EMILIA

DESTINAZIONE TURISTICA EMILIA

Responsabile : ROMERSI PIERANGELO

_____

DETERMINAZIONE

n. 29 del 07/05/2025

Oggetto: DTE - REALIZZAZIONE DEL PROGRAMMA DI PROMOZIONE TURISTICA LOCALE (P.T.P.L.) 2024- RENDICONTAZIONE E RICHIESTA SALDO ANNO 2024

IL DIRETTORE

Premesso:

- che la Legge Regionale 25 marzo 2016, n. 4 “Ordinamento turistico regionale – Sistema organizzativo e politiche di sostegno alla valorizzazione e promo-commercializzazione turistica - Abrogazione della Legge Regionale 4 marzo 1998, n. 7 (Organizzazione turistica regionale – interventi per la promozione e la commercializzazione turistica)”, disciplina l’organizzazione turistica della Regione Emilia-Romagna e all’art. 12 prevede l’istituzione delle aree vaste a destinazione turistica;
- che con DGR n. 595/2017 si istituisce l’area vasta a finalità turistica e la Destinazione Turistica Emilia (Province di Parma, Piacenza e Reggio Emilia), Ente pubblico strumentale degli Enti locali approvandone il relativo Statuto, successivamente integrato e modificato dall’assemblea dei Soci con proprio atto n. 15 del 20/12/2017;

Visti:

- il verbale del Consiglio di Amministrazione della DTEmilia n. 5 del 7 giugno 2023 che nomina del Direttore, dott. Pierangelo Romersi in qualità di Dirigente a tempo determinato a far tempo dal 1^ luglio 2023;
- il Decreto del Presidente della Provincia di Parma n.114 del 2/07/2024 con il quale si approva la convenzione per la gestione delle attività intercorrenti tra la DTEmilia e la Provincia di Parma, fino al 30/06/2027;

Dato atto che la DGR di N. 786 del 05/06/2017 “L.R. 4/2016 E S.M. ART. 5 - Modalità, procedure e termini per l'attuazione degli interventi regionali per la promo-commercializzazione turistica” e successive integrazioni stabilisce che su richiesta delle Destinazioni Turistiche, il Dirigente regionale competente in materia di Turismo provvede a liquidare il saldo, previo invio da parte delle

copia informatica per consultazione

stesse di:

- una relazione tecnico-finanziaria dalla quale risultino gli obiettivi raggiunti e i singoli progetti realizzati, suddivisa in due sezioni distinte:
  - Sezione 1: Rendicontazione a consuntivo del Programma di promocommercializzazione turistica; ·
  - Sezione 2: Rendicontazione del Programma Turistico di Promozione Locale;
- un conto consuntivo, redatto per ogni progetto compreso nelle due sopracitate sezioni, dal quale risultino gli importi delle spese effettivamente sostenute dai soggetti attuatori.

Considerato che con Delibera di Giunta Regionale n. 326 del 26/02/2024 la Regione Emilia-Romagna ha provveduto:

- ad approvare i Programmi annuali delle attività turistiche 2024;
- a definire il budget per l'attività di Promo-commercializzazione 2024;

Premesso che:

- con Deliberazione di Giunta regionale n. 472 del 18/03/2024 sono state assegnate e concesse alla Destinazione turistica Emilia le risorse per la realizzazione del Programma di promozione turistica locale, ambito 1 e ambito 2, per l'anno 2024 per la somma complessiva di € 510.000.00

Richiamata la Delibera dell'Assemblea dei soci della DTE n. 5 del 17/10/2023 che approva il Programma annuale delle attività turistiche 2024 della DTEMILIA che comprende le Linee strategiche programmatiche – Programma di promo-commercializzazione turistica – PTPL Programma Turistico di Promozione Locale";

Dato atto che:

- relativamente all'ambito 1, come da bando, sono pervenute richieste di finanziamento da 16 Uffici turistici riconosciuti del territorio di Emilia, di cui finanziabili 15, in quanto il Comune di Busseto ha chiesto il finanziamento solo su una parte delle attività e l'importo del progetto non ha raggiunge il tetto minimo di spesa sufficiente per giustificare il contributo;

- il Comune di Guastalla, beneficiario del contributo di € 13.000,00 per le attività di Informazione e Accoglienza Turistica dell'Ufficio I.A.T. ha rinunciato al suddetto contributo che, come previsto dall'assegnazione delle risorse per il 2024 prevedeva l'avvio nel primo trimestre, in quanto sono partiti tardi con l'apertura dell'Ufficio, prima UIT e quindi non avevano abbastanza spese per giustificare il contributo;

- l'economia di spesa derivante dalla predetta rinuncia risultava essere pari ad € 13.000,00;

- è risultato necessario procedere con l'attività di stampa materiali e mappe per IAT, ed in particolare sono state aggiornate, stampate e distribuite 14 mila mappe Emilia Outdoor;

- è stata valutata l'opportunità di attivare un progetto informatico per la gestione e la rendicontazione dei progetti PTPL relativi alle nuove forme di servizi innovativi;

Dato atto inoltre che:

- il bando regionale prevedeva che le modifiche apportate a P.T.P.L. e P.T.P.C venissero comunicate in regione entro il mese di settembre dell'anno di riferimento;
- la rinuncia al contributo da parte del Comune di Guastalla avvenuta per mancato rispetto del minimo di spesa indicato nel bando, è pervenuta oltre il suddetto termine e pertanto le modifiche dovute all'economia di spesa ottenuta sono risultate possibili solo successivamente la data prevista dal bando;

copia informatica per consultazione

Ritenuto opportuno di destinare l'economia derivante dalla rinuncia da parte del Comune di Guastalla, ai seguenti due interventi:

- attività del Comune di Busseto finalizzata al consolidamento dell'interprovincialità dell'ufficio IAT-R "Busseto e le Terre verdiane", riconosciuto con determina n. 50 del 02/10/2023, per € 1.500;

- Ristampa nuovi materiali e mappe per uffici di informazione turistica per € 11.440,00;

Ritenuto inoltre di considerare anche un costo aggiuntivo sostenuto da VisitEmilia come progetto informatico a beneficio delle nuove forme dei servizi informativi per € 3.799,59 (di cui € 600 a carico del P.T.P.L. e la restante somma finanziata con mezzi propri di DTEmilia).

Ritenuto perciò di:

- Dare atto delle modifiche intervenute a seguito della rinuncia al contributo da parte del Comune di Guastalla e della conseguente ridistribuzione delle risorse come da premessa del presente atto;
- Approvare la relazione a consuntivo del saldo del programma turistico di promozione locale 2024 ambito 1 e ambito 2 (allegati A e B), quale parte integrante e sostanziale del presente atto;
- Approvare la rendicontazione contabile relativa al saldo del programma turistico di promozione locale ambito 1 e ambito 2 2024 (allegato C), quale parte integrante e sostanziale del presente atto;

Ritenuto di dare altresì atto che:

