

## 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"
- altre sedi:
  - Bologna (BO), Piazza Nettuno n. 1;
  - Castel Guelfo (BO), Via del Commercio n. 20/D;
  - Casola Valsenio (RA), Via Cardello n. 5;
  - Riolo Terme (RA), Corso Matteotti n. 40;
  - Via Rineggio n. 22 Borgo Tossignano c/o Casa del Fiume;
  - Piazza Andrea Costa, n. 9 Borgo Tossignano (BO) c/o palazzo Baronale - Museo della Vena del Gesso Romagnola.

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'impresa

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 dell’Ufficio IAT di Riolo Terme a seguito di incarico diretto da parte dell’Unione della Romagna Faentina (periodo 2023-2024);
- Gestione dell’info point presso l’Hub turistico dell’Autodromo internazionale Enzo e Dino Ferrari di Imola (con una media di circa 135.000 visitatori l’anno);
- 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 e del Museo Geologico della Vena del Gesso Romagnola di Tossignano).

## 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 (individuate 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 Speed Room, dotata di 5 postazioni fisse GT e n. 1 simulatore Formula);
- 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 in occasione di eventi e/o mostre;
- Co-gestione in sinergia con Formula Imola degli altri spazi dedicati al MICE in Autodromo (Media Center, terrazza paddock, etc.);
  - Altre gestioni:
- 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);
- Casa del Fiume di Borgo Tossignano: gestione dell'info point e organizzazione di eventi;
- Museo Geologico della Vena del Gesso Romagnola: gestione delle aperture, della biglietteria e delle visite guidate; organizzazione di laboratori tematici ed eventi;
- Gestione degli store attivati presso gli uffici informazioni turistiche con 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 capaci 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 (da giugno 2020 è stata aperta l'Agenzia di Incoming LIFE IN TOUR) 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 gestirà 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 (2020-2021-2022) 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 “RICOMINCIAMO A PEDALARE” – il progetto, realizzato in sinergia con Apt Servizi e con l’Autodromo Enzo e Dino Ferrari, ha previsto la messa in campo di alcune azioni di promozione e marketing territoriale in chiave “bike” post crisi sanitaria. In particolare è stata organizzata l’iniziativa, denominata “EXTRAGIRO” - 10 giorni di gare, che partendo dall’Autodromo di Imola hanno portato centinaia di giovani corridori, squadre e seguito nel nostro territorio e in Romagna, rilanciando l’attenzione e il posizionamento in ambito sport, occupando strutture ricettive e creando indotto economico; unitamente a ciò è stata organizzato l’evento “Italian Bike Test” importante appuntamento che ha rappresentato una grande opportunità di visibilità per il territorio ospitante, poiché ha coinvolto migliaia di appassionati e sportivi. Location della manifestazione è stata l’Autodromo Internazionale Enzo e Dino Ferrari di Imola che, per le proprie caratteristiche, rappresenta l’ideale combinazione tra le “prove” in pista e i test sui molti percorsi bike del circondario, andando a costituire un’offerta integrata del nostro territorio. L’evento è stato molto importante per valorizzare le potenzialità del nostro territorio, già naturalmente vocato alla bicicletta, con molto da offrire nell’ambito della mobilità sostenibile e che molto ha investito negli ultimi anni in questo prodotto anche in termini turistici. Anno 2020

1.2 “IF – Italian Factory” L.R. 4/2016 - Il progetto (triennale) contiene le attività ed iniziative promo-commerciali che IF ha realizzato nell’annualità 2018/2019/2020: 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. Anni 2018/2019/2020.

1.3 “IF... Enjoy Routes: percorsi esperienziali per gustare il territorio” (PTPL Destinazione Turistica Città Metropolitana) - Il progetto ha previsto l’individuazione di alcuni itinerari da realizzare in bike, e-bike, scooter e auto d’epoca, brevi viaggi narrativi del territorio, da effettuarsi senza fatica, entro le 24 ore, per “gustare” appieno il patrimonio paesaggistico, storico, culturale, la memoria e le tradizioni dei luoghi. Itinerari e attività alternative, costruiti per spostare la presenza dei turisti -

ma anche degli abitanti di città di prossimità - da località sovraffollate a zone meno visitate, ma con pari potenzialità. Anno 2020

1.4 “Romagna bike experience - Romagna dei Borghi, Rocche e dimore storiche” (PTPL Destinazione Turistica Romagna) – Il progetto ha inteso presentare il nostro territorio non solo come particolarmente adatto alla bicicletta (sia “slow” sia professionale), ma ricco di altre opportunità (borghi storici, prodotti tipici, arte, dimore d’epoca, ecc.) che possono arricchire il soggiorno del cicloturista come quello degli accompagnatori, ma anche attrarre altri turisti non necessariamente amanti della bicicletta. Anno 2020

1.5 “Marketing & Strategy Plan area imolese” – realizzazione di uno studio per organizzare e migliorare la qualità dell’offerta in fase post pandemica, con l’obiettivo di costruire un territorio in grado di competere a livello internazionale, individuando gli asset strategici sui quali fondare questa nuova fase di sviluppo territoriale: asset in grado di identificare e posizionare chiaramente Imola e il proprio territorio per i propri valori endogeni. Anno 2020

1.6 IF 2020 - Progetto per la realizzazione di azioni ed iniziative di sviluppo turistico e territoriale nei Comuni dell’Unione della Romagna Faentina a seguito di incarico da bando pubblico - 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 2020

1.7 BIKE VALLEY L.R. 4/2016 - Il progetto (triennale) contiene le attività ed iniziative promocommerciali che IF ha realizzato nell’annualità 2021: 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 2021.

