

IMOLA FAENZA TOURISM COMPANY S.C. A R.L.

Presentazione: azienda, sede, oggetto, servizi e/o attività significative, personale, capacità di fare rete con soggetti territoriali.

Imola Faenza Tourism Company (in breve IF s.c.ar.l.) è una società consortile nata nel luglio 2016 dalla fusione per incorporazione di "S.T.A.I. S.c.r.l." (Società Turismo Area Imolese) con la incorporata "Società di Area Terre di Faenza S.c.r.l. L'attuale assetto societario risulta composto dal 54% di soci privati (operatori del settore turistico, associazioni di categoria, ecc.) e dal 46% di soci pubblici (CON.AMI, costituito da 23 comuni di cui 16 nel territorio presidiato da IF, Nuovo Circondario Imolese, Unione della Romagna Faentina e Ente di gestione per i Parchi e la Biodiversità Romagna).

Ai sensi dell'articolo 2428 C.C.si segnala che l'attività viene svolta nelle seguenti sedi:

- sede principale in Imola (BO), Piazza Ayrton Senna da Silva n. 2, presso l'Autodromo Internazionale "Enzo e Dino Ferrari";
- sede secondaria in Riolo Terme (RA), Corso Matteotti n. 40;
- altre sedi:
 - Outlet Castel Guelfo (BO), Via del Commercio n. 20/D;
 - Casola Valsenio (RA), Via Cardello n. 5;
 - Faenza (RA), Voltone della Molinella n. 1.
 - Brisighella (RA), Via Naldi, 2.
 - Info point eXtraBO Bologna, Piazza Nettuno 2.

La nascita di IF - IMOLA FAENZA TOURISM COMPANY s.c.ar.l. ha unito il territorio imolese e faentino, dotandolo di un nuovo strumento per la governance della filiera turistica, anticipando le opportunità messe in campo l. r. 4/2016, che ha istituito i soggetti pubblici deputati alla gestione delle politiche turistiche: le "Destinazioni Turistiche" Bologna, Romagna ed Emilia. Le D.T. sono al centro della filiera turistica sui rispettivi territori e assicurano il coordinamento con le politiche e le attività di promo-commercializzazione regionali di APT Servizi (l'Azienda di Promozione Turistica della Regione), garantendo un'operatività su aree che devono essere le più estese possibili.

Attualmente, IF è l'unica DMC regionale (Destination Management Company) che opera su due Destinazioni Turistiche: la D.T. Bologna Modena (10 Comuni del Nuovo Circondario Imolese) e la

D.T. Romagna (6 Comuni dell'Unione Romagna Faentina). Inoltre, IF fa parte della rete d'impresе supportata da APT Servizi e denominata Emilia Romagna Welcome, che ha il compito di promuovere i principali prodotti turistici e le principali offerte dei territori. IF rappresenta quindi, per la sua natura e per la sua compagine sociale fortemente rappresentativa del territorio, un caso virtuoso di sistema turistico locale, in grado di unire territori complementari e realizzare azioni promocommerciali sui "prodotti trasversali" all'interno dei grandi brand come Motor Valley, Food Valley e Wellness Valley.

L'apertura dell'Agenzia Viaggi (LIFE IN TOUR), resa possibile dalla crescita professionale del personale dipendente, è un risultato fondamentale che permette ad IF di avere il completo controllo di tutte le attività caratteristiche della filiera turistica e di poter operare in piena libertà sul mercato inserendosi a pieno titolo nell'intermediazione commerciale e vendita dei pacchetti turistici.

Si sintetizzano di seguito le principali attività che IF oggi esercita in piena autonomia:

1. INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA TURISTICA

Si tratta di erogazioni di servizi definiti "di interesse generale", e pertanto oggetto di specifici finanziamenti da parte di Regione, D.T. e Comuni, necessari a garantirne l'erogazione. Si elencano gli Uffici gestiti direttamente da IF:

- Gestione di tutti gli uffici di informazione turistica del territorio IAT e UIT dell'Unione Romagna Faentina a seguito dell'aggiudicazione del Bando indetto dall'URF (periodo 2019-2022): IAT Faenza, IAT Riolo Terme, UIT Casola Valsenio, UIT Brisighella;
- Gestione dell'info point presso l'Hub turistico dell'Autodromo internazionale Enzo e Dino Ferrari di Imola;
- Gestione dell'info point presso l'Outlet di Castel Guelfo (visitato da oltre 2,6 milioni di persone/anno, che rappresenta uno dei punti di maggior visibilità del territorio);
- Gestione del Punto informativo-promozionale "ExtraBO", sito in Piazza del Nettuno a Bologna (a seguito dell'aggiudicazione del Bando per l'assegnazione degli spazi);
- Gestione info point turistico Casa del Fiume di Borgo Tossignano (a seguito di convenzione con Ente di Gestione per i Parchi e la Biodiversità – Romagna per la gestione strategica del Centro Visite della Casa del Fiume, porta d'accesso del versante bolognese della Vena del Gesso Romagnola).

2. ATTIVITA' DI PROMOZIONE TURISTICA

Si tratta dell'attività principale, anch'essa definita "d'interesse generale", che vede IF impegnata, in sinergia con APT Servizi e con le 2 Destinazioni Turistiche di riferimento, nella valorizzazione del territorio in chiave turistica attraverso le seguenti azioni:

- Partecipazione a fiere nazionali ed internazionali (individuare seguendo la strategia contenuta nel progetto triennale di promo-commercializzazione approvato dalla Regione);
- Organizzazione di Educational Tour sul territorio riservati a Tour Operator internazionali specializzati nei prodotti turistici di riferimento, in autonomia ed in coordinamento con le altre DMO e DMC limitrofe, sempre sotto il coordinamento di APT Servizi e D.T.;
- Organizzazione di Press Tour di settore, riservati a giornalisti specializzati nei tematismi e prodotti turistici target;
- Partecipazione a Workshop e Serate promozionali APT e D.T., per incontrare i principali operatori del mondo dell'intermediazione turistica;
- Gestione dei siti internet, delle pagine Social e delle realizzazioni delle campagne social attraverso gli altri siti di riferimento delle Destinazioni (Visit Romagna, Bologna Welcome, Emilia Romagna Welcome, Extrabo, Emilia Romagna Turismo, In Emilia Romagna);
- Produzione di tutto il materiale digitale e cartaceo di promozione del territorio (mappe, brochure, flyer...) degli eventi turistici e degli altri strumenti richiesti dal mercato o da singole azioni di APT Servizi (APP, mappe interattive georeferenziate, contenuti VR e AR);
- Gestione dell'Ufficio Stampa interno per garantire la comunicazione interna nei confronti dei principali stakeholder del territorio e per raggiungere in maniera efficace i contatti commerciali rappresentati da Agenzie Viaggi, Tour Operator nazionali e stranieri.

