



DESTINAZIONE TURISTICA EMILIA

Responsabile : ROMERSI PIERANGELO

DETERMINAZIONE

n. 26 del 16/05/2023

Oggetto: DESTINAZIONE TURISTICA EMILIA - REALIZZAZIONE DEL PROGRAMMA TURISTICO DI PROMOZIONE LOCALE (P.T.P.L) 2022 - RENDICONTAZIONE E RICHIESTA SALDO ANNO 2022

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 DTEmiliana n. 18 del 1^a giugno 2018 che prende atto della nomina del Direttore, dott. Pierangelo Romersi a far tempo dal 1^a luglio 2018 e prorogato con Determinazioni del Dirigente della Provincia di Piacenza n. 645/2019 e n. 787 del 30/06/2021 fino al 30/06/2023;
- il Decreto del Presidente della Provincia di Parma n.166 del 30/06/2021 con il quale si approva la proroga della convenzione per la gestione delle attività intercorrenti tra la DTEmiliana e la Provincia di Parma, fino al 30/06/2024;

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 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 promo-commercializzazione 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 Delibere di Giunta Regionale n. 231 del 21/02/2022 e n. 258 del 28/02/2022 la Regione Emilia-Romagna ha:
 - provveduto ad approvare i Programmi annuali delle attività turistiche 2022;
 - definito il budget per l'attività di Promo-commercializzazione 2022;
 - assegnato e concesso alla DTEmilìa, contributi per la realizzazione del Programma di Promo-commercializzazione Turistica (P.P.C.T.) e del Programma Turistico di Promozione Locale (P.T.P.L.) per l'anno 2022 pari a € 850.000,00 ripartiti così come segue:
 - € 430.000,00 per il P.P.C.T.
 - € 420.000,00 per il P.T.P.L.
- con Deliberazione di Giunta regionale n. 1382 del 01/08/2022 “L.R. N. 4/2016 - DELIBERE DI GIUNTA REGIONALE N. 786/2017 E SS.MM.II. E N. 258/2022 - APPROVAZIONE DELL'INTEGRAZIONE AL PROGRAMMA DI PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE TURISTICA 2022 PRESENTATO DALLA DESTINAZIONI TURISTICA EMILIA. ULTERIORE ASSEGNAZIONE E CONCESSIONE DI CONTRIBUTI PER LA REALIZZAZIONE DEL PROGRAMMA. ACCERTAMENTO DELL'ENTRATA E ASSUNZIONE IMPEGNO DI SPESA” la Regione Emilia-Romagna ha concesso alla Destinazione Turistica Emilia ulteriori risorse pari ad € 187.811,90 per la realizzazione del Programma di Promocommercializzazione turistica per l'anno 2022 e indicato le modalità di rendicontazione;

l'Assemblea dei Soci nella seduta del 29 aprile 2022 aveva apportato una variazione complessiva in aumento agli stanziamenti di competenza in entrata e spesa del bilancio anno 2022

Richiamata la Delibera dell'Assemblea dei soci della DTE n. 5 del 20/12/2021 che approva il Programma annuale delle attività turistiche 2022 della DT EMILIA;

Dato atto che:

- con determina del Direttore della Destinazione Turistica Emilia n.24 del 30/05/2022 PROGRAMMA DI PROMOZIONE TURISTICA LOCALE (P.T.P.L) 2022 - STATO AVANZAMENTO E RICHIESTA ACCONTO è stato deciso:
 - di approvare le tabelle relative ai contributi assegnati ai soggetti attuatori per l'ambito 1 e ambito 2 sul PTPL 2022;
 - di dare atto che nella tabella per l'ambito 1 è prevista la spesa di € 24.000,00 per il progetto gestito direttamente dalla Destinazione Emilia per arredo IAT e UIT con materiali e logo Visitemilia e nella tabella per l'ambito 2 è prevista la spesa di € 20.000,00 per il progetto specifico gestito direttamente dalla Destinazione Emilia per il coordinamento della comunicazione dei prodotti turistici dei progetti PTPL;
 - di richiedere un acconto di € 378.000,00
- con PEC Prot. n. 1665 31/05/2022 è stato richiesto un acconto alla Regione Emilia-

Romagna l'acconto sul PTPL € 378.000,00, liquidato con atto della Regione Emilia-Romagna n. 15526 del 24/08/2021;

