



PROGRAMMA PLURIENNALE 2013 - 2015

OBIETTIVI

1. PREMESSA

Il **2013** si configura come un anno transitorio di fondamentale importanza per l’assetto futuro e la ridefinizione delle politiche turistiche del territorio Romagnolo. In questo momento di grandi cambiamenti, sia a livello di assetti istituzionali che di obiettivi e funzioni da parte degli attori coinvolti nel processo turistico regionale e sub-regionale, Terre di Faenza si pone l’obiettivo di consolidare alcuni settori per i quali ha già operato negli ultimi anni e di innovare, attraverso la rimodulazione delle proprie strategie aziendali, l’operatività complessiva, tenendo conto dei nuovi assetti che si andranno a delineare nel corso del 2013.

Il 2013 porta con sé un primo obiettivo: consolidare ulteriormente l’ottica di comprensorio turistico coeso, anche in sinergia con la nuova **Unione della Romagna Faentina**, soggetto pubblico che comprende tutti e sei i Comuni sopra citati e che annovera, tra i vari servizi Associati, anche quello turistico. Da questa interazione tra il nuovo soggetto pubblico e i Soci pubblici e privati di Terre di Faenza, dovranno anche pervenire le indicazioni, di ordine politico e di ordine tecnico, per elaborare una cornice complessiva che delinei il nuovo scenario in merito alla promo-commercializzazione turistica per gli anni a venire.

Un aspetto fondamentale è dato dalla creazione di un portale turistico per la commercializzazione di Terre di Faenza: questo passaggio è da considerarsi sia un’ottica proiettata al web marketing e al **booking on line**, sia per creare forme attive di inclusione dei privati (strutture ricettive) all’interno della compagine Sociale di Terre di Faenza che si andrà a strutturare, parallelamente alla mission della promozione, come **Club di Prodotto** e “filtro” tra il mercato e le strutture ricettive del comprensorio che vorranno aderire a questa piattaforma di prenotazioni on line.

In secondo luogo, la realizzazione di azioni che vedano Terre di Faenza come attore protagonista nelle interazioni già instaurate nel corso degli ultimi anni con l’area vasta **Romagna**. Nel 2013 Terre di Faenza è incaricata, come soggetto attuatore insieme ad APT Servizi e a Casa Artusi, del progetto “**Terre di Romagna**” – Camere di Commercio di RA e FC.

Infine, attraverso i passaggi di seguito riportati e in sintonia con quanto previsto dal consolidamento della parte privata della compagine sociale, ci si pone l’obiettivo di procedere, tra il 2013 ed i primi mesi del 2014, alla realizzazione compiuta del **riassetto societario** e della **ridefinizione delle proprie politiche** di promozione e commercializzazione turistica, anche con la preziosa collaborazione del Gruppo di Lavoro, che sta già operando fattivamente per tale scopo, e di un **soggetto esterno esperto**, la Società di marketing JFC, che potrà dare puntuali indicazioni sugli scenari futuri della Società.

Gli step di lavoro, come già illustrati durante l’Assemblea dei Soci svoltasi in settembre 2012 e che ha deliberato la proroga della Società fino alla fine del 2013, sono i seguenti:

- Alla fine del 2012 sono state rinnovate le 2 convenzioni con l’Unione della Romagna Faentina in merito all’incarico di Direzione/attività di collaborazione e alla gestione degli Uffici IAT e UIT di Riolo Terme, Brisighella e Casola Valsenio.
- Marzo - aprile 2013: evidenze progetto di riassetto SDA da parte di soggetto esterno.
- Conseguenza dell’approvazione del progetto cui sopra e del Progetto redatto da una ditta esterna sul riassetto di SDA, sarà la convocazione di un’ultima seduta del Gruppo di Lavoro per il riassetto di SDA, al fine di redigere un documento condiviso da approvare in CDA.

- Giugno 2013: Assemblea dei Soci con approvazione della proroga Societaria al 31.12.2018.
- Fine 2013 / inizio 2014: Approvazione in Assemblea dei Soci del riassetto e conseguenti ed eventuali modifiche all'assetto societario, allo statuto, recepite le indicazioni del gruppo di lavoro.
- Nel corso del 2013/2014: Approvazione Progetto di Trasformazione dell'Ufficio Turistico dell'Unione della Romagna Faentina
- Primi mesi del 2014: Piena operatività di Società di Area secondo il nuovo assetto.