3. ATTIVITA' DI GESTIONE SPAZI ED EVENTI

Ad oggi IF è impegnata anche nella gestione diretta di spazi e strutture, principalmente dedicati allo sviluppo del settore MICE, settore turistico strategico ed in forte crescita, che permette di intercettare nuovi flussi turistici dall'Italia e dall'Estero. Ad oggi le principali gestione riguardano:

- Hub turistico Autodromo:

- Gestione sala simulatori di guida Sim Sdeed Room, dotata di 5 postazioni fisse);
- Gestione della Conference Room Ayrton Senna (99 posti);

- Gestione dello store dell'Autodromo, con vendita del merchandising legato ai principali marchi del motorsport;
- Gestione della biglietteria on-site dell'Autodromo di Imola, facente parte del network nazionale Ticket One;
- Co-gestione in sinergia con Formula Imola degli altri spazi dedicati al MICE in Autodromo (Media Center, terrazza paddock, etc.);
- Casa museo "Il Cardello" dello scrittore Alfredo Oriani (Casola Valsenio), che fa parte della rete nazionale delle Case Museo IBC (Istituto Beni culturali). Gestione delle aperture, della biglietteria e delle visite guidate;
- Casa Pifferi: struttura polifunzionale annessa al complesso museale "Il Cardello" di Casola Valsenio, dotata di sala polifunzionale da 99 posti ed adibita principalmente a matrimoni, cerimonie, conferenze);
- Gestione degli store attivati presso gli uffici informazioni turistiche di Faenza, Brisighella e Riolo Terme, sviluppo delle linee di merchandising in vendita;
- Gestione ed organizzazione di eventi, convegni, mostre nei principali luoghi del territorio.

4. ATTIVITA' DI COMMERCIALIZZAZIONE

Si tratta dell'attività che ha le maggiori potenzialità di crescita e che sarà sempre più stimolata anche dai nuovi indirizzi regionali nel triennio 2022-2024, che condurranno le azioni delle DMC verso il rafforzamento delle attività d'impresa con l'obiettivo di creare realtà campaci di stare sul mercato, indipendentemente dalla gestione dei servizi d'interesse generale (informazione/accoglienza turistica e promozione del territorio), in previsione di una graduale riduzione delle risorse pubbliche stanziare per tali servizi.

Sino ad oggi IF si è concentrata principalmente sulla commercializzazione dei singoli servizi, delle attività ed esperienze da fare in giornata, ma la piena operatività dell'Agenzia Viaggi permetterà di confezionare e vendere pacchetti turistici legati al territorio con l'obiettivo di focalizzare l'attività di IF sull'incoming. A regime l'Agenzia dovrà gestire la crescita delle proposte e delle offerte partendo dalla valorizzazione dei servizi turistici e delle attività fornite direttamente dai Soci e dagli operatori privati presenti sul territorio. Tutto ciò rappresenta la naturale evoluzione delle DMC, in linea con quanto previsto dalla legge regionale di riordino del sistema turistico n. 4 del 2016.

Esperienza maturata negli ultimi tre anni (2017-2018-2019) in attività di promo-commercializzazione e/o marketing territoriale e/o turistico a favore di pubbliche amministrazioni e/o sue forme associative/consortili; alcuni esempi:

1.1 Progetto di marketing turistico in sinergia con il Comune di Cervia, Cervia Turismo (PTPL Romagna) Il progetto "Un'offerta turistica multiprodotto per la valorizzazione della Destinazione Romagna" ha previsto la realizzazione di materiali promozionali, iniziative di advertising, la partecipazione a fiere e workshop, l'organizzazione di educational per operatori del settore turistico ed implementazione siti web per attività promozionali e di e-commerce. Anno 2017. Committente/referente: Comune di Cervia.

1.2 Progetto GEOIF - Il progetto consiste nello sviluppo di una mappa turistica interattiva del territorio IF, con annesso servizio di acquisizione, elaborazione e comunicazione dell'offerta turistica del territorio. L'obiettivo è rendere pienamente fruibile la geografia del turismo locale partendo dalla georeferenziazione dei dati di interesse culturale, storico, naturalistico, ricettivo, enogastronomico e sportivo. Il progetto è stato presentato sul bando regionale POR-FESR, Asse I, Ricerca e Innovazione, Bando per Progetti di innovazione di prodotto o di servizio ed ha ottenuto un contributo a fondo perduto pari al 50% dell'investimento (determina della Regione n. 20549 del 21/12/2016). Anno 2017. Committente/referente: Regione Emilia Romagna.

1.3 Progetto "Romagna4Bike - MTB Trail"- Il progetto prevede l'istituzione di un brevetto da rilasciare a quanti, amatori ed escursionisti, si impegnano nel percorso proposto, con partenza dall'autodromo di Imola e arrivo al MIC, di Faenza. Il brevetto ROMAGNA4BIKE - MTB TRAIL è stato co-finanziato dalla Regione, tramite l'Unione della Romagna Faentina, in quanto ritenuto un importante e innovativo strumento di promozione, in perfetta simbiosi con le politiche di sviluppo dell'eco-turismo e in linea con la vocazione dei luoghi attraversati. L'istituzione del brevetto mette in rete tutte le realtà protagoniste dello sviluppo del turismo del nostro territorio: Enti Locali, associazioni di categoria e sportive, strutture ricettive, azienda agricole, Pro-loco; per iniziare a creare un distretto della MTB e far radicare questa attività sul nostro territorio, considerando le forti ricadute in termini turistici ed economici potenzialmente esprimibili. Anno 2017. Committente/referente: Unione della Romagna Faentina.

1.4 Progetto di promo-commercializzazione turistica "IF 2017 - il cuore pulsante dell'Emilia Romagna" ex L.R. 7/1998 – Il progetto contiene le attività ed iniziative promo-commerciali che IF ha realizzato nel 2017. Con deliberazione di Giunta regionale n. 2313 del 21/12/2016 il progetto è stato ammesso a co-finanziamento. Il progetto ha previsto la produzione di materiali promozionali, spese

pubblicità, ufficio stampa, realizzazione educational tour per giornalisti e operatori del turismo, partecipazione a fiere e workshop, sviluppo di strumenti e contenuti per il web, creazione di itinerari turistici e percorsi. Anno 2017. Committente/referente: Regione Emilia Romagna.