- nella seduta del 30/03/2023 (verbale n 3) il Consiglio di Amministrazione, per l'ambito 1, ha confermato gli importi già approvati in fase di presentazione dei progetti. In merito all'ambito 2, si è riscontrato un buon successo delle attività messe in campo con i 6 progetti tematici che già in varie occasioni (Assemblea Soci, Salone del Camper, BIT Fiera Milano, Plenaria reti di prodotto) sono stati presentati. Il loro avanzamento si è svolto secondo i tempi richiesti e viste le rendicontazioni delle attività svolte, vengono confermate le spese già previste in fase di presentazione dei progetti, per cinque dei sei progetti attivati;
- il Comune di Reggio Emilia capofila del progetto Cammini, ha sostenuto una spesa di € 42.942,90 anziché di € 50.000,00 previsti pertanto il Consiglio di Amministrazione aveva deciso di destinare l'eventuale importo a residuo, al Comune di Salsomaggiore Terme, quale sostegno alle spese per il centenario della Terme Berzieri.
- il Presidente si è detto soddisfatto delle attività che grazie ai sei progetti sono state portate a termine; attività che stanno contribuendo ad accrescere i prodotti turistici del nostro territorio.
- nella seduta del 28/04/2023 l'Assemblea dei Soci, ha recepito dei risultati dell'istruttoria, ha approvato le tabelle finali relative al Programma di Promozione Turistica 2022 Ambito 1 e ambito 2 (allegato A e B) allegate al presente atto quale sua parte integrante e sostanziale che prevedono i seguenti finanziamenti a consuntivo:
 - Ambito 1 € 217.289,00
 - Ambito 2 € 199.995,80
 - totale € **417.284,80**

Ritenuto:

- di richiedere alla Regione Emilia-Romagna la liquidazione della quota di € 39.284,80 quale saldo del cofinanziamento regionale del programma di promozione turistica locale (PTPL) 2022.
-

Dato atto altresì che:

- è stato approvato il bilancio 2023-2025 della DT Emilia con delibera n 9 dell'Assemblea dei soci del 20/12/2022 e il PEG 2023 con delibera n. 1 del Consiglio di Amministrazione del 16/01/2023;
- è stato individuato un unico responsabile, ovvero il sottoscritto direttore;

Visto il parere di regolarità contabile rilasciato dal responsabile finanziario.

Visti:

- lo Statuto della DTE;
- la L.R. 4/2016 "Ordinamento Turistico Regionale";
- il Piano di promo-commercializzazione 2022;
- il T.U.E.L.;
- il D.L. 118/2011

D E T E R M I N A

- di approvare le tabelle a consuntivo relative ai progetti del programma di promozione turistica locale (PTPL) 2022 (allegato A e B), quale parte integrante e sostanziale del presente atto;
- di richiedere alla Regione Emilia-Romagna la liquidazione della quota di € 39.284,80 quale saldo del cofinanziamento regionale del Programma di Promozione Turistica Locale (PTPL) 2022;

- di provvedere alla trasmissione la presente determina alla Regione Emilia-Romagna, al fine della liquidazione del saldo del cofinanziamento regionale;
- di pubblicare la presente determinazione avvalendosi della procedura informatizzata della Provincia di Parma, come da convenzione.

Sottoscritta dal Responsabile
(ROMERSI PIERANGELO)
con firma digitale



VISTO DI REGOLARITA' CONTABILE

DESTINAZIONE TURISTICA EMILIA

Responsabile : ROMERSI PIERANGELO

Oggetto: DESTINAZIONE TURISTICA EMILIA – REALIZZAZIONE DEL PROGRAMMA TURISTICO DI PROMOZIONE LOCALE (P.T.P.L) 2022 - RENDICONTAZIONE E RICHIESTA SALDO ANNO 2022

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)

PTPL AMBITO DI ATTIVITA' 1 ANNO 2022

SERVIZI TURISTICI DI BASE

Soggetto capofila	Ufficio di riferimento	Importo ammesso	Importo rendicontato	Importo finanziamento totale proposto
COMUNE DI FIDENZA	IAT-R Casa Cremonini	€ 83.111,60	€ 126.852,56	€ 12.000,00
COMUNE DI LANGHIRANO	IAT Torrechiara	€ 45.649,70	€ 45.649,56	€ 10.000,00
UNIONE VAL NURE VAL CHERO	IAT Val Nure Val Chero di Grazzano Visconti	€ 40.000,00	€ 35.371,77	€ 12.000,00
SALSOMAGGIORE	IAT Salsomaggiore e Tabiano Terme	€ 105.000,00	€ 118.668,61	€ 12.000,00
UNIONE MONTANA APPENNINO REGGIANO	IAT Castelnuovo Monti	€ 70.000,00	€ 46.363,63	€ 12.000,00
COMUNE DI BERCETO	UIT Berceto	€ 25.500,00	€ 26.179,40	€ 4.000,00