Naturalmente, di pari passo rispetto a questi propositi, verranno implementate, nel corso di questi tre anni, le attività di ordinaria amministrazione afferenti la promozione, le gestioni, il sostegno alla commercializzazione e la progettualità, con un accento marcato su questo aspetto, in linea con gli ultimi bilanci approvati, nei quali si è sempre cercato di diminuire la quota di azioni extra-progettuali.

Non bisogna dimenticare che questo riassetto complessivo della Società e della ridefinizione delle proprie politiche di promo-commercializzazione turistica, si inserisce in un **contesto legislativo ed amministrativo in continuo mutamento a livello Regionale e Provinciale**.

Questi mutamenti, previsti a regime dall'annualità 2015, porteranno necessariamente ad una riorganizzazione complessiva di tutti gli Enti e soggetti che a vario titolo operano nell'ambito della promozione turistica a livello regionale: Società d'Area Terre di Faenza sarà direttamente coinvolta da queste trasformazioni, sia a livello progettuale (presentazione di progetti ad Unioni di Prodotto, Provincia, Enti Camerali), sia a livello gestionale (Uffici di Informazione Turistica, sito web, raccolta dati Istat dei pernottamenti).

Mentre per l'anno **2014**, recepite le prime indicazioni informali dai soggetti operanti nel contesto turistico Regionale e Provinciale, si può pensare ad un anno all'insegna della continuità rispetto al 2013, per l'anno **2015** risulta molto difficile fare previsioni di bilancio puntuali, in quanto il riassetto complessivo della materia turistica porterà presumibilmente la presenza di nuovi soggetti dai quali trarre le risorse per implementare la progettualità e le gestioni facenti capo alla data odierna a Terre di Faenza.

2. OBIETTIVI GENERALI E AREE DI INTERVENTO

ATTIVITA' PROMOZIONE

E' il core business di Terre di Faenza: questa attività verrà programmata ed attuata recependo le indicazioni provenienti dal territorio e delle opportunità derivanti dalle reti di relazioni istituzionali, in armonia con le modifiche del contesto amministrativo regionale e provinciale in essere.

SUPPORTO ALLA COMMERCIALIZZAZIONE

Sviluppo ed integrazione delle strategie nel supporto alla commercializzazione e alle strategie di incoming con la realizzazione di iniziative mirate (partecipazione a workshop b2b) e di il funzionamento a pieno regime a partire dalla metà del 2013, del portale di booking on line di Terre di Faenza.

SUPPORTO ALLO SVILUPPO DI PRODOTTI TURISTICI E TRASVERSALI

- Supporto allo sviluppo e alla gestione del sistema di prodotto locale.
- Integrazione tra Società d'Area e i soggetti organizzati dell'offerta turistica locale.
- Potenziamento delle aree di sviluppo tematiche legate ai diversi segmenti turistici.

IMPLEMENTAZIONE PROGETTI

- Potenziamento della destagionalizzazione attraverso progetti ad hoc con gli operatori privati.
- Consolidamento progettuale ulteriore con i canali di finanziamento derivanti da soggetti pubblici quali singoli Comuni, Provincia, Regione e Camera di Commercio e dai nuovi soggetti che il legislatore regionale individuerà a partire dal 2015..
- Coordinamento complessivo delle strategie territoriali per ottimizzare le opportunità scaturenti dai canali di finanziamento Europei 2007-2013 e dalla Programmazione successiva 2014-2020.

GESTIONI

- Gestione diretta dello IAT di Riolo Terme e, tramite convenzione con rispettive Pro Loco, degli UIT di Brisighella e Casola Valsenio.
- Gestione del sito Web www.terredifaenza.it attraverso i fondi regionali del Sistema Informativo Regionale per il Turista (SITUR)
- Gestione Statistiche turistiche (ISTAT per Provincia di Ravenna) con implementazione della nuova modulistica, agevolando le strutture ricettive nella compilazione dei nuovi moduli (già in vigore a partire da gennaio 2012).