- con determina del Direttore di Destinazione Turistica Emilia n 15 del 04/04/2024 è stato rendicontato un primo stato d'avanzamento del Programma di Promocommercializzazione turistica 2024 e del Programma turistico di promozione locale 2024, ambito 1 e ambito 2;
- con determina del dirigente della regione n. 8824 del 03/05/2024 è stato liquidato un primo acconto di € 459.000,00;
- con nota protocollo n. 36296 del 27/12/2024 è stata richiesta alla Regione Emilia – Romagna la proroga dei termini per la rendicontazione del Programma di Promocommercializzazione Turistica (P.P.C.T.) 2024 e Programma di Promozione Turistica Locale (P.T.P.L.) 2024 fino al 31 marzo 2025, al fine dell'erogazione del saldo residuo
- con Determinazione dirigenziale n.1438 del 23/01/2025 la Regione Emilia Romagna ha concesso la proroga delle scadenze dei termini per la realizzazione e rendicontazione dei Programmi di promo-commercializzazione turistica e dei Programmi turistici di promozione locale per l'anno 2024;
- di richiedere pertanto alla Regione Emilia-Romagna la liquidazione della quota di € 51.000,00 quale saldo del cofinanziamento regionale del programma turistico di promozione locale (P.T.P.L.) 2024;

Dato atto altresì che:

- è stato approvato il bilancio 2025-2027 della DTEmilia con atto 74 del 27/12/2024 e il PEG 2025 con delibera n. 1 del Consiglio di Amministrazione del 24/01/2025;
- è stato individuato un unico responsabile, ovvero il sottoscritto direttore;
- al programma di promocommercializzazione 2024 è stato attribuito il seguente CUP F99G23000800006;

Visto il parere di regolarità contabile rilasciato dal responsabile finanziario.

Visti:

- lo Statuto della DTE;

copia informatica per consultazione

- la L.R. 4/2016 "Ordinamento Turistico Regionale";
- il Piano di promocommercializzazione 2024;
- il T.U.E.L.;
- il D.L. 118/2011
- Il PIAO 2025-2027

D E T E R M I N A

- di approvare:
  - le modifiche intervenute a seguito della rinuncia al contributo da parte del Comune di Guastalla e della conseguente ridistribuzione delle risorse come da premessa del presente atto;
  - la relazione a consuntivo del saldo del programma turistico di promozione locale 2024 ambito 1 e ambito 2 (allegati A e B), quale parte integrante e sostanziale del presente atto;
  - la rendicontazione contabile relativa al saldo del programma turistico di promozione locale ambito 1 e ambito 2 2024 (allegato C), quale parte integrante e sostanziale del presente atto;
- di richiedere alla Regione Emilia-Romagna, per le ragioni espresse in premessa, la liquidazione della quota di € 51.000,00 quale saldo del cofinanziamento regionale del programma turistico di promozione locale 2024 (P.T.P.L.);
- di provvedere alla trasmissione di tutta la documentazione comprovante le spese sostenute alla Regione Emilia-Romagna, al fine della liquidazione del saldo del cofinanziamento regionale;
- di trasmettere il presente atto al Servizio Turismo, Commercio e Sport della Regione Emilia-Romagna;
- di pubblicare la presente determinazione avvalendosi della procedura informatizzata della Provincia di Parma, come da convenzione.

Sottoscritta dal Responsabile
(ROMERSI PIERANGELO)
con firma digitale

copia informatica per consultazione

VISTO DI REGOLARITA' CONTABILE

DESTINAZIONE TURISTICA EMILIA

Responsabile: ROMERSI PIERANGELO

Oggetto: DESTINAZIONE TURISTICA EMILIA – REALIZZAZIONE DEL PROGRAMMA DI PROMOZIONE TURISTICA LOCALE (P.T.P.L.) 2024- RENDICONTAZIONE E RICHIESTA SALDO ANNO 2024

Visto in ordine alla regolarità contabile attestante la copertura finanziaria (comma 4 dell'art. 151 del T.U.E.L. - D.Lgs 267/2000)

Il Responsabile
ROMERSI PIERANGELO
(firmato digitalmente)