1.5 I Colori dell'Autunno - Arte, cibo, cultura e passione a Imola - Il progetto di promozione turistica locale (Comune di Imola e Associazioni di categoria del territorio imolese) si è sviluppato in quattro sabati del mese di ottobre 2018. Ad ogni giornata, dedicata alla promozione del territorio imolese, è stata abbinata una particolare peculiarità, mettendo in risalto sfaccettature e potenzialità con forti connotati turistici: la città di Imola, tra l'Emilia e la Romagna, sul confine marcato dalla via Emilia, è epicentro per il Food, il Wellness, la Motor Valley ed è anche Città D'Arte. Queste le quattro declinazioni dei percorsi previsti dal progetto "I colori dell'autunno". Ogni giornata ha previsto attività, visite e laboratori dedicati ai bambini, menù a tema a cura dei ristoranti del circondario aderenti all'iniziativa e itinerari aperti, curiosi ed insoliti, tutti volti a valorizzare gli aspetti turistici della città. Anno 2017. Committente/referente: Comune di Imola.

1.6 Progetto di sviluppo Hub turistico dell'Autodromo Enzo e Dino Ferrari di Imola: realizzazione di azioni ed iniziative di sviluppo turistico e territoriale 2017 – A seguito dell'aggiudicazione, ad inizio 2017, degli spazi destinati ad ospitare all'interno dell'hub la propria sede, IF ha presentato a CON.AMI un progetto per lo sviluppo e il lancio dello stesso attraverso la mappatura di nuove funzioni e nuovi servizi complementari all'attività caratteristica dell'Autodromo, anche grazie all'individuazione di specifiche aree tematiche. Anno 2017. Committente/referente: CON.AMI.

1.7 IF 2017 – Progetto per la realizzazione di azioni ed iniziative di sviluppo turistico e territoriale per il Comune di Castel San Pietro. Il progetto ha previsto la realizzazione di materiali promozionali, iniziative di advertising, la partecipazione a fiere e workshop, l'organizzazione di educational e press tour per operatori e giornalisti del settore turistico ed implementazione siti web per attività promozionali. Anno 2017. Committente/referente: Comune di Castel San Pietro Terme.

1.8 IF 2017 – Progetto per la realizzazione di azioni ed iniziative di sviluppo turistico e territoriale per il Comune di Dozza - Il progetto ha previsto la realizzazione di materiali promozionali, iniziative di advertising, la partecipazione a fiere e workshop, l'organizzazione di educational e press tour per operatori e giornalisti del settore turistico ed implementazione siti web per attività promozionali. Anno 2017. Committente/referente: Comune di Dozza.

1.9 IF 2017 – Progetto per la realizzazione di azioni ed iniziative di sviluppo turistico e territoriale nei Comuni dell'Unione della Romagna Faentina - Il progetto ha previsto la realizzazione di materiali promozionali, iniziative di advertising, la partecipazione a fiere e workshop, l'organizzazione di

educational e press tour per operatori e giornalisti del settore turistico ed implementazione siti web per attività promozionali. Anno 2017. Committente/referente: Unione della Romagna Faentina.

1.10 Progetto “LUFTHANSA CITY CENTER” – Il progetto, realizzato per Apt Servizi, ha visto l’organizzazione e gestione di un educational tour riservato ad agenti di viaggio del network Lufthansa City Center. In sintonia con quanto previsto dalle Linee Guida Regionali per il triennio 2018/2020, si è mirato a mercati lontani, quali Sud America (Argentina) e Paesi dell’estremo Est Europa/Asia (Azerbaijan, Armenia, Ucraina), senza trascurare quei Paesi dell’Est Europa più di prossimità. Tale scelta, fatta in previsione di un aumento della permanenza media, maggior spesa, destagionalizzazione, è stata consolidata anche negli anni successivi con l’organizzazione di ulteriori educational e azioni di comunicazione internazionale. Il tour è stato costruito su un territorio ampio che presenta proposte e offerte turistiche diverse e variegate, seppur sinergiche tra loro in grado di risultare appetibili per i Tour Operator: città d’arte e cultura quali Bologna, Ravenna e Faenza, borghi storici come Brisighella e Dozza, le particolarità naturalistiche legate alla Vena del Gesso Romagnola e alle Saline di Cervia, lo sport internazionale richiamato dall’Autodromo Enzo e Dino Ferrari di Imola e quello più slow degli itinerari collinari, il tutto accompagnato dai sapori dei prodotti e della cucina tipica. Anno 2017. Committente/referente: Apt Servizi Emilia Romagna.

1.11 “IF – Italian Factory” L.R. 4/2016 - Il progetto (triennale) contiene le attività ed iniziative promo-commerciali che IF ha realizzato nell’annualità 2018: produzione di materiali promozionali, spese pubblicità, ufficio stampa, realizzazione educational tour per giornalisti e operatori del turismo, partecipazione a fiere e workshop, sviluppo di strumenti e contenuti per il web, creazione di itinerari turistici e percorsi. Anno 2018. Committente/referente: Regione Emilia Romagna.

1.12 “Obiettivo Bike – esperienze nel territorio dell’Unione della Romagna Faentina” (PTPL Destinazione Romagna) – Il progetto ha previsto la realizzazione di azioni promozionali rivolte principalmente al target degli appassionati di MTB, ciclismo e cicloturismo. Le azioni sono state rivolte non solo al turista italiano, ma anche a quello proveniente dal centro e nord Europa ed in particolare da Germania, Austria, Svizzera, Benelux, Francia, Polonia, Paesi Scandinavi, Spagna e Portogallo. Anno 2018. Committente/referente: Destinazione Turistica Romagna.

1.13 “Lo sviluppo economico e turistico del territorio e dell’Autodromo Internazionale Enzo e Dino Ferrari di Imola attraverso la capacità di essere accoglienti con iniziative ed attività unusual” - Progetto presentato a CON.AMI per realizzazione di servizi di sviluppo dell’Hub Turistico presso l’Autodromo Internazionale Enzo e Dino Ferrari di Imola ad integrazione del progetto 2017. Anno 2018. Committente/referente: CON.AMI.