3. STRATEGIE

1. Sviluppo politiche di destinazione basate sul brand “Terre di Faenza”.

Implementazione di una politica turistica di destinazione, basata sul brand “Terre di Faenza” e sul logo ad esso correlato (Terra – Acque - Natura)

2. Sviluppo politiche di segmentazione.

Attuazione di una politica di segmentazione, mirata a massimizzare i risultati turistici sui 5 principali comparti di offerta e domanda turistica presenti sul territorio:

- A. Turismo Enogastronomico (ristorazione, eventi legati alle produzioni tipiche)
- B. Turismo Termale e Benessere (il patrimonio di acque termali del territorio ed in particolare delle Terme di Riolo e di Brisighella)
- C. Turismo Artistico e Ceramico (Ceramiche di Faenza, Borghi storici, emergenze artistiche e musei)
- D. Turismo Naturalistico (Turismo Rurale e turismo legato Parco della Vena del Gesso Romagnola con le sue strutture quali Porte d’Accesso, Centri Visite e percorsi interni).
- E. Turismo Sportivo (Golf, Ciclismo su strada, Mountain Bike, Trekking, Ippoturismo, Speleologia ed eventi sportivi).

3. Sviluppo di strategie di supporto alla commercializzazione.

Attuazione coordinata e continua delle fasi del processo turistico di prodotto-promozione-commercializzazione.

4. Interazione e potenziamento delle collaborazioni con l’area vasta Romagna.

PIANO DI PROMOZIONE

1. STAMPATI

- Realizzazione calendari Eventi 2013-2014-2015. Quantità indicativa 10.000 copie per anno.
- Realizzazione catalogo Pacchetti Turistici 2013-2014-2015 in italiano, inglese e tedesco. Quantità indicativa: 150 in italiano, 150 in inglese e 50 in tedesco per ognuna delle annualità.
- Realizzazione Calendario Eventi Autunnali 2013-2014-2015. (da stampare a settembre di ogni anno qualora siano esaurite le copie del catalogo Eventi) – 5.000 copie per anno.
- Ristampe, secondo le necessità, della brochure promozionale istituzionale di Terre di Faenza in 4 lingue. Quantità indicative per anno: 7.000 copie in italiano, 3.000 in inglese, 2.000 in tedesco e 2.000 in francese.

2. UFFICIO STAMPA

Per l'anno 2013, in continuità con quanto avvenuto negli ultimi anni e grazie agli ottimi risultati raggiunti, è stato sottoscritto il contratto con la Coop. Aleph per la promozione su tutti i canali di comunicazione sia nazionali che locali degli eventi ed degli argomenti selezionati dei quali si individuano di seguito i più importanti (in ordine cronologico).

Inoltre, in tutti i comunicati stampa citati, saranno segnalati **anche gli eventi collaterali** del periodo presenti nei Comuni del comprensorio e i **pacchetti turistici** ad hoc predisposti per i singoli eventi. Si precisa in particolare che nell'elenco seguente non sono citati alcuni eventi o manifestazioni importanti e strategici del territorio per il fatto che essi dispongono già di un proprio ufficio stampa strutturato.

Ciò non toglie che essi troveranno spazio anche in canali comunicativi della campagna stampa di Terre di Faenza, che verranno considerati “eventi da supportare” come di seguito specificato e segnalati adeguatamente nella home page del sito web www.terredifaenza.it.

EVENTI

- Lom a Mèrz
Luogo: Faenza, Riolo Terme, Brisighella e Casola Valsenio
- Piatto Verde
Luogo: Riolo Terme
- Sagra del carciofo Moretto e Trofeo del Buon Salame
Luogo: Brisighella, centro storico.
- Festa di Primavera e Notte di Primavera
Luogo: Casola Valsenio.
- Musica nelle Aie
Luogo: Castel Raniero di Faenza
- Raduno delle Amazzoni e dei Cavalieri – ippoturismo nelle Terre di Faenza
Luogo: Riolo Terme e percorsi a cavallo della collina.
- Festa dell'Ascensione e Sagra di Pentecoste

Luogo: Solarolo e Castel Bolognese.