copia informatica per consultazione

DESTINAZIONE TURISTICA EMILIA

PROGRAMMA TURISTICO DI PROMOZIONE LOCALE (PTPL) ANNO 2024

AMBITO DI ATTIVITA' 1

SERVIZI TURISTICI DI BASE

Soggetto proponente o capofila	nome ufficio	recapiti	iat mobile	area turistica omogenea di riferimento	Comuni coinvolti	in deroga a riforma DGR 1223/2023 per contratto preesistente	scadenza concessione/contratto	apertura (almeno 10 mesi)	periodo di apertura di massima affluenza (almeno 5 mesi)	orario periodo massima affluenza (almeno 6 ore giornaliere su 6 giorni e sempre aperto nei festivi)	orario bassa stagione (almeno 4 ore giornaliere su 4 giorni e sempre aperto nei festivi)	sede di Redazione Locale	monitoraggio contatti	monitoraggio reclami	SPESA PRESENTATA	SPESA AMMESSA	CONTRIBUTO
COMUNE DI FIDENZA	**FIDENZA CASA CREMONINI - UFFICIO INFORMAZIONI E ACCOGLIENZA TURISTICA (IAT-R)**	Via Monsignor Malpeli, 2 Fornovo Taro (PR) Telefono 0525 2599 - cell 328/5369385 E-mail fornovoditaro.iat@gmail.com Sito web www.comune.fornovo-di-taro.pr.it/ufficio-turistico-iat-fornovo-taro		**VIA FRANCIGENA - FIDENZA**	FIDENZA	**X**	**30/04/2025**	**X**	**X**	**X**	**X**		X	X	126.000,00	126.000,00	15.000,00
COMUNE DI LANGHIRANO	**LANGHIRANO - TORRECHIARA E VAL PARMA - UFFICIO INFORMAZIONI E ACCOGLIENZA TURISTICA (IAT)**	Strada del Castello, 10 – Torrechiara - Langhirano (PR) Telefono 0521/355009 E-mail: iat@comune.langhirano.pr.it Sito web: www.portaletorrechiara.it		**VAL PARMA**	LANGHIRANO, LESIGNANO DE' BAGNI, NEVIANO DEGLI ARDUINI, TIZZANO VAL PARMA, PALANZANO, MONCHIO DELLE CORTI, CORNIGLIO, UNIONE MONTANA APPENNINO PARMA EST	**X**	**31/01/2026**	**X**	**X**	**X**	**X**		X	X	47.434,00	47.263,20	13.000,00
UNIONE VAL NURE VAL CHERO	**GRAZZANO VISCONTI E VALNURE VALCHERO - UFFICIO INFORMAZIONI E ACCOGLIENZA TURISTICA (IAT-R)**	Viale del Castello, 2 Grazzano Visconti – Vigolzone (PC) Telefono 0523/870997 E-mail iat@valnure.info Sito web www.valnure.info		**VAL NURE**	GROPPARELLO, CARPANETO P.NO,SAN GIORGIO P.NO, PODENZANO, VIGOLZONE, FARINI, BETTOLA	**X**	**28/02/2025**	**X**	**X**	**X**	**X**		X	X	35.103,99	35.103,99	15.000,00
COMUNE DI SALSOMAGGIORE	**SALSOMAGGIORE TERME - UFFICIO INFORMAZIONI E ACCOGLIENZA TURISTICA (IAT)**	Piazzale Berzieri Palazzina Warowland Salsomaggiore Terme (PR) Telefono 0524/580211 E-mail: info@portalesalsomaggiore.it Sito web: www.visitsalsomaggiore.it		**SALSOMAGGIORE TERME**	SALSOMAGGIORE TERME	**X**	**16/03/2025**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	X	X	88.397,00	79,217,72	15.000,00
UNIONE MONTANA APPENNINO REGGIANO	**CASTELNOVO NE' MONTI E APPENNINO REGGIANO - UFFICIO INFORMAZIONI E ACCOGLIENZA TURISTICA (IAT)**	Via Roma, 75 Castelnovo ne'Monti (RE) Telefono 0522/610511 E-mail iat@appenninoreggiano.it Sito web www.appenninoreggiano.it		**APPENNINO REGGIANO**	BAISO, CANOSSA, CARPINETI, CASINA, CASTELNOVO NE'MONTI, TOANO, VETTO, VENTASSO, VILLA MINOZZO	**X**	**31/12/2024**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	X	X	68.719,45	64.517,77	13.000,00
COMUNE DI REGGIO EMILIA	**REGGIO EMILIA - UFFICIO INFORMAZIONI E ACCOGLIENZA TURISTICA (IAT-R) - REGGIO EMILIA WELCOME**	Via Farini 1/a Reggio Emilia (RE) Telefono 0522/451152 E-mail iat@comune.re.it Sito web www.reggioemiliawelcome.re.it	X	**REGGIO EMILIA CITTA' E DINTORNI**	REGGIO EMILIA e CORREGGIO		**03/09/2027**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	X	X	122.475,59	119.273,09	17.000,00
COMUNE DI FORNOVO TARO	**FORNOVO DI TARO - UFFICIO INFORMAZIONI E ACCOGLIENZA TURISTICA (IAT)**	Via Monsignor Malpeli, 2 Fornovo Taro (PR) Telefono 0525 2599 - cell 328/5369385 E-mail fornovoditaro.iat@gmail.com Sito web www.comune.fornovo-di-taro.pr.it/ufficio-turistico-iat-fornovo-taro		**VIA FRANCIGENA - FORNOVO**	FORNOVO DI TARO, MEDESANO, ENTE PARCHI E BIODIVERSITA' EMILIA OCCIDENTALE		**31/12/2025**	**X**	**X**	**X**	**X**		X	X	36.600,00	36.600,00	13.000,00
COMUNE DI COLORNO	**COLORNO - SORBOLO MEZZANI - UFFICIO INFORMAZIONI E ACCOGLIENZA TURISTICA (IAT-R)**	Piazza Garibaldi 26 Colorno (PR) Telefono 0521/313790 E-mail Ufficio.turistico@comune.colorno.pr.it Sito web colornoturismo.it/		**BASSA PARMENSE EST**	COLORNO, SORBOLO MEZZANI	**X**	**31/12/2025**	**X**	**X**	**X**	**X**		X	X	63.000,00	63.000,00	15.000,00
COMUNE DI BORGO VAL DI TARO	**BORGO VAL DI TARO E VAL CENO - UFFICIO INFORMAZIONI E ACCOGLIENZA TURISTICA (IAT)**	P.zza Manara n. 7; Borgo Val di Taro (PR); 0525/96796; iatvalditaroceno@comune.borgo-val-di-taro.pr.it ; www.sostalborgo.it	X	**VALLI TARO-CENO**	BORGO VAL DI TARO, BEDONIA		**31/03/2024**	**X**	**X**	**X**	**X**		X	X	63.687,11	63.687,11	13.000,00
COMUNE DI PARMA	**PARMA - UFFICIO INFORMAZIONI E ACCOGLIENZA TURISTICA (IAT-R) - PARMA WELCOME**	Strada Garibaldi, 18 Parma (PR) Telefono 0521/218889 E-mail: turismo@comune.parma.it Sito web: www.parmawelcome.it		**PARMA CITTA' E DINTORNI**	PARMA	**X**	**30/04/2025**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	X	X	400.473,30	381.769,70	17.000,00
COMUNE DI CASTELL'ARQUATO	**CASTELL'ARQUATO E VAL D'ARDA - UFFICIO INFORMAZIONI E ACCOGLIENZA TURISTICA (IAT-R)**	Indirizzo Piazza Municipio, 1 Castell'Arquato (PC) Telefono 0523/803215 E-mail iatcastellarquato@gmail.com Sito web www.castellarquatoturismo.it		**VAL D'ARDA**	CASTELL'ARQUATO, FIORENZUOLA, ALSENO, LUGAGNANO, VERNASCA, MORFASSO		**31/12/2028**	**X**	**X**	**X**	**X**		X	X	64.061,30	62.712,98	15.000,00
COMUNE DI PIACENZA	**PIACENZA - UFFICIO INFORMAZIONI E ACCOGLIENZA TURISTICA (IAT-R) - VISITPIACENZA**	Piazza Cavalli, 7 Piacenza (PC) Telefono 0523/492001 E-mail iat@comune.piacenza.it Sito web www.visitpiacenza.it		**PIACENZA CITTA' E DINTORNI**	PIACENZA	**X**	**18/03/2026**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	X	X	207.183,73	189.428,28	17.000,00
COMUNE DI BOBBIO	**BOBBIO E VAL TREBBIA - UFFICIO INFORMAZIONI E ACCOGLIENZA TURISTICA (IAT)**	Piazza San Francesco Bobbio (PC) Telefono 0523/962815 E-mail iat@comune.bobbio.pc.it Sito web www.bobbiomonamour.it		**VAL TREBBIA**	BOBBIO, TRAVO , COLI, CERIGNALE, OTTONE CORTEBRUGNATELLA, PIOZZANO, ZERBA		**15/07/2029**	**X**	**X**	**X**	**X**		X	X	75.001,60	72.378,60	13.000,00

copia informatica per consultazione

COMUNE DI BUSSETO	**BUSSETO E TERRE VERDIANE - UFFICIO INFORMAZIONI E ACCOGLIENZA TURISTICA (IAT- R)**	Piazza Verdi, 10 Busseto (PR) Telefono 0524/92487 E-mail info@bussetolive.com Sito web www.bussetolive.com		**BASSA PIACENTINA -TERRE VERDIANE**	BUSSETO (PR), VILLANOVA SULL'ARDA (PC), MONTICELLI D'ONGINA (PC), ROCCABIANCA (PR), CASTELVETRO P.NO (PC)	**X**	**31/12/2025**	**X**	**X**	**X**	**X**		X	X		8.000,00	1.500,00
UNIONE PEDEMONTANA PARMENSE	**SALA BAGANZA E VALLI DI PARMA - UFFICIO INFORMAZIONI E ACCOGLIENZA TURISTICA (IAT)**	Piazza Gramsci, 1 Sala Baganza (PR) Telefono 0521/331342-43 E-mail iat@unionepedemontana.pr.it iat2@unionepedemontana.pr.it Sito web www.vallidiparma.it		**COLLINE PARMENSI**	SALA BAGANZA, COLLECCHIO, FELINO, TRAVERSETOLO	**X**	**31/12/2024**	**X**	**X**	**X**	**X**				35.299,48	35.299,48	12.600,00
Stampa materiali e Mappe per IAT													X	X		mandato 349/2024	11.440,00

216.540,00

copia informatica per consultazione

DESTINAZIONE TURISTICA EMILIA

PROGRAMMA TURISTICO DI PROMOZIONE LOCALE (PTPL) ANNO 2024

AMBITO DI ATTIVITA' 1
ALTRE FORME

Soggetto proponente o capofila	nome servizio	recapiti	area turistica omogenea di riferimento	collegamento con Redazione Locale	IMPORTO PRESENTATO	IMPORTO AMMESSO	CONTRIBUTO
UNIONE MONTANA APPENNINO REGGIANO	APP -APPENNINO REGGIANO (IAT DIGITALE)	E-mail iat@appenninoreggiano.it Sito web www.appenninoreggiano.it Scarica App Google Play https://play.google.com/store/apps/details?id=it.gm.uniappre&hl=it Scarica App Apple Store https://apps.apple.com/it/app/appennino-reggiano/id1106132027	APPENNINO REGGIANO	X	14.328,88	14.328,88	6.400,00

