

“SOCIETA’ TURISMO AREA IMOLESE - Società Consortile a r.l.” - con sede ad Imola (BO) in Via Boccaccio n. 27 - Capitale Sociale Euro 103.082,00 di cui versato Euro 89.614,00 – Codice Fiscale ed iscrizione al Registro Imprese di Bologna numero 04044300376 -

Relazione sulla gestione

Egregi soci,

l’esercizio 2003 si chiude con una perdita Euro 7.483,20 rispetto ad un utile del 2002 di Euro 5.507,58.

Come abbiamo già accennato nella relazione sulla gestione nell’esercizio 2002 a fronte di costi sostenuti in certi anni vi sono contributi che vengono concessi in anni successivi. Questo comporta un’oscillazione che può essere più o meno consistente nei vari esercizi. Nonostante ciò la perdita dell’esercizio 2003 è da imputare in gran parte alla partecipazione di STAI al progetto “Motor Valley – La terra dei Motori” di cui comunque si sono apprezzati gli importanti risultati in termini di promozione e visibilità.

Fatte queste premesse a doveroso chiarimento, passiamo a relazionarVi sull’andamento della società nel corso dell’esercizio 2003 e, in parte nell’inizio del 2004.

PROGETTAZIONE (già approvati e/o finanziati – escluso quelli per la Strada dei Vini e dei Sapori):

- Progetto Impresa e Territorio 2002 co-finanziato al 27% da CCIAA Bologna
- Progetto PTPL 2003 co-finanziato al 30% da Provincia di Bologna
- Progetto PTPL 2004 co-finanziato da Provincia di Bologna
- Progetto Stai 2003 co-finanziato al 25% da Regione Emilia-Romagna
- Progetto Stai 2004 co-finanziato al 25% da Regione Emilia-Romagna
- Progetto Motor Valley 2003 co-finanziato al 25%
- Progetto Motor Valley 2004 co-finanziato al 25%.

GESTIONE PROGETTI SPECIALI (già avviati):

- Strada dei Vini e Sapori Colli d'Imola
- SITAI (sito internet aggiornato su tutti gli eventi dell'area)
- Rilevazione flussi arrivi/presenze.

ACCORDI PROMO-COMMERCIALI:

- Accordo stipulato con ING Real Estate Castel Guelfo S.r.l.

Tale accordo triennale prevede la gestione da parte di STAI di un punto di informazione turistica di mq 100 situato presso l'Outlet in apertura a maggio 2004 nel comune di Castel Guelfo. A ciò si aggiunge la gestione in co-marketing con la ING di un budget triennale per la realizzazione di strumenti/attività di marketing per la promozione del territorio imolese

- Accordo stipulato con Sagis S.p.A.

Tale accordo prevede sotto l'aspetto promozionale la partecipazione di Sagis e STAI alla realizzazione congiunta di strumenti/attività di marketing volte alla promozione del territorio imolese, dell'Autodromo di Imola e del relativo indotto turistico. Sotto l'aspetto commerciale vi è l'intenzione da parte delle due Società, sancita da un apposita lettera di intenti, di collaborare ed interagire nella gestione dell'indotto turistico dell'Autodromo, oltre che nella commercializzazione dei biglietti del GP della Formula 1.

PROMOZIONE:

- Realizzazione del folder "Arte, Musica ed Eno-gastronomia nel Circondario di Imola 2004"
- Stand alla BIT 2003 di Milano e relativo workshop (Stand di mq 54 Motor Valley)
- Stand alla BIT 2004 di Milano e relativo workshop (Stand di mq 72 Motor Valley)
- Stand promozionali durante le manifestazioni "Imola scende in pista", i "Mercoledì dell'Ascom", "Memorial Pezzi"
- Partecipazione alla Fiera RDA di Colonia e relativo promo-tour realizzato da Apt

- Organizzazione di press tours per stampa italiana e/o estera: 21 – 25 marzo 2003 I “Viaggi” di Repubblica (uscita del 16 aprile 2003 – 920.000 copie di tiratura) – Terra di Motori (marzo 2002 e 2003 – stampa estera in contemporanea con il workshop Buy Emilia Romagna) – European Magazine – Plen Air
- Affiancamento a giornalisti e troupe televisive (Serenio Variabile, TV belga ecc.,)
- Realizzazione dell’archivio fotografico su Cd- Rom delle immagini del territorio imolese
- Attività continuativa di ufficio stampa, con invio di comunicati e realizzazione di rassegna stampa semestrale
- Partecipazione a serate promozionali con Unione Appennino e Verde (Italia, varie sedi, autunno 2003)
- Partecipazione a workshop itinerante Austria-Ungheria (maggio 2003)
- Partecipazione a workshop mercato francese (Parigi, giugno 2003)
- Periodico invio della newsletter on–line STAlnforma ad una mailing list di oltre 1.000 indirizzi
- Continuo aggiornamento del sito, con particolare attenzione alle sezioni dedicate agli operatori, alle strutture ricettive e ai pacchetti turistici, anche nella versione in inglese.

COMMERCIALIZZAZIONE:

- Realizzazione del “Manuale per operatori” 2004
- Commercializzazione di pacchetti turistici attraverso le 3 Unioni di prodotto
- Presenza su cataloghi ITS Reisen, Eden Viaggi, Libarna Viaggi, Città del vino Welcome, Arcadia Viaggi
- Partecipazione a workshop; BTC (Firenze), BITEG (Riva del Garda); Vacanza attiva (Cervia); Buy Emilia-Romagna (Bologna); 100 Città d’Arte (Ferrara); Art Cities Exchange (Roma); TTI (Rimini)
- Pacchetti tematici: benessere, enogastronomia, arte e cultura, arte e motori, cicloturismo, ippoturismo, golf, trekking ecc.