- Il Borgo di Brisighella: Brisighella Romantica e Brisighella Estate
Luogo: Brisighella, centro storico.
- Mercatini serali e altri eventi estivi nelle Terre di Faenza
 - Mercatino dell’antiquariato.
Luogo: Brisighella.
 - I Lunedì’ delle meraviglie.
Luogo: Riolo Terme.
 - Mercatino Serale delle Erbe
Luogo: Casola Valsenio.
 - Martedì d’estate
Luogo: Faenza
- Fiera dello Scalogno di Romagna
Luogo: Riolo Terme, centro storico.
- Festa dei Racconti Dimenticati – Casola è Una Favola
Luogo: Casola Valsenio.
- Arca dei Savori
Luogo: Brisighella e aziende agricole di Terre di Faenza
- Festa dei Frutti Dimenticati
Luogo: Casola Valsenio.
- Sagra Agnellone e Mora Romagnola
Luogo: Brisighella
- La Notte di Halloween
Luogo: Riolo Terme, centro storico.
- 4 Sagre per 3 Colli
Luogo: Brisighella, centro storico.
 - Le Delizie del porcello
 - Sagra della Pera Volpina e del formaggio stagionato
 - Sagra del Tartufo
 - Sagra dell’ Ulivo
- Eventi Natalizi nelle Terre di Faenza, tra i quali i Presepi, la Sagra del Torrone, La Not dè Bisò e le altre iniziative previste durante le festività natalizie.
- Altri eventi ancora in fase di programmazione.

- Strada del Sangiovese e relativa promozione degli eventi legati al vino
- Terme di Riolo – Riolo Terme Città d’Acque
inizio stagione termale
- Casola Valsenio – Paese delle Erbe e dei Frutti Dimenticati
 - Erbe in Fiore
 - Giornata della Lavanda
 - Mercatino serale delle erbe
- La Ceramica di Faenza: tra botteghe d’arte e musei
- I Rioni di Faenza
- Le stagioni della Gastronomia Faentina: Degusti DOC nelle Terre di Faenza

PRINCIPALI EVENTI DA SUPPORTARE

- Gran Fondo Cassani e Cicloturismo nelle Terre di Faenza
Luogo: itinerario attraverso le Terre di Faenza.
- Solarolo Festival
Luogo: Solarolo
- Tratti Folk Festival
Luogo: Faenza
- Antica Fiera di San Rocco
Luogo: Faenza

Per il 2014 ed il 2015, sarà necessario definire nuovamente il rapporto con Coop. Aleph ed rinnovare eventualmente il contratto, anche in base ai risultati raggiunti nel 2013.

L’elenco degli eventi/tematiche da promuovere è necessariamente indicativo al momento attuale, per le annualità 2014-2015.

3. SITO WEB

Sono state recepite le indicazioni della Regione Emilia–Romagna per un adeguamento dell’albero di navigazione ai nuovi standard e alla data dell’30.04.2012, il sito **www.terredifaenza.it** è operativo con nuovi contenuti. Al sito saranno apportate ulteriori modifiche nel corso del 2013 con un progetto ad hoc denominato “Anagrafiche” approvato e finanziato dalla Regione Emilia Romagna.

Al momento attuale i contenuti sono in fase di continua ricognizione ed eventuale revisione, con aggiornamenti su eventi, strutture e informazioni sul territorio.

Infine, si segnala che è in corso un’azione di formazione del personale e dei responsabili degli uffici IAT e UIT, chiamati a collaborare alla gestione remota delle informazioni e degli aggiornamenti, così come previsto dal modello della Regione Emilia-Romagna

4. AZIONI DI OSPITALITA’

E’ prevista una serie di circa 10 educ-tour (di differenti dimensioni) per ogni anno in occasione dei principali eventi in calendario o riguardanti i tematismi del territorio. Il programma verrà definito nel corso della stagione a seconda delle opportunità che andranno a delinearsi, anche a livello progettuale.

Il target è principalmente quello dei giornalisti specializzati sulle testate turistiche ed enogastronomiche nazionali e sui Tour Operator Italiani ed Esteri, con particolare riferimento ai mercati target (in ordine di importanza per il nostro bacino turistico):

- Germania/Austria
- Benelux
- Svizzera
- U.K.
- Paesi Scandinavi

5. PUBBLICITA’ STAMPA E WEB

In generale, le azioni pubblicitarie, saranno sviluppate in collegamento a risorse derivanti dall’attivazione di progetti specifici. In particolare, i criteri per la realizzazione di una campagna stampa nazionale, sono i seguenti:

- Identificazione di testate con la massima copertura nel territorio nazionale. In particolare si prevede la realizzazione di pagine pubblicitarie nelle varie Guide del Touring Club Italiano.
- Consolidamento del format stampa già impostato nel corso degli anni precedenti che consenta la riconoscibilità del territorio e del marchio Terre di Faenza.
- Azioni pubblicitarie specializzate nel mercato italiano ed estero su varie nicchie (es. Cicloturismo).
- Redazionali e pubbliredazionali su riviste riguardanti i segmenti: Natura, Benessere, Arte ed Enogastronomia, anche attraverso il coinvolgimento diretto dei soci interessati.
- Possibilità di attivazione di campagne promozionali mirate sul web.
- Continuazione, per tutti tre gli anni del programma, dell’attività di promozione sul segmento delle crociere attraverso l’acquisto di uno spazio pubblicitario ad hoc sulla City Map, stampata in 100.000 copie.

6. SOCIAL NETWORK

Vista l’importanza sempre più massiccia dei Social Network nell’ambito della promozione e divulgazione del proprio patrimonio, delle iniziative salienti e delle news dal territorio, anche Terre di Faenza reputa necessario attivare azioni specifiche in questo campo.

Già dal 2012 la promozione di “Estate in Collina” e dell’Arca dei Savori è prevalentemente affidata alle reti presenti sul web (bolg, Facebbok, Twitter, ecc.).

Per il 2013 e per gli anni a venire, si reputa che questi strumenti dovranno essere ulteriormente presi in considerazione, rafforzando le iniziative promozionali con l’utilizzo ancor più massiccio dei social.

PROGETTI ED AZIONI SPECIFICHE

L'elenco di seguito riportato è riferito, nello specifico, alle azioni sul 2013.

Per il 2014 si prevede un livello di continuità progettuale con quanto realizzato durante l'anno 2013, con alcune specifiche indicate in ognuno dei canali di finanziamento sotto riportati.

E' chiaro che la situazione risulta molto difficile da prevedere per l'anno 2015, anche alla luce dei vari mutamenti legislativi previsti sulla L.R. 7/98, presumibilmente a regime dall'01.01.2015 e ai canali di finanziamento che scaturiranno da questo riassetto complessivo.

Pertanto nella colonna di bilancio 2015, allegata al presente programma, sia nella parte entrate, sia nella parte uscite, è riportata una indicazione generica "altri canali progettuali": questi saranno i nuovi canali di finanziamento che sostituiranno, presumibilmente, le Unioni di Prodotto Regionali, così come concepite alla data odierna e attive fino alla fine del 2014.

1. PROGETTI EUROPEI

Da definire in modo continuo, per il 2013 ed il 2014, la possibilità di accedere ai bandi europei della Programmazione 2007-2013, in particolare riferimento alla possibilità di attivare, come soggetto attuatore, alcuni progetti di Cooperazione transfrontaliera Italia-Slovenia. Per il 2015 verranno definiti, non appena verrà definita la Programmazione 2014-2020.

2. PROGETTI REGIONALI

A. PROGETTI DI CO-MARKETING PRIVATI con UDP e APT SERVIZI

Nell'ambito dei progetti di co-marketing privato, è stato presentato nel 2012 da Terre di Faenza, un progetto all'Unione di Prodotto Appennino e Verde. Il Progetto è stato approvato nel 2013 e classificato "medio" nella graduatoria regionale: al momento siamo in attesa di conoscere la percentuale di co-finanziamento da parte dell'Unione (indicativamente 20%). Il progetto prevede la realizzazione di materiali promozionali, azioni promozionali e l'implementazione di un portale turistico per il booking on line su Terre di Faenza. Per il 2014 si prevede di presentare progetti in continuità con quanto avvenuto nel 2013 e nelle annate precedenti. Per il 2015 è chiaro che, con una modifica complessiva dell'organizzazione turistica regionale, verranno posti in essere nuovi soggetti e relativi canali di finanziamento ai quali la Società di Area cercherà di attingere secondo le nuove modalità.

B. PROGETTI DI CO-MARKETING TERME PUBBLICI

Il Comune di Riolo Terme ha presentato la propria candidatura per un progetto di Co-Marketing all'Unione di prodotto Terme, Salute e Benessere dell'Emilia-Romagna che lo ha approvato.