Soggetto proponente o capofila	servizio di riferimento	recapiti	area turistica omogenea di riferimento	collaborazione con Redazione Locale	IMPORTO PRESENTATO	IMPORTO AMMESSO	CONTRIBUTO
COMUNE SAN SECONDO PARMENSE	SAN SECONDO PARMENSE - WELCOME ROOM	Piazza Mazzini, 12 San Secondo P.se (PR)	BASSA PARMENSE OVEST	X	5.600,00	5.600,00	3.200,00
COMUNE DI CORREGGIO	CORREGGIO - WELCOME ROOM		REGGIO EMILIA CITTA' E DINTORNI	X	20.365,60	20.365,60	6.400,00
COMUNE DI FIORENZUOLA D'ARDA	FIORENZUOLA D'ARDA - WELCOME ROOM	Piazzale San Giovanni, 5 Fiorenzuola d'Arda (PC)	VAL D'ARDA	X	12.899,99	12.900,00	6.400,00
COMUNE DI VERNASCA	VIGOLENO - WELCOME ROOM	via Libertà, borgo di Vigoleno - Vernasca (PC)	VAL D'ARDA	X	15.545,54	15.545,54	6.400,00
COMUNE DI BEDONIA	BEDONIA - WELCOME ROOM	Via Garibaldi, 15 Bedonia (PR)	VALLI TARO-CENO	X	11.300,00	11.300,00	6.400,00
TOTALE					**80.040,01**	**80.040,02**	**35.200,00**

Progetto informatico per nuove forme servizi informativi		**3.799,59**

Totale complessivo rendicontato	**mandato 108/2024**	**3.799,59**
Contributo richiesto		**38.999,59**
		38.460,00

copia informatica per consultazione

PROGRAMMA TURISTICO DI PROMOZIONE LOCALE 2024

1. AMBITO 1 – Progetti dei Comuni Capoluogo

RENDICONTAZIONE

AMBITO 1 - PROGETTI COMUNI CAPOLUOGO					
	SOGGETTO CAPOFILA	**DESCRIZIONE PROGETTO**	**IMPORTO PROGETTO**	**IMPORTO RENDICONTATO E AMMESSO A FINANZIAMENTO**	**IMPORTO FINANZIAMENTO CONFERMATO**
1	Comune Parma	Tema scelto: Mostra “CONTEMPORANEA. CAPOLAVORI DALLE COLLEZIONI DI PARMA” Obiettivi: - Presentare 115 opere di 93 artisti di rilievo internazionale. - Raccontare cento anni di espressione artistica contemporanea italiana ed europea. - Offrire uno sguardo sul Novecento e sul collezionismo. - Sviluppare l'attrattività turistica dell'evento. Azioni e strumenti principali: - Allestimento e progettazione della mostra da parte di Solares Fondazione delle Arti. - Promozione e comunicazione dell'evento attraverso affissioni, distribuzione di materiale promozionale e comunicazione web. - Collaborazione con il Settore Cultura e Turismo del Comune di Parma per la concessione degli spazi	€ 102.500,00	€ 102.500,00	25.000,00

copia informatica per consultazione

		espositivi e la gestione logistica. - Attività collaterali come conferenze e laboratori didattici. - Presenza nelle stazioni e negli aeroporti per promuovere l'evento. Mercati e target: - Cittadini di Parma e turisti interessati all'arte contemporanea. - Visitatori delle città limitrofe (Bologna, Modena, Piacenza, Reggio Emilia, Fidenza). - Appassionati d'arte a livello nazionale. Verifica dei risultati: - Non sono forniti dati specifici sui risultati, ma si menzionano attività di promozione e comunicazione estese, inclusa la presenza nelle stazioni e negli aeroporti. Comuni coinvolti: - Parma (Comune di Parma) Altri Soggetti coinvolti: - Solares Fondazione delle Arti. - Operatore economico Made in Tomorrow Srl. - Exibart (in partnership per la promozione). - Settore Cultura e Turismo del Comune di Parma.			

copia informatica per consultazione

AMBITO 1 - PROGETTI COMUNI CAPOLUOGO					
	SOGGETTO CAPOFILA	**DESCRIZIONE PROGETTO**	**IMPORTO PROGETTO**	**IMPORTO RENDICONTATO E AMMESSO A FINANZIAMENTO**	**IMPORTO FINANZIAMENTO CONFERMATO**
2	Comune Piacenza	Tema scelto: Tour de France a Piacenza Obiettivi: - Promuovere la città di Piacenza e il suo territorio a livello mondiale. - Creare interesse, curiosità, partecipazione e socialità verso l'evento. - Accrescere lo spirito di comunità coesa. - Promuovere il ciclismo e la mobilità su due ruote. Azioni e strumenti principali: - Progetto “Piacenza aspetta il Tour de France” con eventi e iniziative da marzo a luglio 2024. - «La Dictée du Tour» nelle scuole per coinvolgere gli studenti. - Evento di animazione «Aspettando il Tour de France» con Vittorio Brumotti. - Videomapping dedicato alla tappa piacentina. - Campagna comunicativa attraverso: - Pagina dedicata sul sito comunale. - Pagine social (Facebook e Instagram). - Conferenza stampa. - Mappa turistica “Vivi il Tour a Piacenza”. - Allestimento in giallo del centro storico e dei bus cittadini. Mercati e target:	€ 103.156,56	€ 103.156,56	25.000,00

copia informatica per consultazione

		- Cittadini di Piacenza, in particolare le scuole e le associazioni culturali e sportive. - Turisti e appassionati di ciclismo a livello nazionale e internazionale. Verifica dei risultati: - 74.000 visualizzazioni della pagina dedicata al Tour sul sito comunale. - Oltre 1.000 visualizzazioni della mappa Google interattiva. - Copertura organica di circa 100.000 sui canali social, che sale a 450.000 con le sponsorizzazioni. - Distribuzione della mappa turistica a largo raggio. Comuni coinvolti: - Comuni della provincia di Piacenza Altri Soggetti coinvolti: - Associazioni culturali e sportive. - Organizzatori del Tour de France. - Associazioni di categoria del settore commercio. - Coldiretti e Confagricoltura. - Rete dei Musei e sistema Cultura Piacenza.			

copia informatica per consultazione

AMBITO 1 - PROGETTI COMUNI CAPOLUOGO					
	SOGGETTO CAPOFILA	**DESCRIZIONE PROGETTO**	**IMPORTO PROGETTO**	**IMPORTO RENDICONTATO E AMMESSO A FINANZIAMENTO**	**IMPORTO FINANZIAMENTO CONFERMATO**
3	Comune Reggio Emilia	Tema scelto: REGGIO NARRA 2024 Il titolo dell'edizione 2024 è tratto dalla poesia di Ilaria Rigoli, "A rifare il mondo", che ha ispirato la scelta degli spettacoli e delle narrazioni, focalizzandosi su parole che aiutano a immaginare e costruire un mondo migliore. Obiettivi: Promuovere l'evento a livello regionale e oltre i confini comunali, aumentando la visibilità e il coinvolgimento del pubblico. Azioni e strumenti principali: - Elaborazione di un piano di comunicazione ricco e articolato. - Creazione di manifesti stradali, cartoline, locandine e programmi. - Uscite tabellari sulla stampa e programmazione di uno spot radiofonico. - Diffusione di strumenti di comunicazione presso eventi come la Bologna Children's Book Fair e il Salone Internazionale del Libro di Torino. Mercati e target: - Pubblico delle famiglie e dei giovani lettori a livello nazionale. - Pubblico internazionale	€ 27.443,55	€ 27.443,55	€ 25.000,00

copia informatica per consultazione

		specializzato nell'interesse alla lettura. Verifica dei risultati: 8.000 spettatori La pagina FB ha superati i 14.000 followers La vendita degli spettacoli a pagamento e il promemoria pre-evento, con una buona copertura sulla stampa locale Comuni coinvolti: - Albinea - Castelnovo di Sotto - Quattro Castella - Rubiera - San Polo d'Enza Altri Soggetti coinvolti: - Reggio Children - Eventi come la Bologna Children’s Book Fair e il Salone Internazionale del Libro di Torino.			