1.14 “Progetto turistico con realtà virtuale per la valorizzazione della figura del Liutaio Poggi” - sviluppo di realtà virtuale volto alla valorizzazione della figura del liutaio e musicista Poggi (all'interno del Museo Civico di Medicina è visitabile una stanza dedicata al liutaio ricca di oggetti, testimonianze e strumenti di lavoro utilizzati dallo stesso Poggi nel proprio laboratorio). Il progetto si prefiggeva di implementare un attrattore turistico/culturale che favorisse la divulgazione del personaggio e del mestiere stesso. Il target finale dell'esperienza VR è sia il turista e visitatore che la didattica con il mondo delle scuole. Anno 2018. Committente/referente: Comune di Medicina.

1.15 “IF 2018: Attività di promo-commercializzazione sul territorio dell'Unione della Romagna Faentina” - Il progetto ha previsto la realizzazione di materiali promozionali, iniziative di advertising, la partecipazione a fiere e workshop, l'organizzazione di educational e press tour per operatori e giornalisti del settore turistico ed implementazione siti web per attività promozionali. Anno 2018. Committente/referente: Unione della Romagna Faentina.

1.16 “IF – Invitation Fam trip 2018: attività di promo-commercializzazione alla scoperta del territorio del Comune di Castel San Pietro Terme e del circondario imolese” - Il progetto ha previsto in particolare l'organizzazione di educational e press tour per operatori e giornalisti del settore turistico e altre azioni di comunicazione (redazionale rivista Paradiso, realizzazione e stampa materiali promozionali, acquisto pagine tabellari, web marketing, ecc), nonché la mappatura e implementazione di percorsi bike nel territorio di Castel San Pietro Terme. Anno 2018. Committente/referente: Comune di Castel San Pietro Terme.

1.17 Gestione Info Point presso l'Hub Turistico dell'Autodromo Internazionale Enzo e Dino Ferrari. A seguito del trasferimento (marzo 2018) nella nuova sede presso gli spazi approntati dal CON.AMI all'interno dell'Hub turistico dell'Autodromo di Imola, IF ha strutturato i nuovi servizi da erogare ai turisti, al pubblico dell'autodromo ed alla società Formula Imola (come centro servizio dell'Autodromo). In particolare sono stati implementati i seguenti servizi: accoglienza ed informazione turistica - grazie ai nuovi allestimenti funzionali a tale attività ed al nuovo materiale informativo realizzato; servizio di biglietteria on-site per i principali eventi in programma (servizio definito dal contratto sottoscritto con Formula Imola); organizzazione attività della sala simulatori implementando le giornate dedicate alle attività d'incentive e team building dedicate ai clienti corporate e business; affitto Conference Room Ayrton Senna in occasione dei principali eventi e anche per attività incentive aziendali; implementazione delle visite guidate in autodromo con il servizio di Navetta (navetta Motor Site), definite in accordo con Formula Imola nelle giornate conciliabili con l'attività di pista; implementazione e vendita del merchandising dell'Autodromo in

accordo con Formula Imola e vendita del merchandising dedicato a Senna con autorizzazione della Fondazione Ayrton Senna. A partire dal 2018. Committente/referente: CON.AMI.

1.18 Progetto in partnership con Apt Servizi per la realizzazione di azioni di promo-commercializzazione Motor Valley e Food Valley – attivazione di azioni di promozione Motor Valley e Food Valley rivolte a T.O Sud America (in particolare Brasile e Argentina), Nord America ed Europa (circuito Lufthansa City Center). Promozione a San Paolo (Brasile) mostra presso Museo Checco Costa in vista delle celebrazioni del 25° anniversario della morte di Ayrton Senna; promozione evento del 1° maggio del 2019 con la partecipazione di tanti piloti dell'epoca di Senna ed altre manifestazioni complementari alla mostra. Le azioni hanno coinvolto tutte e tre le D.T. della Regione, da Parma sino a Cervia e Ravenna. A corollario delle iniziative motoristiche sono state organizzate attività legate agli altri importanti temi turistici delle Regione Emilia Romagna: enogastronomia, arte e cultura. Anni 2018 e 2019. Committente/referente: Apt Servizi Emilia Romagna.

1.19 Progetto per la realizzazione di attività di promo-commercializzazione alla scoperta del territorio del Comune di Dozza e del circondario imolese - Il progetto ha previsto la realizzazione di materiali promozionali, iniziative di advertising, la partecipazione a fiere e workshop, l'organizzazione di educational e press tour per operatori e giornalisti del settore turistico ed implementazione siti web per attività promozionali. Anno 2019. Committente/referente: Comune di Dozza.

1.20 "IF – Italian Factory" L.R. 4/2016 - Il progetto (triennale) contiene le attività ed iniziative promo-commerciali che IF ha realizzato nell'annualità 2019: produzione di materiali promozionali, spese pubblicità, ufficio stampa, realizzazione educational tour per giornalisti e operatori del turismo, partecipazione a fiere e workshop, sviluppo di strumenti e contenuti per il web, creazione di itinerari turistici e percorsi. Anno 2019. Committente/referente: Regione Emilia Romagna.

1.21 "MOVIMENTO LENTO: la bici per scoprire itinerari, eventi, storia e tradizioni delle vallate tra Santerno e Sillaro." (PTPL D.T. Metropolitana) - Il progetto prevedeva la realizzazione di una sorta di evento della durata di una settimana in cui al cicloturista ed ai suoi accompagnatori veniva offerta la possibilità di provare le diverse opportunità che il nostro territorio può offrire, attraverso l'acquisto di pacchetti, predisposti per l'occasione e validi solo per la durata dell'evento, a prezzi particolarmente vantaggiosi. La formula della settimana promozionale è stata riproposta nell'arco dell'anno, in concomitanza con alcuni eventi di particolare richiamo svolti sul territorio. In tali occasioni, il cicloturista ed eventuali accompagnatori hanno provato escursioni anche guidate nel

territorio e nel Parco della Vena del Gesso Romagnola, pacchetti dedicati nelle Terme, visite anche con guida ai centri storici e a Musei, degustazioni di prodotti tipici. Sono stati organizzati transfer per piccoli gruppi per il collegamento con le località vicine. Anno 2019. Committente/referente: Destinazione Turistica Bologna Città Metropolitana.

1.22 “E-bike E-xperience” (PTPL D.T. Romagna) – Progetto dedicato alla promozione del cicloturismo elettrico (il mondo delle e-bike è infatti in grande espansione in quanto permette a tutti di vivere l’esperienza della bicicletta), una forma di turismo responsabile che sceglie il contatto con il territorio e le sue ricchezze nel pieno rispetto dell’ambiente e delle comunità locali: organizzare tour in bici elettrica per tutte quelle persone che amano la natura, la cultura, ma anche il buon cibo e il buon vino, viaggiatori responsabili e avventurosi, pronti a pedalare, senza dover essere necessariamente dei campioni. Anno 2019. Committente/referente: Destinazione Turistica Romagna.