Anche per il 2013 Società di Area Terre di Faenza sarà il soggetto attuatore di tale progetto, in collaborazione e sinergia con le Terme di Riolo, gli Albergatori di Riolo, la Pro Loco, il Golf Club, Coop. Atlantide e il Comune stesso.

Per il 2014 si prevede di presentare progetti in continuità con quanto avvenuto nel 2013 e nelle annate precedenti. Per il 2015 è chiaro che, con una modifica complessiva dell'organizzazione turistica regionale, verranno posti in essere nuovi soggetti e relativi canali di finanziamento ai quali la Società di Area cercherà di attingere secondo le nuove modalità.

3. PROGETTI PROVINCIALI

A. E...STATE IN COLLINA

Promozione per il 2013 degli eventi della rassegna con notevole incremento delle azioni progettuali, contando sia su finanziamenti regionali, sia su risorse provinciali, per la promozione affidate da parte dei Comuni di Brisighella (Brisighella Estate), Casola Valsenio (Casola è una Favola, Festa dei Racconti Dimenticati) e Riolo Terme (Frogstock).

Per il 2014 e per il 2015 si prevede una riconferma delle risorse progettuali direttamente erogate dalla Regione (€ 5.250,00), mentre non si conosce ancora l'eventualità e l'importo del supporto da parte della Provincia di Ravenna, inclusa anch'essa nel riassetto complessivo delle politiche di promozione turistica regionali.

B. PTPL

Le risorse del PTPL 2013, copriranno i costi di gestione gli Uffici di Informazione Turistica dei Comuni di Brisighella (UIT), Casola Valsenio (UIT) e Riolo Terme (IAT).

Inoltre, per il 2013, è stato presentato un progetto sul secondo filone del PTPL in accordo con il Comune di Cervia (capofila del progetto).

Incerta appare la situazione per il 2014 e per il 2015, in corrispondenza del previsto riassetto delle Province e delle loro funzioni.

Tuttavia si può pensare che queste risorse, attualmente trasferite a Terre di Faenza dalla Provincia, la quale le riceve dalla Regione, possano essere mantenute e direttamente erogate dalla Regione stessa, per un importo in linea con l'anno 2012 (il calo delle risorse 2013 e del 2014 è dovuto al fatto che la Provincia ha utilizzato parte di queste risorse per pagare le quote di adesione alle Unioni di Prodotto Regionali).

4. ALTRI PROGETTI

- **Progetto ad hoc sull'estate Brisighellese** per la promozione e l'attivazione di finanziamenti sul calendario completo di tutti gli eventi estivi nel Comune di Brisighella. In corso di realizzazione per il 2013 e da implementare anche per il 2014 ed il 2015.
- **Realizzazione di tutte le azioni progettuali della Cabina di Regia di Faenza:** Martedì d'Estate, Festival Supersound a Faenza e collaborazione con **Faenza C'entro** per luminarie ed animazioni natalizie nel centro storico della città. In corso di realizzazione per il 2013 e da implementare anche per il 2014 ed il 2015.
- **Le Stagioni della Gastronomia Faentina**, progetto da presentare alla Camera di Commercio di Ravenna: organizzazione della manifestazione "Il Piatto Verde 2013", realizzazione in 20.000 copie della guida De-Gusti, distribuzione e acquisto gadget, coordinamento progetto ed azioni di promozione. Da ridefinire per gli anni 2014 e 2015.
- Nel 2013 è attiva la collaborazione con le due Camere di Commercio di Ravenna e di Forlì-Cesena per progetti di promo commercializzazione sull'estero: progetto **"Terre di Romagna"**. Per il 2013 Terre di Faenza, in accordo con gli enti camerali, Ravenna Incoming e Cervia Turismo, è stata individuata come soggetto attuatore. Per il 2014 ed il 2015, a livello ancora informale e qualora il progetto venga ripresentato, si è preventivamente indicata una rotazione con Ravenna Incoming e Cervia Turismo per la titolarità di soggetto attuatore del progetto stesso.
- Realizzazione evento **"Miss Suocera"** a Riolo Terme, in collaborazione con il Comune di Riolo Terme per il 2013.

- Promozione percorsi naturalistici “**Petali della Corolla**” per il 2013.
- Altri progetti in corso di definizione per il 2014 ed il 2015.