1.8 Educational T.O. polacchi target bike - L’educational è stato organizzato con il supporto della Camera di Commercio italiana in Polonia che ha fatto un’accurata selezione tra i migliori operatori del target di riferimento. Si è trattato di un’operazione promocommerciale di qualità, rivolta ad un mercato emergente, ma che già abbiamo visto interessarsi al nostro territorio.

1.9 “GRETA T-ours: viaggia, mangia, conosci consapevolmente” (PTPL Città Metropolitana) - Il progetto ha previsto lo sviluppo di format “food experience”, percorsi/evento denominati “Greta T-ours”, dove l’offerta di itinerari bike/trekking è stata collegata ai canoni di attento utilizzo del suolo e di produzioni sostenibili, in una visione di tutela dell’ambiente - da qui il perché del nome “Greta” (da Greta Thunberg) nel titolo dell’offerta. Anno 2021

1.9 “Romagna Faentina - Territorio bien vivre” (PTPL Destinazione Turistica Romagna) – Nel corso del progetto è stata realizzata una serie di azioni legate al bike e al trekking con l'obiettivo di favorire, partendo da questi due prodotti, una diffusione dei benefici sull'intero ambito territoriale, per aumentare la durata del possibile soggiorno e valorizzare i tanti elementi di eccellenza che lo stesso territorio può offrire. Anno 2021

1.10 - “Riolo Terme Cycling Hub” – messa in rete dei servizi relativi al bike, realizzazione campagna promozionale e creazione offerte turistiche ad hoc (partner Terme di Riolo, Coop.va Trasporti di Riolo, Comune di Riolo, Pro Loco di Riolo, Unione della Romagna Faentina) Anni 2021/2022

1.11 IF 2021 - Progetto per la realizzazione di azioni ed iniziative di sviluppo turistico e territoriale nei Comuni dell’Unione della Romagna Faentina e del Nuovo Circondario Imolese a seguito di incarico da bando pubblico - 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 2021

1.12 “PROMOGOLF IN GERMANY” - PROGETTO DI PROMOZIONE DEL TERRITORIO DEL COMUNE DI CASTEL SAN PIETRO TERME NEL MERCATO ESTERO CON FOCUS PRODOTTO GOLF - il progetto è consistito nella realizzazione di un roadshow nei territori della Baviera e dell’Austria per incontrare in primis manager e professionisti di Golf Club locali, nonché alcuni giornalisti del settore e T.O. specializzati nel prodotto. Anno 2021

1.13 “Heritage collection: passeggiate patrimoniali nell’area imolese” (PTPL Territorio Turistico Bologna Modena); il progetto ha visto la realizzazione di esperienze legate al “turismo del paesaggio culturale”, percorsi che includono paesaggi, produzioni tipiche, artigianato, etc. oltre a monumenti e musei. Con questo progetto, si è inteso anche far sì che le “collezioni/passeggiate” fossero arricchite di “eredità” immateriali raccontate da residenti (volontari che non andranno a sostituirsi alle guide turistiche), ambasciatori accoglienti che accompagnano i turisti alla scoperta dei luoghi che loro stessi frequentano, attraverso i percorsi della loro quotidianità e delle loro preferenze. Anno 2022

1.14 “Walking and bike paths nella Romagna Faentina” (PTPL Destinazione Turistica Romagna); in continuità con l’anno precedente, il progetto si proponeva di integrare le due tematiche - bike e trekking -, attorno alle quali costruire tutta una serie di offerte sinergiche sul territorio - le tematiche esperienziali; come ad esempio eco-terapia/silvoterapia un percorso nelle aree verdi per riscoprire il contatto diretto con la natura e ricavare energia positiva dagli alberi, ad esempio frassini, querce

e betulle (ben presenti nel Parco della Vena dei Gessi), oppure i wine trekking o i wine bike tour.

Anno 2022

1.15 BIKE VALLEY L.R. 4/2016 - Il progetto (triennale) contiene le attività ed iniziative promo-commerciali che IF ha realizzato nell'annualità 2022: 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 2022.

### **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. 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:

- 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;
- 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.

## TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA MODENA

Il Territorio Turistico Bologna-Modena (ex 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 T.T. Bologna e Modena sono:

- Partecipazione al Comitato d'Indirizzo, 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 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”, la “Via dei Gessi e dei Calanchi”).

## 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.

#### **NUOVO CIRCONDARIO IMOLESE**

Nel corso del 2020 il Nuovo Circondario Imolese ha indetto un Bando per l'assegnazione, per il periodo 2021/2024, della gestione delle attività di promo-commercializzazione del territorio. IF si è aggiudicata il bando e, a partire dal 1° gennaio 2021, gestisce tutta la filiera della promo-commercializzazione turistica del Circondario.

#### **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 e dell'Unione Faentina 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.