1.23 Progetto per la realizzazione di azioni di promo-commercializzazione sviluppate per il Comune di Imola e il Circondario Imolese. – Il progetto presentato a CON.AMI ha previsto la realizzazione di attività ed iniziative legate al “motor” e Motor Vally, l’organizzazione e gestione attività ed iniziative legate al “bike”, l’implementazione app e siti web, la realizzazione offerte commerciali tematiche e supporto alla commercializzazione, partecipazione ferie, workshop, incontri b2b, l’ideazione e realizzazione materiali promozionali, gestione azioni di comunicazione, coordinamento varie attività ed iniziative, supporto, analisi ed elaborazione dati turistici. Anno 2019. Committente/referente: CON.AMI.

1.24 Progetto in collaborazione tra il Comune di Imola – Musei Civici e IF per la realizzazione di itinerari turistici in occasione del cinquecentenario della morte di Leonardo da Vinci - IF ha fornito il proprio apporto professionale, per lo sviluppo dei progetti degli itinerari leonardeschi e della rete delle Rocche sforzesche. Anno 2019. Committente/referente: Comune di Imola.

Capacità di fare rete con il sistema delle imprese e degli enti locali

IF – Imola Faenza Tourism Company rappresenta il soggetto aggregatore del territorio turistico che ha una posizione strategica tra la Destinazione Bologna e Modena e la Destinazione Romagna, con la capacità di mettere a regime tutti i valori di questi ambiti territoriali coinvolti. Eliminando quindi i confini amministrativi, IF opera sviluppando prodotti turistici ed immettendoli sui mercati di interesse: confini amministrativi che per gli ospiti non esistono, perché per loro l’elemento essenziale è l’esperienza e la capacità di trovare un territorio piacevole e seducente. Un territorio

che è attraversato dalla Via Emilia e che è in grado di offrire una capacità ricettiva di ben 303 strutture ricettive per 6.571 posti letto (alberghieri ed extra-alberghieri). IF Tourism Company è una società consortile che ha già sviluppato, da quando è nata, importanti step progettuali e progetti attuativi legati alla creazione ed alla commercializzazione di offerte turistiche territoriali, coinvolgendo gli operatori di ben 16 Comuni. Come si può notare, IF Tourism Company agisce infatti su un territorio assai ampio, con i due centri principali che sono, appunto, Imola e Faenza (da qui IF). La stessa compagine sociale pubblico-privata di IF è fortemente rappresentativa del territorio; ai soci pubblici, rappresentati dal CON.AMI, dal Nuovo Circondario Imolese, dall'Unione Romagna Faentina e dall'Ente Parco, si uniscono i soci privati: tutte le Associazioni di categoria rappresentative del mondo del commercio, della cooperazione, dell'artigianato e dell'agricoltura, le Terme di Castel San Pietro, i principali hotel del territorio, l'Enoteca Regionale dell'Emilia Romagna, il Villaggio della Salute Più, il golf club Le Fonti, la Proloco Alidosana, la cooperativa L.A.C.M.E, Ecosistema, Coop. Bacchilega, Ass. Centro Ricerca Promozione Culturale Turistica Primola, Bike Passion, etc. Solo per citare i principali soci di IF coi quali sono in corso collaborazioni su progetti e temi turistici. In particolare la presenza del CON.AMI, Consorzio di 23 Comuni dell'area imolese e faentina, oltre ai 3 Comuni della Toscana (Palazzuolo sul Senio, Marradi e Firenzuola), garantisce una forte sinergia con le amministrazioni locali, ne facilita il dialogo e le modalità di condivisione degli obiettivi e delle strategie con le rispettive Destinazioni Turistiche di riferimento. Ulteriori adesioni saranno raccolte attraverso specifici progetti tematici, alcuni dei quali già in corso, che vedono il coinvolgimento delle realtà economiche e turistiche del territorio: ad esempio il Ciclobrevetto Romagna4Bike. Si tratta del primo ciclobrevetto permanente dedicato alle MTB e Gravel Bike della Regione Emilia Romagna, un percorso di oltre 200 km da fare a tappe che attraversa il territorio imolese e faentino teso a far scoprire le peculiarità ambientali, artistiche, enogastronomiche del territorio attraversato. Per il successo del progetto è indispensabile la collaborazione dei soggetti privati del settore turistico che operano sul territorio, i quali devono garantire i servizi ai bikers. Il progetto infatti coinvolge una rete di oltre 25 imprenditori del settore turistico tra aziende di servizi (trasporti, servizi tecnici, noleggio bike, assistenza), ristoranti, agriturismi, B&B, strutture Termali ed hotel. Tale numero sta aumentando in relazione alle nuove adesioni delle strutture al progetto in corso e nel 2021 si arriverà a convenzionare circa 60 strutture (purtroppo, nel 2020, le adesioni hanno subito uno stop causa emergenza sanitaria). Le strutture aderiscono tramite firma di un disciplinare che definisce i requisiti minimi di accoglienza e di servizi che vanno garantiti ai cicloturisti che percorrono il nostro territorio. Grande attenzione sarà rivolta

all'implementazioni delle relazioni con altri operatori del settore turismo, in particolare fornitori di servizi che garantiscono la condivisione dell'obiettivo di valorizzare il territorio a 360°. In particolare, in questi anni IF si è dedicata anche al rafforzamento delle attività da effettuare in sinergia con le altre DMC dei territori limitrofi (Bologna, Modena, Cervia, Ravenna e tutta la Romagna) in modo da attivare un meccanismo virtuoso di scambi di servizi turistici e condivisione di offerte e pacchetti turistici che coinvolgano un territorio sempre più ampio, come richiesto dalla nuova legge regionale n. 4 del 2016 e dalle linee guide Regionali. In particolare saranno valorizzate le presenti collaborazioni già in essere con le seguenti realtà imprenditoriali:

- SIS.TER SRL, azienda innovativa leader nel settore della creazione di contenuti digitali e realtà aumentata nel settore turistico, che ha sviluppato il progetto "VASARI EXPERIENCE" alla Rocca di San Leo per l'amministrazione comunale di San Leo; inoltre ha sviluppato il progetto GEO-IF, la mappa geo-referenziata del territorio e la relativa APP Geo-IF;
- Rete di Imprese Emilia Romagna Welcome, IF è tra i soci fondatori della rete e fa parte del Comitato di Gestione. La rete costituisce il terminale della promo-commercializzazione della Regione Emilia Romagna (come previsto dalle strategie pluriennali di APT Servizi) e mette a disposizione delle imprese associate la capacità di penetrazione del sito e delle azioni di comunicazione in particolare all'estero, oltre al portale dei pagamenti su piattaforma Treksoft, strumento commerciale fondamentale per migliorare la vendita anche dei servizi turistici sul territorio;
- Motor site – la terra dei Motori, si tratta di un Club di prodotto (50% di Imola Faenza Toursim Company e 50% Modena Tour) specializzato sulla tematica motori, punto di riferimento per le proposte commerciali trasversali della Motor Valley. La collaborazione permetterà di valorizzare le peculiarità della Motor Valley presenti sul territorio: Autodromo Enzo e Dino Ferrari di Imola, Alpha Tauri, Gresini Racing, etc. e le proposte turistiche collegate che si intendono promuovere;
- Castel Guelfo I s.r.l. è la società proprietaria del centro commerciale Castel Guelfo The Style Outlets con cui IF ha in essere un contratto per la gestione dell'info point e del centro servizi. La collaborazione si estende anche ad altre azioni di promo-commercializzazione che vengono definite e contrattualizzate ogni anno. Nel 2020 sono stati attivati due progetti di co-marketing: "Progetto shopping Card" (innovato per il 2021) e "Progetto digital shooting social";

- Bologna Welcome, DMO della Destinazione Turistica Bologna Metropolitana, con la quale Imola Faenza Toursim Company, l'altra DMC della DT. Bologna, collabora e lavora in sinergia per estendere le proposte ed i servizi turistici oltre il territorio metropolitano;
- Modenatur, agenzia di viaggio e tour operator con cui Imola Faenza Tourism Company, collabora e lavora in sinergia per estendere le proposte ed i servizi relativi soprattutto ai prodotti turistici motori ed enogastronomia in diversi settori: turismo organizzato e individuale, viaggi incentive, organizzazione di eventi e di congressi;
- Ente gestione Parchi e Biodiversità Romagna e Guide del Parco della Vena del gesso romagnola. Sarà ampliata la collaborazione già in essere con l'Ente Parco e con le guide escursionistiche del Parco Regionale della Vena del Gesso Romagnola, in modo da garantire servizi turistici con standard alti di professionalità ai turisti individuali ed ai gruppi in visita presso i siti, le grotte, i sentieri e le strutture del Parco.

L'efficacia della strategia di promo-commercializzazione individuata viene garantita anche dalla capacità di fare sinergia con gli Enti e gli Organi che definiscono le Linee Guida turistiche e che coordinano e realizzano i progetti, soprattutto quelli "trasversali", che hanno ricadute su tutto il territorio regionale e permettono di innalzarne il livello di qualità turistica. È quindi fondamentale per IF continuare a curare, così come fatto in questi anni, le relazioni con i soggetti istituzionali, ciascuno dei quali ha proprie competenze specifiche, complementari e sinergiche tra loro, all'interno della strategia regionale in materia di politiche turistiche. Si elencano i principali soggetti istituzionali del settore con cui Imola Faenza Tourism Company intrattiene rapporti e relazioni:

ASSESSORATO AL TURISMO REGIONE EMILIA ROMAGNA

La relazione forte con l'Assessorato al Turismo è la condizione fondamentale per continuare ad operare in piena sinergia con gli obiettivi regionali, cercando di cogliere in anticipo le nuove linee di indirizzo per innovare costantemente strategie e prodotti da sviluppare. Tra le varie attività, l'Assessorato gestisce progetti particolari definiti a "regia diretta", che rivestono particolare valenza per lo sviluppo turistico del territorio. Tali progetti possono essere presentati direttamente dai Comuni, ma devono essere inseriti all'interno di una strategia di promo-commercializzazione che abbia una valenza turistica coerente con gli indirizzi della Regione. IF ha le competenze per redigere i progetti, declinando a livello locale le strategie definite a livello regionale e di D.T. e rendendoli coerenti con le altre azioni trasversali già in fase di attuazione.

APT SERVIZI – Azienda di Promozione Turistica Regione

Apt Servizi è lo strumento operativo della Regione per realizzare tutte le principali attività di promo-commercializzazione individuate dalle strategie regionali in materia di turismo; APT Servizi è dotata di un importante budget annuale per la gestione diretta di campagne di comunicazione, di promozione turistica, di commercializzazione e, infine, gestisce tutti “progetti trasversali”, cioè quei progetti che contemplano prodotti turistici presenti su tutto il territorio regionale, non legati particolarmente ad una specifica area territoriale. Partecipare direttamente a tali progetti permette di dare al territorio ed ai propri prodotti turistici una visibilità molto importante, utile nella fase di commercializzazione. Tra le principali azioni sviluppate in sinergia con APT Servizi, ci preme ricordare:

- Organizzazione diretta di un Educational Tour internazionale in sinergia con ENIT Brasile (IF è capofila regionale per le azioni di promo-commercializzazione col Brasile) rivolto a tour operator internazionali dei settori wine, food e motorsport, che coinvolge tutto il territorio regionale;
- Organizzazione diretta di un ulteriore Educational Tour internazionale dedicato ai principali segmenti di mercato del territorio (leisure, città d’arte, outdoor), in sinergia con Bologna Welcome e con Cervia Turismo, partner storici coi quali sono attivi diversi “progetti trasversali”;
- Coinvolgimento, tramite APT Servizi, nella gestione dei principali work shop regionali Buy Emilia Romagna, Cento Città d’Arte, Good Italy, BTI (Borsa del turismo Industriale) con l’obiettivo di valorizzazione le eccellenze del territorio;
- Progetto in partnership promozione cluster Motor Valley nell’ambito delle attività ed iniziative dell’Autodromo Internazionale Enzo e Dino Ferrari – anni 2018 e 2019;
- Progetto in partnership “Ricominciamo a Pedalare” per realizzazione azioni di promozione e marketing territoriale in chiave bike post crisi sanitaria (il progetto ha portato alla realizzazione degli eventi ExtraGiro Warm Up Ciclismo 2020 e Italian Bike Test) - anno 2020;
- Partnership per realizzazione servizi relativi alla promozione dell’evento “@Mondiali di Ciclismo UCI”, Imola 24/27 settembre 2020 – Anno 2020.

