino Modenese.
- Apposizione di un link o un box di collegamento sul nostro sito di riferimento www.inappenninomodense.it per quanto riguarda le attività svolte dagli altri punti informativi e attivazione di una newsletter tra IAT e UIT per la conoscenza degli eventi di maggior rilievo sul territorio;
- Educational Tour rivolti agli operatori degli uffici turistici della Provincia che permettono uno scambio di conoscenze che si ripercuote sulla qualità dell'offerta delle informazioni turistiche. Se un territorio è semplicemente una Regione o zona geografica, una destinazione turistica è invece un ambito territoriale nel quale ha sede un complesso di attrattive che possono soddisfare i bisogni e gli interessi di un determinato segmento di domanda turistica. Conoscere e saper raccontare le attrattive turistiche di un determinato territorio, che vada anche oltre, il proprio confine comunale, è una carta che può rivelarsi utile per la promozione del territorio.

9) SPESE PER EVENTI DI PROMOZIONE TURISTICA

Punto nevralgico dell'accoglienza in Appennino è la realizzazione di un ricco palinsesto di eventi e animazioni atte a soddisfare le esigenze dei numerosi turisti che, in buona parte, scelgono anche per questo il nostro territorio quale meta delle loro vacanze;

TOTALE SPESE PREVISTE € 623.430,66

Valutazione: Sufficiente — Attribuzione di merito: p.ti 63,28

Criterio 1	Criterio 2	Criterio 3	Criterio 4	Criterio 6	Criterio 5	TOTALE PUNTI
Dimensione territoriale	Offerta turistica	Reti	Innovazione	Raccordo IAT	Formazione	
20,00	18,28	5	10	5	5	63,28