GESTIONI

1. IAT/UIT

- Gestione diretta dello IAT Riolo Terme per il 2013.
- Gestione Uffici di Informazione Turistica di Brisighella e Casola Valsenio tramite accordo con rispettive Pro Loco per il 2013.

La gestione dei tre uffici verrà attuata in conformità alla nuova legislazione regionale in merito agli Uffici di Informazione e agli Uffici di Informazione ed accoglienza turistica in sinergia con l'Ufficio Associato del Turismo dell'Unione dei Comuni.

Per il 2014 ed il 2015 si veda il paragrafo riferito al PTPL, in quanto le risorse per la gestione dei tre Uffici provengono da quest'ultimo canale progettuale.

2. INFORMATIZZAZIONE

- Gestione informatizzazione e standardizzazione degli Uffici IAT/UIT.
- Continuità nel proseguimento del lavoro inerente la Redazione turistica locale
- Gestione a livello di Terre di Faenza della rilevazione degli arrivi e delle presenze nelle strutture ricettive, con monitoraggio continuo della ricezione delle statistiche Istat e supporto alle strutture per la redazione delle nuove schede ISTAT in vigore da gennaio 2012.

COMMERCIALIZZAZIONE

Per il 2013 si intende partecipare primariamente al maggior numero di workshop proposti ed organizzati da APT e Unioni di Prodotto, in particolare definendo un'offerta incisiva basata sul sistema dei pacchetti realizzati e di volta in volta aggiornati.

A questo proposito è necessario ricordare che un accordo a livello regionale riconduce all'**APT Servizi** la competenza diretta per la partecipazione ad eventi commerciali all'estero: pertanto Terre di Faenza aderirà con appositi accrediti al programma regionale di fiere e workshop.

Nel corso del 2013, anche in base a quanto detto, Società di Area avrà l'opportunità di partecipare, direttamente o indirettamente ai seguenti workshop e fiere previo accredito alle condizioni segnalate da APT Servizi nella propria carta dei servizi.

Le attività di workshop e la partecipazione alle borse del turismo, quando non mediate e organizzate da APT Servizi, saranno svolte in stretta sinergia ed accordo con i soci interessati a sviluppare i diversi mercati e tematismi.

In ogni caso la Società di Area parteciperà, quando opportuno, anche con un proprio spazio autonomo presso cui promuovere, attraverso la distribuzione dei pacchetti turistici, depliant e materiale informativo, le offerte commerciali ed il territorio dei 6 Comuni in particolare le iniziative più suggestive e attrattive.

La partecipazione ad altri workshop e fiere verrà concordata in base alle esigenze dei Soci e verrà attuata in stretta sinergia con essi.

Per il 2013, viste le nuove opportunità scaturite dalla **progettazione delle Camere di Commercio di Ravenna e Forlì-Cesena** per la promozione del brand “**Terre di Romagna**”, si prevede, la

partecipazione di Società di Area a Fiere turistiche all'estero ed eventi organizzati nelle località collegate con i voli, in particolare su mercato Tedesco, del Benelux e Russo.

Si prevede, stanti le stesse condizioni di assetto complessivo regionale in merito alla realizzazione delle politiche commerciali da parte di APT Servizi, per l'estero, e delle Udp, per l'Italia, una continuità con le azioni in essere anche per gli anni 2014 e 2015.

La definizione dei mutamenti istituzionali comporterà anche una ridefinizione della partecipazione agli eventi aventi un taglio promo-commerciale: Terre di Faenza continuerà a collaborare con gli enti regionali e sub-regionali, per garantire la visibilità del proprio brand e della proprio territorio.

A partire da metà del 2013 e a regime dall'inizio del 2014, sarà realizzato e reso operativo il **portale per la commercializzazione turistica del territorio faentino**, strumento reputato indispensabile da parte dei Soci.

Attraverso il portale sarà possibile, da parte del turista, prenotare direttamente le camere nelle strutture ricettive di Terre di Faenza che aderiranno a questa piattaforma. **Terre di Faenza si costituirà pertanto come “Club di Prodotto”** al fine di poter far in modo che le strutture aderenti possano direttamente vendere i propri servizi al cliente finale attraverso questa piattaforma web.