DESTINAZIONE TURISTICA BOLOGNA MODENA

La Destinazione Turistica Bologna e Modena è il soggetto pubblico che gestisce sul territorio della Città Metropolitana di Bologna tutte le attività di coordinamento tra le Linee Guida Regionali e le politiche di sviluppo e strategie a livello territoriale. IF riveste il ruolo di DMC territoriale ed opera

in sinergia con Bologna Welcome DMO braccio operativo della D.T., nell'attuazione di tali strategie sul territorio dei 10 Comuni del Circondario imolese. Le principali funzioni che vedono il coinvolgimento di IF a livello di D.T. Bologna e Modena sono:

- Partecipazione al Comitato d'Indirizzo della D.T. Bologna, l'organo di governo della Destinazione, referente per la definizione delle linee di sviluppo turistico e per l'individuazione delle risorse a supporto delle attività degli Enti Locali e degli operatori privati;
- Partecipazione alle Commissioni di valutazione dei progetti PTPL e Bandi indetti dalla D.T.;
- Partnership con il Circondario Imolese per il coordinamento del Tavolo del Turismo dell'Area imolese, il tavolo istituzionale che ha il compito di raccordare il territorio imolese con le attività della Destinazione Turistica e rappresenta il punto d'incontro tra gli Enti locali del territorio con i principali operatori turistici;
- Partecipazione agli incontri di allineamento con gli altri tavoli territoriali (Pianura bolognese, Appennino bolognese e Bologna Città), con le altre 3 Redazioni SITUR regionali, con il Tavolo dell'Appennino (che coinvolge i comuni dell'area collinare imolese), col Tavolo della Linea Gotica e con altri strumenti di raccordo territoriale;
- Coordinamento con Bologna Welcome, per la definizione delle attività di comunicazione e promo-commerciali da porre in essere sul territorio;
- Partecipazione agli incontri commerciali e di allineamento con la Redazione di B.W e col settore commerciale;
- Partecipazione al tavolo di regia del Punto EXtraBO riservato ai 3 territori rappresentati nel punto (Appennino, imolese e pianura);
- Coordinamento per la partecipazione alle fiere nazionali ed internazionali e definizione dei programmi di educational tour e press tour gestiti a livello di D.T.;
- Sviluppo di nuovi prodotti turistici (es: per settore bike progettazione dei nuovi percorsi Bologna – Dozza – Brisighella, la "Via dei Borghi").

DESTINAZIONE TURISTICA ROMAGNA

La Destinazione Turistica Romagna è l'altro soggetto pubblico deputato alla gestione delle politiche turistiche al quale IF aderisce in relazione ai 6 Comuni dell'Unione Romagna faentina. IF non partecipa direttamente al Comitato di Indirizzo, ma è l'Unione Romagna faentina che è rappresentata nel CDA.

ENIT Brasile

APT Servizi ha individuato IF come la DMC capofila in Regione per lo sviluppo delle attività di promo-commercializzazione in Brasile, uno dei paesi target secondo le Linee guide regionali (vista la presenza di oltre 30 Mln di brasiliani che hanno anche la cittadinanza italiana e che costituiscono uno dei mercati potenziali più interessanti). In sinergia con APT si è sviluppato un progetto triennale che ha previsto la partecipazione di IF alla principale fiera turistica del Sud America, la WTM di San Paolo, all'interno del Padiglione Italia gestito direttamente da ENIT Brasile. Contestualmente sono state poste in essere in Brasile altre azioni commerciali, sempre sotto la regia di ENIT ed APT, che hanno portato all'organizzazione di workshop riservati ai principali Tour Operator brasiliani (selezionati da ENIT), a San Paolo e Rio de Janeiro, ed all'organizzazione di conferenze stampa riservate ai giornalisti brasiliani di settore. Il progetto ha previsto anche l'organizzazione annuale da parte di IF di un Educational Tour sul territorio della Regione, organizzato con ENIT, APT ed ALITALIA, riservato a tour operator brasiliani, seguiti sempre da ENIT e dal loro addetto stampa. Nel corso degli anni sono stati organizzati anche press tour in Regione dedicati ai principali giornalisti brasiliani del settore Motor Sport ed alcune delle principali emittenti televisive, tra cui anche Globo TV. Tali azioni hanno contribuito ad un deciso incremento delle presenze turistiche brasiliane su tutto il territorio nazionale. A seguito della positiva esperienza IF ha aderito al CLUB ITALIA di ENIT, in modo da poter sfruttare al meglio il network e le relazioni sviluppate.

UNIONE ROMAGNA FAENTINA

Nel corso del 2018 l'URF ha introdotto nei 6 Comuni di riferimento l'Imposta di Soggiorno, in modo da recuperare le risorse economiche da reinvestire nelle attività di promozione turistica (come prevede la legislazione nazionale) e contestualmente ha indetto un Bando per l'assegnazione della gestione dei 4 Uffici d'informazione turistica del territorio (Faenza, Riolo Terme, Brisighella e Casola Valsenio) e delle attività di promo-commercializzazione del territorio per un periodo di 2 anni (più una proroga di altri 2 anni). Tale iter è stato possibile dal momento che l'Unione gestisce tutti i servizi in forma associata, compreso i servizi turistici. IF si è aggiudicata il bando biennale e, a partire dal 1° gennaio 2019, gestisce tutta la filiera turistica all'interno dell'Unione. Il contratto di gestione è stato rinnovato per il biennio 2021/2022.

Personale

Per garantire tutto ciò il personale selezionato ed utilizzato per il servizio risponde ai seguenti requisiti:

- in possesso almeno del diploma di scuola media superiore;
- conoscenza di lingue straniere, tra cui l'inglese;
- capacità di operare con gli strumenti informatici e telematici;
- forte conoscenza della storia e dell'arte, degli aspetti culturali, naturalistici e paesaggistici, degli eventi e delle iniziative, delle attività sportive, ricreative e congressuali nonché dei luoghi di interesse turistico del territorio del Nuovo Circondario Imolese e delle aree limitrofe e dei mezzi di mobilità interna e di raggiungibilità del territorio;
- capacità dialettica con la quale fornire informazioni turistiche di vario genere;
- capacità di collaborare nella raccolta e nell'elaborazione dei dati statistici a livello turistico;
- capacità di garantire l'ottima funzionalità degli sportelli di informazione turistica;
- osservare l'obbligo del segreto d'ufficio e della riservatezza ed il diritto di anonimato nei confronti degli ospiti.

IF Imola Faenza Tourism Company si avvale della collaborazione di risorse umane attente ed esperte, sia facenti parte del proprio personale interno, sia esterne.