COMUNE DI GUASTALLA	UIT Comuni della Bassa Reggiana (Guastalla)	€ 30.300,00	€ 23.403,38	€ 6.000,00
COMUNE DI REGGIO EMILIA	IAT Reggio Emilia	€ 63.088,62	€ 75.196,07	€ 16.000,00
COMUNE DI FORNOVO	IAT Fornovo	€ 22.100,00	€ 24.522,00	€ 10.000,00
COMUNE DI COLORNO	IAT Colorno	€ 61.955,89	€ 58.171,99	€ 12.000,00
UNIONE COMUNI VALLI TARO E CENO	UIT Bedonia	€ 37.800,00	€ 19.240,00	€ 4.000,00
			€ 21.284,25	€ 4.000,00
COMUNE DI PARMA	IAT-R Parma	€ 406.309,00	€ 435.077,46	€ 18.000,00
COMUNE DI CASTELL'ARQUATO	IAT-R Castell'Arquato Val d'Arda	€ 63.494,70	€ 49.715,00	€ 12.000,00

UNIONE PEDEMONTANA P.SE	IAT Unione pedemontana p.se (Sala Baganza)	€ 30.500,00	€ 24.705,00	€ 6.000,00
COMUNE DI MONTECHIARUGOLO	UIT Montechiarugolo	€ 31.328,00	€ 16.956,67	€ 4.000,00
COMUNE DI CORREGGIO	UIT Correggio	€ 37.000,00	€ 54.071,53	€ 4.000,00
COMUNE DI CANOSSA	UIT Terre Matildiche (Canossa)	€ 20.000,00	€ 16.161,72	€ 4.000,00
COMUNE DI SAN SECONDO PARMENSE	UIT San Secondo	€ 37.200,00	€ 35.804,26	€ 4.000,00
COMUNE DI PIACENZA	IAT-R Piacenza	€ 176.200,00	€ 199.319,32	€ 18.000,00
COMUNE DI BOBBIO	IAT Bobbio e Val Trebbia	€ 77.700,00	€ 103.486,22	€ 12.000,00

TOTALE		€ 1.464.237,51		€ 196.000,00
DESTINAZIONE TURISTICA EMILIA	Arredo IAT con materiali e logo Visit Emilia			€ 24.000,00
TOTALE COMPLESSIVO				€ 220.000,00

importo finanziamento confermato
€ 12.000,00
€ 10.000,00
€ 12.000,00
€ 12.000,00
€ 12.000,00
€ 4.000,00

€ 6.000,00

€ 16.000,00

€ 10.000,00

€ 12.000,00

€ 4.000,00

€ 4.000,00

€ 18.000,00

€ 12.000,00

€ 6.000,00

€ 4.000,00

€ 4.000,00

€ 4.000,00

€ 4.000,00

€ 18.000,00

€ 12.000,00

€ 196.000,00

€ 21.289,00

€ 217.289,00

PTPL 2022 AMBITO 2 ANNO 2022

Ambito di attività 2 - Iniziative di promozione turistica di interesse locale Rientrano in questo ambito di attività i progetti che vengono realizzati per promuovere l'immagine, le peculiarità e le caratteristiche di qualità dei servizi e dei prodotti turistici presenti nell'area di DTEmilìa. In quest'ambito si sono sentiti in maniera più grave gli effetti della pandemia alcuni progetti non hanno potuto essere realizzati altri sono stati ridimensionati e/o modificati e le economie sono state ridistribuite agli aventi diritto . Di seguito una sintesi dei progetti in corso di liquidazione con evidenziati gli scostamenti dai progetti iniziali:

ENTE	DESCRIZIONE PROGETTO	Importo ammesso/ da rendicontare	IMPORTO PRESENTATO A FINE LAVORI	CONTRIBUTO INIZIALMENTE CONCESSO	CONTRIBUTO DA LIQUIDARE
Unione Bassa Reggiana	<p>C'era una volta una goccia: progetto di valorizzazione del Grande Fiume, del suo territorio e della sua storia" Tema scelto: GRANDE FIUME Obiettivi: Il prodotto turistico di riferimento principale "grande fiume", pur restando elemento cardine, non genera soltanto un turismo strettamente legato all'acqua e alla navigazione, poiché attorno ad esso ruotano una molteplicità di prodotti turistici che rendono l'offerta complessiva del territorio ricca e articolata, quali i filoni outdoor, natura, escursionismo ma anche cultura ed enogastronomia. Nel 2021 sono stati realizzati due grandi percorsi cicloturistici che abbracciano la Bassa Reggiana e la Bassa Parmense; il 2022 sarà quindi incentrato sulla promozione di questo territorio ricco di opportunità. L'obiettivo è la creazione di una sempre maggiore conoscenza del territorio, sensibilizzando i turisti alla destinazione ragionando in termini di area vasta. Azioni e strumenti principali: il turismo outdoor mettendolo viene posto in stretto collegamento con ciò che i nostri territori rivieraschi hanno da offrire, in un'ottica integrata incentrata su questi elementi: Discovery Water (percorsi ciclabili, pedonali, fluviali alla scoperta della storia), Un PO di Cultura (mappatura e valorizzazione dei percorsi culturali connessi con l'elemento acqua), Let's POrty (calendario unico eventi sull'asta del Po ed evento finale). Inoltre: collaborazione con DTEmilìa per la realizzazione di pacchetti turistici ad hoc da promuovere attraverso molteplici canali; app "Terre del Po in bici"; mappe e materiali cartacei e digitali; portale "Terre del Po e dei Gonzaga"; attività social; ufficio stampa, eductour, inserzioni anche tv/radio. Mercati e target: amanti dello stile "slow", di cultura, natura (con al centro il grande fiume) e tradizioni, ma anche dell'enogastronomia e della ruralità; cicloturisti. Verifica dei risultati: costante revisione del progetto e conseguente adeguamento / ripianificazione; reporting periodico sui progressi fisici e finanziari del progetto.Il progetto è stato interamente realizzato.</p>	50.000,00	49.999,60	30.000,00	30.000,00