TOTALE SPESA € 233.100,11

TOTALE CONTRIBUTO CONCESSO € 75.000,00

copia informatica per consultazione

PROGRAMMA TURISTICO DI PROMOZIONE LOCALE 2024

1. **AMBITO 2 – Progetti di promozione turistica**
2. **Progetti di animazione ed intrattenimento turistico**

RENDICONTAZIONE

copia informatica per consultazione

AMBITO 2 - PROGETTI DI PROMOZIONE TURISTICA					
ID ordine arrivo	**SOGGETTO CAPOFILA**	**DESCRIZIONE PROGETTO**	**IMPORTO PROGETTO**	**IMPORTO RENDICONTATO E AMMESSO A FINANZIAMENTO**	**IMPORTO FINANZIAMENTO CONFERMATO**
1	**Unione dei Comuni della Bassa Reggiana (RE)**	**<u>"PER-CORSI" D'ACQUA – VIAGGIO ALLA SCOPERTA DEL GRANDE FIUME</u>** **Tema scelto:** GRANDE FIUME **Obiettivi:** attraverso la valorizzazione del Fiume Po come risorsa turistica, rafforzare l'immagine e l'offerta dei territori coinvolti in un'ottica di area vasta unica e ove possibile sostenere attività che generino attrattività, promuovendo al contempo anche l'intera Destinazione Turistica Emilia. **Azioni e strumenti principali**: La prima linea di azione è stata dedicata alla promozione del turismo outdoor, in connessione con le tradizioni e l'enogastronomia locali. Sono stati tracciati i percorsi ciclo-pedonali del territorio, con particolare attenzione agli itinerari situati nei pressi del fiume Po. Sono stati organizzati due blog tour con influencer del settore, i quali hanno prodotto materiali digitali destinati alla promozione sui social network, tutti visibili sui social Facebook e Instagram. Sono stati realizzati due video di promozione del territorio, il primo dedicato al turismo outdoor mentre il secondo più focalizzato su cultura ed enogastronomia. La gestione del portale turistico e degli strumenti di comunicazione ha permesso di valorizzare e promuovere tutti gli eventi previsti sul territorio, con particolare attenzione agli eventi su più giorni. Oltre ai canali digitali, sono stati prodotti materiali promozionali tradizionali, con la realizzazione di un inserto promozionale stampato sulla rivista dedicata del Touring Club Italiano. **Mercati e target**: amanti di ogni età dello stile "slow" e dei viaggi brevi, di tradizioni, natura (con al centro il grande fiume) e cultura, ma anche dell'enogastronomia e della ruralità; cicloturisti. **Verifica dei risultati**: costante revisione del progetto.	**50.000,00**	**50.000,00**	**30.000,00**

copia informatica per consultazione

		Comuni aderenti: Boretto, Brescello, Gualtieri, Guastalla, Luzzara, Novellara, Poviglio, Reggiolo, Comune di Sissa Trecasali **Altri Soggetti aderenti:** Centro di formazione professionale Bassa reggiana, UIT di Guastalla, Ufficio turistico Brescello, MAB Unesco Po grande, Autorità di bacino, P.E.R.-promoter Emilia Romagna			
2	**Comune di Salsomaggiore Terme (PR)**	**IL BENESSERE IN UNA RACCHETTA** **Tema scelto:** SPORT E BENESSERE **Obiettivi**: Valorizzare in chiave turistica, per la promozione del territorio, il Torneo Juniores di Tennis di Salsomaggiore Terme. Saranno presenti appassionati di tennis e padel provenienti da tutto il mondo. Coloro che cercano relax e benessere avranno la possibilità di immergersi in sessioni rigeneranti al T-Spatium. Componente originale del progetto sarà l'organizzazione di convegni e workshop sul benessere psicologico. Obiettivo principale del progetto è trasformare lo spettatore dell'evento da passivo a partecipante attivo invitandolo ad esplorare le bellezze del territorio. **Azioni e strumenti principali**: Il progetto si è incentrato in particolare nella realizzazione di uno spot, che nel viaggio ideale di una pallina da tennis, mostra le tante occasioni che il territorio offre per gli appassionati di questi sport e per i cosiddetti "cercatori di benessere". Lo spot è stato diffuso sul canale Sky Sport 24 nella settimana dal 9 al 15 dicembre 2024 per un totale di 54 passaggi (di cui 8 in prime time) e sul canale Supertennis dall'8 al 22 dicembre 2024 per un totale di 70 passaggi (di cui 20 durante gli eventi live). Lo spot poi ha avuto una notevole diffusione sui social, Facebook e Instagram. Inoltre, sono stati realizzati dei materiali stampati (manifesti, locandine, pieghevole), distribuiti presso punti di informazione turistica, hotel e i soggetti interessati al progetto. **Mercati e target**: appassionati tennis e padel (mercato internazionale), cercatori di benessere (mercato nazionale e internazionale), partecipanti ai convegni sul benessere psicologico (mercato nazionale e internazionale), famiglie e gruppi (marcato locale e nazionale), aziende e sponsor (mercato locale).	**50.000,00**	**49.159,28**	**30.000,00**

copia informatica per consultazione

		Verifica dei risultati: • 1,6 milioni di utenti raggiunti • 6 milioni di visualizzazioni • 7,6 di impression totali • 10,3mila visite ai profili social • 21mila clic sul link • 1.000 nuovi follower • 18,6mila visite al sito (+115% vs. periodo precedente e +59% vs. anno precedente) **Comuni aderenti**: Comune di Noceto **Altri soggetti aderenti:** T.Service International,Tennis Club Fidenza Bocciofila Salsese-Padel Salso, Consorzio AbiTabiano, Consorzio Terme Berzieri			
3	**Comune di Parma (PR)**	**<u>"EMILIA BIKE EXPERIENCE 2024"</u>** **Tema scelto:** BIKE **Obiettivi**: valorizzazione del territorio delle province di Parma, Piacenza e Reggio Emilia quale asset unitario, mettendo a sistema l'offerta dei partner già presente, seppur in maniera non omogenea, e valorizzando le specificità dei singoli territori coinvolti, facendo leva sul cicloturismo e sul concetto di "slow-mix", che caratterizza la destinazione. La bicicletta diventa quindi un mezzo per scoprire il territorio e, allo stesso tempo, la chiave per raccontare le molteplici unicità delle singole aree. **Azioni e strumenti principali**: Per il 2024 i partner hanno condiviso la scelta di una promozione mista off-line e on-line, utilizzando sia la presenza su carta stampata che sui social e sui i canali web dedicati al cicloturismo. Gli strumenti utilizzati per la promozione di Emilia Bike Experience nel 2024 sono stati: 1. Ristampa della mappa dei percorsi ciclo-escursionistici di Emilia Bike Experience. Realizzata nel 2023 e distribuzione durante i principali eventi bike nel corso del 2024 2. La rivista BC – Rivista ufficiale di FIAB Italia (www.rivistabc.com); 2 dossier esclusivi di 4 pagine ciascuno nel numero Estate e nel numero Autunno 2024 della rivista + invio newsletter (con articolo e banner dedicati) nei mesi di giugno, luglio e ottobre 2024.	**50.000,00**	**50.068,00**	**30.000,00**