Obiettivi della programmazione 2022-2024

IF Tourism Company si propone di raggiungere nei prossimi anni i seguenti obiettivi:

- incrementare l'appeal ed il posizionamento turistico (l'obiettivo è quello di innalzare l'attuale posizionamento del territorio del Circondario nel suo complesso nella mappa turistica, agendo su tematiche che sappiano essere in linea con le tendenze del mercato nazionale ed internazionale);
- incrementare la permanenza media degli ospiti (l'obiettivo è quello di stimolare gli ospiti a rimanere sul territorio per un periodo più lungo rispetto a quello attuale, che si ferma a 2,6 giorni: concretamente entro il 2023/2024 si deve puntare alle 3 notti di permanenza media);
- implementazione della diffusione territoriale (l'obiettivo è quello di favorire una diffusione dei benefici sull'intero ambito territoriale, perché ciò aumenta la durata del possibile soggiorno e valorizza i tanti elementi di eccellenza che lo stesso territorio può offrire);
- incrementare l'indice di internazionalizzazione degli ospiti (l'obiettivo è quello di migliorare l'indice di internazionalizzazione che - per quanto riguarda le presenze - è pari al 24,9%. L'obiettivo è di raggiungere quota 30%);
- puntare a tematiche che siano in grado di generare unicità (l'obiettivo è quello di concentrare gli sforzi su tematiche che abbiano la capacità di posizionare il territorio

all'interno del sistema turismo, verso una precisa connotazione di unicità di prodotto: appunto il tema "bike" e quello "trekking/cammini);

- curare con attenzione la brand equity (l'obiettivo è quello di migliorare il brand territoriale, lavorando su un mix fatto di comunicazione efficace, fedeltà degli ospiti, prodotti turistici, qualità dei servizi, etc.).

Programmazione triennale 2022-2024

La pandemia ha obbligato tutti gli operatori della filiera turistica (dai singoli operatori alle catene alberghiere, dai vettori aerei ai Tour Operator) a riconsiderare completamente la propria attività, adattandosi on time all'andamento del mercato ed alle sue richieste. Senza le competenze acquisite negli anni, l'azienda, nonostante le innegabili ripercussioni negative, avrebbe ancor più faticato a reggere il colpo. IF, invece, ha deciso di riprogrammare, rimpiazzando azioni promozionali storicizzate con nuove modalità di approccio, pur mantenendo il sostegno ai prodotti core e rafforzando quelli in grado di rispondere alle esigenze dei nuovi viaggiatori post Covid 19. Il punto di partenza per il triennio 2022/2024, quindi, deve essere la precedente programmazione, questo perché molta della visione strategica indicata rimane tuttora valida; molti percorsi devono essere completati; diverse attività erano preparatorie e, quindi, devono essere portate a compimento, etc.

In continuità con la programmazione passata, l'attività promo-commerciale e di valorizzazione turistica sarà focalizzata prevalentemente sullo sviluppo di prodotti legati a:

- “outdoor e green”, intendendo come tali tutte quelle opportunità legate ai percorsi/sentieri, ai cammini, al tema bike in tutte le sue varie formule, alle opzioni ambientali/naturalistiche. Si dovrà continuare a lavorare per l'implementazione di questi prodotti; prodotti che hanno contribuito alla riscoperta del nostro territorio con l'avvento del Covid, ma che ora devono consolidarsi in forma di economia stabile e duratura;
- “borghi e centri minori”, comprendendo tutto ciò che in questi luoghi accade in relazione all'identità che sanno esprimere: rocche, castelli, dimore storiche, palazzi, monasteri, etc. Anche in questo caso, la pandemia ha portato alla riscoperta di luoghi cosiddetti minori in grado di garantire il giusto equilibrio tra unicità, sostenibilità e fruibilità dei vari siti; da ora in poi sarà necessario rivitalizzare le numerose opportunità turistico-esperienziali che, inoltre, possono essere collegate ai due prodotti principali outdoor quali bike e trekking.

Al contempo è necessario comprendere le nuove direzioni e le innovazioni da apportare a interventi e/o progetti a seguito delle opportunità che si sono delineate nell'ultimo periodo:

- “vacanza attiva” in tutte le sue alternative e con focus sulla relazione tra turismo e sport - grandi eventi sportivi, progetto lo sport in valigia. Su tale specifico ambito occorrerà amplificare e rafforzare le relazioni avviate negli ultimi anni (CON.AMI, Formula Imola, Comuni, etc), facendo sì che gli investimenti strutturali effettuati per realizzare una nuova impiantistica diventino essi stessi valore e servizio utili ad intercettare presenze turistiche (ad esempio, ottimizzazione degli spazi presso l'Hub Turistico dell'Autodromo Enzo e Dino Ferrari al fine di innalzare la qualità percepita da chi “transita”, andando anche possibilmente ad implementare le modalità di fruibilità della pista per l'utenza locale e non; accessibilità e completamento della Ciclovía del Santerno; valorizzazione e messa in rete dei percorsi bike legati al territorio dell'Unione della Romagna (es. cycling hub Riolo) in previsione della Ciclovía del Senio e Lamone; implementazione di campi prove bike quali Castel del Rio Bike Area, sinergie golf & motori, etc.)
- “Motor Valley e Terre&Motori” con questi prodotti si può puntare ad un aumento delle quote di internalizzazione. Per raggiungere questo ambizioso obiettivo è necessario attivare ampie forme di condivisione, strutturare un unico programma di attività, operare in strettissima sinergia tra e con enti (CON.AMI, Comuni, Destinazioni Turistiche, Apt, etc.) e aziende (Alpha Tauri, Gresini Team, Shopping Park Faenza, Formula Imola, Motor Site, etc.) di riferimento.

Uno degli elementi focali della progettualità sopra descritta dovrà essere il tema della sostenibilità; sostenibilità sia in termini di qualità dell'offerta e dell'ambiente, sia quale modalità di accessibilità dei luoghi e dei territori per tutte le persone.

La piena operatività di IF per il prossimo triennio sarà garantita grazie all'avvenuto conferimento da parte degli enti preposti delle funzioni per la gestione della filiera turistica a livello locale e per coordinare tutte le attività di promo-commercializzazione rendendole coerenti alle linee guida di sviluppo turistico territoriale e regionale definite in sinergia con gli Enti Locali. L'assegnazione di tali funzioni afferma una piena legittimità del ruolo di IF per continuare ad accreditarsi come principale interlocutore dell'ambito turistico territoriale.