Comune di Salsomaggiore Terme	<p>“Destinazione Emilia Golf” Tema scelto: GOLF</p> <p>Obiettivi: il golf ha grandi potenzialità come prodotto turistico, anche perché chi lo pratica tende ad avere maggiori capacità di spesa rispetto al target medio. Il progetto tende quindi a costruire una proposta adeguata che possa supportare questo tipo di domanda. Sono infatti ancora pochi gli operatori con competenze in questo comparto; pertanto si intende mettere a sistema quelli esistenti favorendo la nascita di offerte e proposte integrate, contestualizzando il prodotto nell'area geografica di riferimento e superando la frammentarietà delle singole proposte.</p> <p>Dopo un'analisi di contesto dei beni e dei servizi del territorio (pubblici e privati), funzionali al target, si tratterà di organizzarli per comporre un'offerta in gradi di rispondere alle esigenze dello specifico segmento di domanda.</p> <p>Azioni e strumenti principali: costruzione di un modello di governance territoriale. dedicato al prodotto Golf; definizione di un piano di comunicazione on e off line e riviste specializzate di settore; comunicazione integrata pubblico-privato; pillole video per il racconto esperienziale secondo le tipologie identitarie focalizzate nell'analisi di contesto del piano strategico; presenza di un promoter ai circoli durante le gare di golf; ideazione logo Emilia Golf; folder, implementazione web e social; ufficio stampa e web marketing.</p> <p> Mercati e target: mercati di prossimità, con particolare attenzione a quelli di lingua tedesca e mercati nazionali con possibili profilazioni anche su contesti internazionali in relazione allo svolgimento in Italia della Ryder Cup 2023.</p> <p>Verifica dei risultati: social analytics; pixel di Facebook; sistemi di monitoraggio legati ai software utilizzati (per esempio app o piattaforme); eductour, dati oggettivi, dati rilevati presso le postazioni di front-office del sistema ospitale di Salsomaggiore e Tabiano Terme; ufficio stampa, inserzioni e materiali multimediali.Il progetto è stato interamente realizzato.</p>	50.000,00	49.448,24	30.000,00	30.000,00
Comune di Parma	<p>“Emilia Bike” Tema scelto: BIKE</p> <p>Obiettivi: la crescente domanda di esperienze a contatto con la natura (anche dettate dal momento storico, e da declinare in offerta) sta alla base del progetto, che si pone l'obiettivo di riunire in un sistema di qualità i progetti già esistenti a tema bike nel territorio di DTEmilìa. Dunque si intende creare e comunicare un prodotto turistico che utilizzi gli itinerari come opportunità per raccontare la storia e il fascino di un territorio. Infine, si punta ad aggregare le zone di destinazione Emilia in un sistema di qualità favorendo la collaborazione, la condivisione e la crescita di un'offerta ottimizzata. Itinerari come occasione per raccontare un territorio.</p> <p>Azioni e strumenti principali: comunicazione prevalentemente on line, campagne social sponsorizzate, prodotti multimediali, web marketing. E' prevista anche una comunicazione offline, con ufficio stampa, partecipazione a fiere di settore negli spazi della Regione, brochure, inserzioni su riviste di settore, comunicazione interna destinata agli operatori turistici, alle associazioni e alle comunità locali, presentazione del progetto agli stakeholder locali per incoraggiare e promuovere la diffusione.</p> <p> Mercati e target: Italia e Paesi europei.</p> <p>Verifica dei risultati: osservazione e monitoraggio dei risultati delle attività attraverso confronto periodico con i partner del progetto.</p> <p>Relazione finale dei dati legati ai flussi turistici e ai dati dei canali social e web.</p> <p>Il progetto è stato interamente realizzato.</p>	50.000,00	52.619,70	30.000,00	30.000,00
Comune di Reggio Emilia	<p>“Camminare (non) stanca” Tema scelto: CAMMINI</p> <p>Obiettivi: il progetto intende valorizzare i cammini della Via Matildica del Volto Santo, il Sentiero dei Ducati e la Via Francigena, oltre alle emergenze naturalistiche dell'area vasta di riferimento, aumentando la comunicazione verso i target locali, promuovendo l'uso delle nuove tecnologie, utilizzando le parole e le immagini di testimonial, ed infine aumentando la consapevolezza sia del residente sia del turista /viaggiatore /camminatore / pellegrino, rispetto a queste opportunità.</p> <p>Coniugare la comunicazione e la promozione tradizionale con metodologie innovative, per ampliare il target di riferimento.</p> <p>Azioni e strumenti principali: creazione della Guida al Sentiero dei Ducati, col supporto del CAI, e sua presentazione, promozione e distribuzione sul territorio nazionale, anche attraverso presenza a fiere, mostre e convegni; rivista semestrale “La via Francigena and the European Cultural Routes”; implementazione siti web dedicati e social, blogtour, eductour; eventi tematici promozionali (stati generali Via Matildica e Francigena Fidenza Festival), materiale multimediale ed inserzioni.</p> <p> Mercati e target: mercato italiano e di prossimità, in particolare Lombardia ed Emilia Romagna.</p> <p>Segmenti hiking, trekking, biking: il target è quello di persone, coppie, gruppi, famiglie, pellegrini, camminatori, sportivi che privilegiano l'outdoor la sostenibilità, l'escursionismo, il cicloturismo, la natura e i borghi storici, il turismo lento.</p> <p>Verifica dei risultati: numero partecipanti ai vari eventi ed eductour; indicatori sull'uso dei social e pagine web, numero copie edite delle pubblicazioni previste, numero comunicati stampa.</p> <p>Il progetto è stato parzialmente realizzato.</p>	50.000,00	42.942,90	30.000,00	25.765,74