copia informatica per consultazione

		3. La realizzazione di servizi promozionali a tema bike affidati a ENGAGIGO, consistenti in n. 3 video Discovering per il canale ENDU CHANNEL, dedicati alla promozione del cicloturismo nel territorio di Emilia (Province di Parma, Piacenza e Reggio Emilia); pubblicazione dei video sul canale Youtube ENDU Channel, oltre alla loro amplificazione con articoli sul magazine online di ENDU e copertura social sui canali Meta di ENDU; produzione video fotografica consistente in: 30 foto; video pillole per utilizzo social; estratto video di 1-2' dai contenuti Discovering; 15-20' di girato (non post prodotto); n. 1 invio DEM target ciclismo triathlon (50.000 contatti). 4. La progettazione, realizzazione e stampa della Mappa Promozionale dei Percorsi MTB dell'Appennino di Emilia. **Mercati e target**: mercato domestico di prossimità, mercati esteri F,CH,A,D; cicloturisti e ciclo escursionisti, famiglie, slow bikers, MTB. **Verifica dei risultati:** monitoraggio dati e risultati delle attività attraverso confronto periodico con i partner del progetto; relazione finale dei dati legati ai flussi turistici e di quelli degli strumenti social e web. **Comuni aderenti**: 1. Unione Pedemontana Parmense (comuni di: Felino, Sala Baganza, Traversetolo, Collecchio) 2. Comune di Bardi (PR) 3. Comune di Sorbolo Mezzani (PR) 4. Comune di Corniglio (PR) 5. Comune di Monchio delle Corti (PR) 6. Comune di Rivergaro (PC) 7. Comune di Travo (PC) 8. Comune di Alta Val Tidone (PC) 9. Comune di Albinea (RE) 10. Unione Montana dell'Appennino Reggiano (Comuni di: Carpineti, Casina, Castelnovo ne' Monti, Ventasso, Vetto, Villa Minozzo, Toano) **Altri soggetti aderenti**: Ente di Gestione per i Parchi e la Biodiversità Emilia Occidentale – Parchi del Ducato			

copia informatica per consultazione

4	**Comune di Fidenza (PR)**	**<u>EMILIA TERRA DI CAMMINI. CON DOLCEZZA VERSO IL GIUBILEO.</u>** **Tema scelto:** CAMMINI **Obiettivi:** il progetto, propedeutico all'anno giubilare 2025, ha perseguito i suoi obiettivi specifici individuati in sede di progetto: 1. Valorizzare e promuovere il turismo sostenibile, culturale e responsabile. 2. Sensibilizzare le comunità locali sui temi ambientali. 3. Mettere a valore e in rete le eccellenze lungo i Cammini nel territorio di riferimento. 4. Verificare lo stato del percorso e della segnaletica. 5. Valorizzare il lavoro degli operatori privati attivi lungo il percorso. 6. Coinvolgere il pubblico affinché diventi ambasciatore del cammino che hanno percorso **Azioni e strumenti principali:** il progetto si è concretizzato attraverso vari eventi a tema Cammini gestiti dai Comuni aderenti: - si sono tenute, a cura del Comune di Fidenza, la staffetta "Lenti alla Meta – la Staffetta" e la maratona "Lenti alla Meta- La Maratona", entrambe inserite nel calendario del Francigena Fidenza Festival 2024 svoltosi dall'11 al 14 aprile 2024 con oltre 50 eventi tra mostre, camminate, visite guidate, mercati, degustazioni, approfondimenti, talk, progetti per le scuole, spettacoli e concerti. Il progetto PTPL prevedeva il cofinanziamento delle spese sostenute per pubbliche relazioni e ufficio stampa del Francigena Festival 2024. Al riguardo, il Comune di Fidenza ha investito in due proficue direzioni che hanno consentito la realizzazione di un piano di comunicazione a 360°: da un lato, è stata incaricato un apposito ufficio stampa che ha permesso di arrivare alla stampa nazionale e regionale, così come si è proceduto, attraverso apposita società di comunicazione, allo svolgimento a Roma di una conferenza stampa di presentazione a livello nazionale e di promozione del Francigena Fidenza Festival 2024; dall'altro lato, si è investito sulla comunicazione grafica e digitale; - Comune di Reggio Emilia: nelle giornate del 6-7 e 15 settembre 2024 si sono svolte le Camminate sulla Via Matildica del Volto Santo che sono state seguita	**50.000,00**	**51.679,85**	**30.000,00**

copia informatica per consultazione

da una blogger che ha prodotto reel in lingua inglese e articoli sul suo blog che hanno riscosso notevole successo.

- Il Comune di Farini ha organizzato la Camminata - I Love Cammini - Via degli Abati svoltasi il 21.07.2024 con la produzione di materiali specifici e la promozione della Via degli Abati che ha riscosso grande successo e ha visto la partecipazione di numerosi aderenti.

- Il Comune di Pellegrino Parmense ha organizzato I Love Cammini – percorso ad anello in bicicletta – Via Francigena svoltosi il 15 giugno 2024 con la presenza di blogger videomaker e con la produzione di materiale apposito e promozione della Via Francigena
  -Il Comune di Medesano ha organizzato un servizio di animazione e/o accoglienza turistica durante il passaggio dei partecipanti della "Lenti alla Meta" sul territorio comunale.
  -Il Comune di Fiorenzuola d'Arda ha organizzato un servizio di animazione e/o accoglienza turistica durante il passaggio dei partecipanti della "Lenti alla Meta" sul territorio comunale.

Mercati e target: Il mercato italiano, in particolar modo quello del nord Italia. Le attività sono comunque divulgate anche sul sito www.viefrancigene.org in tre lingue, rivolgendosi quindi ad un pubblico internazionale

Verifica dei risultati: l'edizione 2024 del Francigena Festival è stata un'edizione di grande successo, che ha registrato una straordinaria partecipazione di pubblico e sold out per le iniziative su prenotazione (tra le quali le conferenze di Alessandro Barbero, con oltre 1.400 persone, e Pif). Questo il link al sito web del Francigena Fidenza Festival: https://www.francigenafidenzafestival.it/. Sono stati coinvolti molti operatori turistici del territorio oltre ad associazioni di volontariato per l'assistenza specifica ai partecipanti agli eventi.