- Prezzi confidenziali: standard, delle singole strutture ricettive, dell'Autodromo e della Strada
- Organizzazione di educational tour per operatori italiani e/o stranieri in collaborazione con APT e Unioni regionali
- Organizzazione di educational tour per 15 operatori stranieri nel marzo 2003 in occasione del Buy Emilia Romagna
- Organizzazione di educational tour per enti di formazione professionale attinenti al turismo
- Continuo aggiornamento ed invio periodico di materiale informativo ad una data base commerciale con oltre 800 T.O., Cral aziendali, agenzie e incentive house
- Vendita di pacchetti turistici per gruppi: Casinò Vacances (5 gruppi da 25 pax cad.marzo 2003), gruppo motociclisti tedeschi "La Piazza" (maggio 2003), gruppo inglesi "Ashburton" (luglio 2003), gruppo canadese "Parma Incoming" (settembre 2003), gruppo ungherese "Agility" (ottobre 2003), gruppo francese "Du Pont de Nemours" (ottobre 2003), pacchetti in occasione del Bacchanale 2003 e del capodanno 2004
- Vendita di biglietti per il Gran Premio di Formula 1 del 2003
- Realizzazione in collaborazione con la Strada dei Vini e dei Sapori dell'evento "Cantine Aperte" durante il GP di Formula 1 del 2003
- Organizzazione di numerose visite guidate presso l'Autodromo rivolte a turisti italiani e stranieri e istituti scolastici
- Organizzazione evento "Ferrari" (29 – 30 marzo 2003) interessati i Comuni di Imola, Dozza e delle vallate
- Avvio di accordo commerciale con Bologna Congressi
- Site Inspection "El Corte Ingles" (2-4 aprile 2003) per promuovere il progetto "The spirit of the challenge" presso l'autodromo di Imola
- Educational rivolto a 150 banconisti della TUI (tedeschi) realizzato il 17/09/2003

- “Full Contact” in collaborazione con Ediman rivolto a 20 operatori stranieri del settore congressuale/incentive realizzato il 21/09/2003.

SOCI:

- Al 29-02-04 è stato riscosso un importo di Euro 89.759,67 (Iva esclusa) pari al 96% delle quote sociali messe a budget nel 2003
- Sono stati ammessi in qualità di Soci STAI: Asscooper (Lega delle Cooperative), Col-diretti Bologna, Euro Hotel
- E' stata fatta richiesta di ammissione a socio da parte della pro-loco di Medicina.

Dopo aver evidenziato quanto è stato fatto negli anni precedenti per promuovere il nostro territorio andremo ad iniziare una nuova fase della società.

Dopo avere investito cifre importanti per raggiungere gli obiettivi che da statuto si prefiggeva la società, nel prossimo triennio andremo a raccogliere importanti benefici turistici e di immagine. L'attività di promozione del territorio sarà integrata dalla nuova sede operativa in funzione presso l'Outlet di Castel Guelfo da maggio 2004, che permetterà inoltre la gestione di nuove risorse umane. L'attività di promo-commercializzazione turistica sarà implementata, grazie all'accordo stipulato con Sagis.

Vi saranno importanti benefici economici derivanti in particolare dall'accordo con l'Outlet di Castel Guelfo che permetteranno visibilità e investimenti superiori agli esercizi precedenti.

In questa nuova fase ci attiveremo per ottimizzare i rapporti tra tutti i soci ed i partners, implementando anche una incisiva politica di recupero dei soci morosi.

Questi elementi consentono di ritenere probabile il recupero delle perdite di esercizio pregresse nell'arco dei prossimi tre anni.

Premieremo infine chi si attiva ad esportare l'immagine, la professionalità delle nostre strutture e dei nostri operatori e le bellezze del nostro territorio così che saremo ancora più pronti a dare risposte serie e complete ai turisti 12 mesi all'anno.

Passando alle informazioni richieste dal Codice Civile, evidenziamo che la società, per la sua tipologia, non ha effettuato attività di ricerca e di sviluppo.

Trattandosi di Società Consortile a responsabilità limitata, non possiede azioni proprie e non ha ovviamente effettuato acquisti o vendite di queste azioni.

Le società inoltre non possiede imprese controllate ed ha una partecipazione del 50% nella "MOTOR VALLEY – LA TERRA DEI MOTORI – Soc. Cons. a r.l." con Sede a Modena in Via Scudari n. 10 la quale ha un capitale sociale di € 10.000 e pertanto assume la qualifica di società collegata. Detta società è stata costituita in data 17.7.2002 e al momento della stesura della presente relazione non ha ancora approvato il bilancio chiuso al 31.12.2003: ulteriori informazioni su detta società sono contenute nella nota integrativa.

L'esercizio 2003 si chiude, come già evidenziato, con una perdita di Euro 7.483,20 che proponiamo di portare a nuovo.

Imola, 4 marzo 2004

Per il Consiglio di Amministrazione

IL PRESIDENTE

(Magnani Carlo)

Imposta di bollo assolta in modo virtuale tramite la Camera di Commercio di Bologna autorizzazione Prot. n. 39353 del 14.09.2000 del Ministero delle Finanze Dip. delle Entrate – Ufficio delle Entrate di Bologna.

Il sottoscritto Presidente del Consiglio di Amministrazione dichiara che il presente documento formale è conforme a quello trascritto e sottoscritto sui libri sociali.