Strada dei Vini e dei Sapori dei Colli P.ni	<p>“Emilia Wine Experience” Tema scelto: WINE Obiettivi: costruzione di un brand territoriale distintivo che parte dalle eccellenze enologiche di Emilia, per l'affermazione di un forte connubio territorio-vinoturismo, da porre a sistema con prodotti collaudati per favorire una fruizione esperienziale di luoghi prestigiosi. Cibo e vino diventano occasione per sviluppare il territorio attraverso la rete composta da numerose cantine, altri operatori privati e Comuni, da relazionare con iniziative/esperienze di qualità lavorando su una comunicazione unica. Il settore vino andrà supportato con prodotti di turismo enogastronomico di qualità da promocommercializzare, focalizzando la comunicazione su un'offerta integrata, anche attraverso il marchio Emilia Wine Experience. Azioni e strumenti principali: progettazione di un calendario unico di iniziative dedicate all'enogastronomia; creazione di itinerari enogastronomici ed esperienze, con possibilità di promo-commercializzazione di pacchetti turistici a questi collegati; format tematici di degustazione da inserire negli eventi enogastronomici già esistenti; promozione di Emilia Wine Experience in serate fuori regione o anche all'estero; piano di comunicazione offline e online con ufficio stampa, social media, digital advertising, press/blog tour con blogger di settore; passaggi tv/radio; materiali cartacei e multimediali; promozione pacchetti turistici legati al progetto; mailing list. Mercati e target: di prossimità, in particolare lombardo ed emiliano-romagnolo; da coltivare Germania, Svizzera e Francia. L'obiettivo di conquista e posizionamento su mercati esteri si ritiene attuabile solo attraverso collaborazioni con le iniziative regionali di Destinazione Emilia, APT Servizi e i Consorzi di Tutela Vini di Piacenza e Parma. Target individuali, famiglie, piccoli gruppi, amanti del vino e appassionati di itinerari enogastronomici, naturalistici, culturali e borghi, soggetti d'intermediazione organizzata e no profit, giornalisti specializzati, wine e travel blogger. Verifica dei risultati: monitoraggio numero di partecipanti alle iniziative e visitatori sul territorio; aumento della riconoscibilità e diffusione del brand legato ai vini di Emilia; social analytics; aumento della capacità di aggregazione su un territorio esteso su 3 province tra soggetti pubblici e privati. Il progetto è stato interamente realizzato.</p>	69.000,00	54.484,00	30.000,00	30.000,00
Comune di Piacenza	<p>“Emilia, la nostra terra è FANTASTICA” Tema scelto: CASTELLI Obiettivi: il progetto mira al rilancio qualitativo in tema di posizionamento, immagine e qualità dell'area territoriale di riferimento punteggiata da castelli e antichi palazzi custodi di grandi memorie), mediante la realizzazione, nel Meta virtuale, di un racconto del mix di ingredienti per un “magic travel” guidato da influencer e cosplayer in costumi d'epoca. Per rafforzare la logica di rete turistica, viene creato un “passaporto fedeltà” annuale, che incentiverà il tour a luoghi d'arte, rocche, fortezze, manieri, borghi e alloggi tra antiche mura, facendo incontrare i cosplayer con i Castelli del Ducato e gli appassionati fan che li seguono; ognuno sarà portatore di un tema fantastico con l'obiettivo di essere rilasciati sui social dagli utenti-promotori, soprattutto giovani. Comunicati stampa raccontano le proposte, per offrire motivazioni di viaggio e informazioni utili. Azioni e strumenti principali: le attività di promozione e comunicazione, coordinate con l'associazione dei Castelli del Ducato e i Comuni aderenti, comprenderanno il nuovo passaporto del circuito Castelli del Ducato, eventi con i cosplayer ed a tema e divulgazione su www.castellidelducato.it e su www.eventiemilia.it. Inoltre: azioni social, creazione di sezione di news su detti portali (implementata per tematiche), ufficio stampa, iniziative sui canali social dei Castelli del Ducato, valutando inoltre l'apertura di TikTok per Cosplayer. Mercati e target: regioni limitrofe. giovani, famiglie e coppie, camperisti, amanti viaggi di appeal. Verifica dei risultati: raccolta aggregata visualizzazioni portali Emilia e Castelli del Ducato (con monitoraggio dati social); numero comunicati, uscite della rassegna, news su detti portali; monitoraggio stampa on line. Il progetto è stato interamente realizzato</p>	50.050,00	50.050,00	30.000,00	30.000,00
Comune di Salsomaggiore Terme	contributo al Comune di Salsomaggiore per centenario della Terme Berzieri		10.000,00		4.234,26

Totale		319.050,00	309.544,44	180.000,00	180.000,00
	Destinazione Turistica Emilia Pagine dedicate ai sei progetti PTPL SUL SITO VISITEMILIA fatt MEDIAGROUP € 7.795,80 + fatt ALTRAMA 12.200,00			20.000,00	19.995,80
Totale generale				200.000,00	199.995,80