Comuni aderenti: Comune di Fidenza, Comune di Farini, Comune di Fiorenzuola d'Arda, Comune di Reggio-Emilia, Comune di Pellegrino Parmense e Comune di Medesano

copia informatica per consultazione

		Altri soggetti aderenti: ---			
5	**Associazione Strada dei vini e dei sapori dei colli piacentini (PC**	**“EMILIA WINE EXPERIENCE”** **Tema scelto:** WINE **Obiettivi**: fare crescere una proposta efficace di percorsi ed esperienze enogastronomiche, attraverso la messa in rete dei singoli operatori. **Azioni e strumenti principali**: Il progetto Emilia Wine Experience 2024 ha avuto come attività principale lo studio, preparazione e realizzazione della guida “I 5 sensi di Emilia” che racconta 8 itinerari tematici tra la provincia di Piacenza e di Parma, con lo scopo di condurre il visitatore/turista lungo le 5 Strade Vini e Sapori di Emilia e i Comuni partner alla scoperta del territorio attraverso i 5 sensi. La guida è stata realizzata in italiano/inglese e in formato cartaceo e digitale. Ed è scaricabile registrandosi al link https://emiliawineexperience.it/5-sensi-emilia. Sono state stampate 4.000 copie della guida di 40 pagine, con tasca contenente le mappe degli i'nerari con QR-Code collega) al sito web. Oltre alla guida il progetto ha proseguito con la promozione del prodotto wine experience attraverso molteplici attività, promozione di eventi e comunicazione on line. Ad esempio: aggiornamento pagine web emiliawineexperience.it; realizzazione e stampa di un espositore necessario ai partner per l’esposizione delle Card Emilia Wine Experience nei vari punti turistici; collaborazioni con eventi esterni: sono state attivate delle collaborazioni con altri soggetti come ad esempio il GAL del Ducato per promuovere il progetto in varie occasioni ed eventi; realizzazione di particolari format tematici di degustazione e abbinamento cibo-vino di cui sono stati realizzati i materiali di comunicazione e svolta l’attività di promozione. Bike&Wine Presstour lungo la Strada dei Vini e dei Sapori dei Colli Piacentini. Il tour ha coinvolto 2 giornalis/ di italianwinetour.info (Giambattista Marchetti e Andrea Guolo) e Adua Villa di Gobetro'er gourmet , che hanno percorso con le bici l’itinerario del tour.	**50.000,00**	**50.066,39**	**30.000,00**

copia informatica per consultazione

		Riprese Milano-Pavia TV canale 78 e https://www.milanopavia.tv/itinerari/ in cui viene citato il progetto. Attività di media relations attraverso l'ufficio stampa. Attività di social media marketing e di advertising attraverso i profili FB https://www.facebook.com/StradaViniSaporiColliPiacen;ni/) e IG https://www.instagram.com/stradavinicollipiacentini/ **Mercati e target**: mercato italiano (Lombardia, Emilia Romagna e Piemonte). Mercati di nicchia, mercati storici europei di riferimento (Germania, Svizzera e Francia). Target: individuali italiani e stranieri, famiglie, piccoli gruppi, amanti del vino e appassionati di itinerari enogastronomici, naturalistici, culturali e Borghi Medievali, soggetti d'intermediazione organizzata e no profit, giornalisti specializzati, wine e travel blogger. **Verifica dei risultati**: Azioni di verifica dei risultati con diversi strumenti.: monitoraggio partecipazione alle iniziative, aggiornamento e ampliamento database dei partecipan- agli even- per avere un profilo e per le comunicazioni future. Recall ai partecipanti diretti alle iniziative per avere un feedback sulle iniziative specifiche in modo da migliorare l'offerta futura. **Comuni aderenti:** 1. Castel San Giovanni 2. San Pietro in Cerro 3. Monticelli d'Ongina 4. Ziano Piacentino 5. Unione Val Nure Val Chero, con 5 Comuni: Carpaneto Piacentino, Gropparello, Podenzano, San Giorgio Piacentino, Vigolzone 6. Albareto 7. Bedonia 8. Borgo Val di Taro 9. Compiano			

copia informatica per consultazione

		Altri soggetti aderenti: Strada del prosciutto e vini dei colli di Parma, Strada del Culatello di Zibello, Strada del fungo porcino di Borgotaro, Strada del Po e dei sapori della Bassa piacentina.			
6	**Comune di Piacenza (PC)**	**EMILIA CHALLENGE, LA NOSTRA TERRA DI CASTELLI E BORGHI E' FANTASTICA! XSCAPE EXPERIENCE CASTLE & DETECTIVE ON THE ROAD** **Tema scelto:** BORGHI E CASTELLI DI EMILIA **Obiettivi:** il progetto intende incentivare la conoscenza del patrimonio culturale di Emilia e in particolare di Castelli e Borghi tra adolescenti e giovani, ampliare la loro partecipazione alla vita culturale tramite il gioco interattivo a tappe. In questo modo cresce il pubblico di domani, stimolandolo con diversi linguaggi. Si vuole inoltre promuovere un turismo culturale in Emilia più avvincente e coinvolgente. **Azioni e strumenti principali**: In continuità con il progetto avviato nel 2022, si è proseguito con la promozione degli X-Scape Experience on the Road già attivati nel 2023. È stato inoltre realizzato un nuovo X-Scape per il Comune di Correggio, Come elemento di novità, sono state introdotte le Challenge, giochi che si svolgono attraverso delle sfide che consentono di risolvere enigmi e indovinelli. Le Challenge sono state attivate a partire dal 1° marzo 2024 in 31 Comuni di Destinazione Emilia, nel	**50.270,00**	**50.270,00**	**30.000,00**

copia informatica per consultazione

		circuito Castelli del Ducato. E'stata attivata una promozione e comunicazione intensa sui social e un ufficio stampa (370 uscite e 20 comunicati). E'stato invitato il giovane influencer tik toker Luca Giovanni Gheţ (@Lucag___), il quale ha realizzato 20 reel tesi a raccontare Castelli e Borghi storici in Emilia: 20 short video per i social network con contenuti rivolti in particolare al target giovani. È stato realizzato un espositore con le immagini dei Comuni aderenti, rivolto alle strutture ricettive, da fare esporre in area visibile (accoglienza, Bureau). **Mercati e target**: giovani dai 12 anni in su; Aziende e Team Building Famiglie Scuole Gruppi; amanti dell'Italia, del turismo-culturale outdoor tra borghi e castelli, amanti delle emozioni, dell'enogastronomia ed esperienze di viaggio di appeal e con una buona capacità di spesa; Persone amanti della vacanza aţtiva in forma di gioco, in cerca di esperienze di viaggio di appeal e con una buona capacità di spesa, per il M.I.C.E.. **Verifica dei risultati**: raccolta aggregata dei giocatori; raccolta aggregata statistiche azioni Social Network; raccolta aggregata visualizzazioni annuali website www.castellidelducato.it, e www.eventiemilia.it; numero uscite della rassegna stampa sull'on line; numero complessivo delle news pubblicate su www.castellidelducato.it **Comuni aderenti**: • Comune di Bobbio (PC) • Comune di Busseto (PR) • Comune di Castellarano (RE) • Comune di Montechiarugolo (PR) • Comune di San Secondo Parmense (PR) • Comune di Correggio (RE) • Comune di Langhirano (PR) **Altri soggetti aderenti:** Associazione dei Castelli del Ducato di Parma, Piacenza, Guastalla e Pontremoli			
		TOTALE COMPLESSIVO	**300.270,00**	**301.243,52**	**180.000,00**

copia informatica per consultazione

copia informatica per consultazione

PROGETTI DI ANIMAZIONE E INTRATTENIMENTO TURISTICO				
SOGGETTO CAPOFILA	**DESCRIZIONE PROGETTO**	**IMPORTO PROGETTO**	**IMPORTO AMMESSO A FINANZIAMENTO**	**IMPORTO FINANZIAMENTO PROPOSTO**
Comune di Reggio Emilia	**REGGIONARRA 2024** 24-25-26 maggio con eventi di avvicinamento dal 20 maggio 2024 **Obiettivi:** ogni anno per una settimana, e in particolare nel week end, Reggionarra trasforma Reggio Emilia nella "città delle storie": narratori professionisti e compagnie teatrali, insieme a genitori nella veste di racconta storie, animano diversi luoghi che diventano spazi narrativi dedicati all'ascolto di racconti, favole e letture animate. La narrazione torna protagonista in una esperienza comunitaria in cui le persone, come nelle piazze di un tempo, si ritrovano per scambiarsi storie e racconti, trasformando piazze e cortili, scuole e portici, chiostri e biblioteche, in piccoli o grandi palcoscenici di vita narrata. **Azioni e strumenti principali**: Il tema dell'edizione 2024, è stato tratto da una poesia di Ilaria Rigoli: "A rifare il mondo". Reggionarra 2024 si è proposta come una edizione ancora più ricca dell'anno precedente, andando ben oltre i 107 eventi (letture, narrazioni, spettacoli ed eventi di artisti professionisti e non) e aumentando il numero dei luoghi, che non sono stati solo nel capoluogo. L'edizione 2024 di Reggionarra, infatti, si è ampliata con gli eventi di REGGIONARRA OFF raggiungendo altri Comuni della provincia reggiana che hanno manifestato l'intenzione e l'interesse a realizzare uno o più eventi di narrazione/lettura/presentazione di autori/spettacoli nel periodo 20-24 maggio 2024 all'interno del tema e del concept di Reggionarra 2024	**25.000,00**	**25.000,00**	**25.000,00**

copia informatica per consultazione

	La strategia di comunicazione di Reggionarra 2024 prevede un piano mezzi locale, un piano mezzi nazionale, una strategia social con il coinvolgimento di blogger e la produzione di gadget. **Mercati e target**: mercati locale, regionale e sovraregionale. target: famiglie e scuole **Verifica dei risultati**: --- **Comuni aderenti:** 1. Albinea 2. San Polo d'Enza 3. Castelnovo di Sotto 4. Cavriago 5. Quattro Castella 6. Rubiera 7. Scandiano. **Altri Soggetti aderenti:** Scuole e Nidi d'infanzia del Comune di Reggio Emilia, Fondazione Palazzo Magnani, Fondazione I Teatri, Fondazione Nazionale della Danza/Aterballetto, Reggio Children, Fondazione Reggio Children, Istituto Superiore di Studi Musicali di Reggio Emilia e Castelnovo ne' Monti e le FCR-Farmacie Comunali Riunite con il progetto Reggio Emilia Città Senza Barriere.			
Comune di Parma	**Mostra "DAL DADAISMO ALL'ARTE POVERA. ARTE CONTEMPORANEA NELLE COLLEZIONI PRIVATE DI PARMA"** PALAZZO DEL GOVERNATORE di Parma dal 20/04/2024 al 21/07/2024 **Obiettivi:** La strategia adottata va nella direzione dello sviluppo dell' attrattività dell'evento in chiave turistica. Gli eventi rappresentano, infatti, uno strumento indispensabile per l' attrattività della città e del territorio, il loro potenziamento e la	**125.000,00**	**125.000,00**	25.000,00

copia informatica per consultazione

	loro razionalizzazione, indirizzano verso implementazione dell'indotto per gli operatori pubblici e privati, presenti sul territorio che sono parte dell'intera filiera turistica. Promuovendo la mostra attraverso canali adeguati ad intercettare il giusto target turistico e costruendo attorno ad essa molteplici esperienze di fruizione, tali da prolungare la permanenza dei visitatori in città e nel territorio della città e della provincia, la mostra può diventare veicolo di valorizzazione turistica del territorio. **Azioni e strumenti principali:** azioni di Promozione e comunicazione per lo sviluppo dell' attrattività dell'evento in chiave turistica (cataloghi, folder, guide, materiale promozionale specifico, prodotti multimediali e strumenti informatici per la promozione, pagine web, passaggi radio/TV, pubbliche relazioni e ufficio stampa, educational tour, azioni di web marketing. **Mercati e target: i**l mercato cui si rivolge il progetto è principalmente rappresentato dalle aree geografiche di prossimità (Emilia Romagna, Regioni limitrofe e Nord Italia), ed eventualmente dai mercati esteri con focus principale a quelli oggetto di interesse per Destinazione Turistica Emilia (Francia, Svizzera, Austria e Germania). Le attività sono destinate ad un target rappresentato dai turisti culturali, turisti che sono concettualmente aperti alle novità e all' interculturalità e costantemente alla ricerca di esperienze uniche e coinvolgenti, turista con grado di istruzione elevato, capacità di spesa alta, e una propensione a spendere nell'alta ristorazione. **Verifica dei risultati:** monitoraggio in itinere attraverso periodico confronto con i referenti di progetto. Relazione finale di progetto contenente la descrizione e la valutazione dei dati, legati ai flussi turistici e ai dati dei canali social e web attivati. **Comuni aderenti:** --- **Altri soggetti aderenti:** Solares Fondazione delle Arti			
Comune di Piacenza	**PIACENZA ASPETTA IL TOUR DE FRANCE** 1 luglio 2024 **Obiettivi:** Il prossimo 1 luglio 2024 Piacenza ospiterà la terza tappa del Tour de France, la più importante competizione ciclistica al mondo e uno dei tre massimi eventi sportivi internazionali. Si tratta di un'opportunità unica di visibilità per far	**30.000,00**	**30.000,00**	**25.000,00**

copia informatica per consultazione

	conoscere la città e il territorio a livello mondiale, attraverso le immagini diffuse su tutti i canali comunicativi dedicati all'evento. **Azioni e strumenti principali:** - Realizzazione di 2 eventi di animazione - Realizzazione un video promozionale e di un video mapping - Visite guidate a tema - Coinvolgimento delle Associazioni di categorie del settore turistico/ricettivo - Attività di promozione e comunicazione quali: 1) Azioni sul sito internet del Comune di Piacenza; 2) Azioni sui canali social del Comune di Piacenza; 3) Azioni sui canali social del portale Visit Piacenza; 4) Azioni di condivisione sui canali social dei nostri partner: Visit Emilia, Emilia Romagna Turismo, Associazione Castelli del Ducato, Associazione Europea delle Vie Francigene; 5) Invio di newsletter periodiche a cura dell'ufficio IAT-R di Piacenza; 6) Attivazione dell'Ufficio Stampa del Comune di Piacenza e dei partner coinvolti; 7) Raccolta statistiche. Mediante infine le azioni di repost sui canali social delle associazioni sportive e culturali, sarà inoltre possibile moltiplicare le visualizzazioni dei canali social del Comune di Piacenza. **Mercati e target:** -Bambini delle scuole elementari e giovani - Scuole - Famiglie - Gruppi amatoriali sportivi - Associazioni sportive e culturali - Persone amanti dell'Italia e del turismo culturale e outdoor per esperienze di viaggio tra borghi, castelli ed enogastronomia; - Nuovi segmenti di turisti nazionali ed esteri - raccolta dati sui partecipanti agli eventi; - raccolta aggregata statistiche azioni Social Network; - raccolta aggregata visualizzazioni website			

copia informatica per consultazione

	https://www.comune.piacenza.it e https://visitpiacenza.it; - numero uscite dei comunicati stampa - numero complessivo newsletter inviate **Verifica dei risultati:** - raccolta dati sui partecipanti agli eventi; - raccolta aggregata statistiche azioni Social Network; - raccolta aggregata visualizzazioni website https://www.comune.piacenza.it e https://visitpiacenza.it; - numero uscite dei comunicati stampa - numero complessivo newsletter inviate **Comuni coinvolti:** Comune di Piacenza, territorio provinciale. **Altri soggetti coinvolti:** istituti scolastici cittadini, associazioni sportive, associazioni culturali.			

copia informatica per consultazione