

**“SOCIETA' TURISMO AREA IMOLESE - SOCIETA' CONSORTILE A RESPONSABILITA' LIMITATA” con sede a Imola (BO) in Via Boccaccio n. 27 - Capitale sociale Euro 103.082 sottoscritto per Euro 90.909 - Iscritta al Registro Imprese di Bologna – Codice Fiscale e n. iscrizione 04044300376 -**

### **RELAZIONE SULLA GESTIONE**

Signori Soci,

Il 2006 si è chiuso con prospettive caratterizzate dall'incertezza nel settore turistico, in particolare se si pensa alle vicende legate all'Autodromo Enzo e Dino Ferrari. Siamo tutti seguendo con attenzione le trattative in corso per l'assegnazione della gestione dell'impianto e la preoccupazione della nostra Società (che consorzia 104 operatori pubblici e privati con particolare riferimento al settore del turismo e dei servizi) è ancora alta.

Tuttavia i segnali provenienti dal mondo politico ed imprenditoriale locale ci fanno presagire che il territorio imolese sarà in grado di reperire i fondi e le professionalità necessarie per garantire una gestione all'altezza del prestigio del nostro Autodromo.

La quantificazione dei danni economici per la perdita del Gran Premio vanno valutati alla luce di molteplici fattori: nell'immediato si può stimare che i danni maggiori riguardano l'intero comparto del turismo. Il Gran Premio garantisce la piena occupazione degli oltre 2600 posti letto presenti nei 10 Comuni del Circondario imolese che moltiplicato per le sei notti di permanenza media equivalgono a circa 15.000 presenze in meno! Il settore del turismo dà lavoro a circa 1200 persone impiegate nella totalità delle strutture ricettive del nostro territorio, e se a questo aggiungiamo l'indotto in termini di ristorazione, trasporti, allestimenti e servizi vari, la stima significa un danno ingentissimo per la nostra economia.

Ma vi è un altro aspetto che ritengo non secondario nel valutare l'impatto negativo che un tale scenario viene a configurare, ed è quello del danno di immagine per il nostro Autodromo e per l'intero territorio. Non è un mistero che Imola nel mondo è conosciuta per il suo Gran Premio e

questo dato non ha bisogno di essere suffragato da ricerche di mercato, ma lo tocchiamo con mano ogni qual volta STAI svolge la propria attività promozionale in Italia e all'estero.

L'esposizione mediatica a cui va incontro Imola nel periodo del Gran Premio non ha eguali se confrontato ad altre manifestazioni similari (il paragone spontaneo nasce con il MotoGP, che nonostante le gesta dei nostri centauri rimane un evento di minore rilevanza a livello mondiale) e che per altro non garantiscono lo stesso indotto economico.

Allargando poi la riflessione sullo stato di salute del turismo, mi preme sottolineare che nonostante il buon trend nei flussi turistici del Circondario imolese, molte minacce si stanno prospettando all'orizzonte. Come sottolineato dall'APAB (Associazione Albergatori della Provincia di Bologna) ad una sostanziale tenuta delle presenze ha fatto seguito negli ultimi anni una crescita a volte "selvaggia" del numero di posti letto (nel periodo 2003-2007 si stima che la crescita nel numero di camere nella provincia di Bologna sia del 46,14%), motivo per cui il fatturato medio degli operatori è diminuito soltanto nel 2006 di circa il 15% rispetto al 2005. A questo vanno aggiunti gli oltre 3.000 posti letto in corso di realizzazione a Bologna che rappresentano un'ulteriore incognita per gli imprenditori del settore turistico.

Sarà importante quindi per il nostro territorio garantire collegamenti efficienti soprattutto con il polo fieristico bolognese in modo da rendere concorrenziali in termini di qualità del servizio le offerte delle nostre strutture ricettive.

Da parte nostra rimane l'impegno, che è quello anche di tutti i Soci STAI, di creare le condizioni per fare promozione in maniera sempre più incisiva, ma chiediamo alle istituzioni di prestare la massima attenzione a quelle che ormai non sono più solo ipotetiche insidie, ma reali minacce che rischiano di mettere in gravissima difficoltà il comparto del turismo e l'intera economia locale.

Per quanto concerne l'attività di STAI posso affermare con soddisfazione che l'anno si è chiuso con il raggiungimento di gran parte degli obiettivi proposti tra i quali i più importanti sono certamente: il mantenimento di un buon trend nei flussi turistici (che a livello statistico scontano la chiusura per lavori di ristrutturazione di alcuni alberghi), aspetto non secondario in un contesto di

calo generale del comparto; altro elemento positivo è stato il reperimento di fondi attraverso importanti accordi promo-commerciali che hanno permesso di diversificare le fonti di finanziamento che attualmente gravano per solo un 30% sulle quote pagate dai Soci (l'attività di STAI attualmente è finanziata per un 18% dai 10 Comuni del Circondario e dalla Provincia di Bologna).

Abbiamo supportato nel corso del 2006 importanti iniziative che coinvolgono i Comuni soci STAI: dalle iniziative di Castel San Pietro Città Slow, agli eventi musicali ed enogastronomici di Imola (Imola in Musica e Bacchanale); abbiamo dato spazio a tutti i Comuni del Circondario in occasione della Manifestazione "Il Centro dei Saperi" oltreché nelle manifestazioni fieristiche a cui abbiamo partecipato. Il 2007 inoltre sarà l'anno della Biennale del Muro Dipinto di Dozza evento che per originalità e prestigio qualifica ulteriormente il nostro territorio. Ci auguriamo per il 2007 maggiore fortuna per il Barbarossa di Medicina dopo due anni vessati dal maltempo.

Da queste basi per il 2007 è stato attuato un piano promozionale che coinvolgerà tutto il Circondario imolese e che sarà supportato dal progetto approvato dalla Regione (*STAI 2007*) nel contesto della Legge 7/98 e inviato preventivamente a tutti i 10 Comuni soci proprio nell'ottica di concertare la propria programmazione con quella dei propri soci.

Saranno reperiti fondi per lo sviluppo di prodotti specifici quali il Cicloturismo, il Turismo Congressuale, Terra di Motori e il Turismo Scolastico. In questa nuova fase ci attiveremo per ottimizzare i rapporti tra tutti i soci ed i partner, implementando anche una incisiva politica di recupero dei soci morosi.

A livello istituzionale nel corso del 2006 vi è stata l'approvazione di tutti i Soci pubblici del nuovo Statuto Sociale STAI adeguandolo alle nuove normative in materia di diritto societario. La regolarizzazione della posizione di alcuni Soci, che per morosità o per il sistema delle quote sociali non partecipavano pienamente alla vita sociale, è un obiettivo ancora prioritario.

Si sono infine creati i presupposti per il raggiungimento di un ulteriore avanzo di bilancio anche per il 2006 ed è il terzo esercizio consecutivo che STAI chiude con un utile, garantendo in tal modo un futuro più solido alla Società.

Premieremo 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.

Fatte queste premesse di carattere generale passiamo ora a relazionarvi nel dettaglio l'attività svolta dalla nostra Società.

## **ATTIVITA' PROMOZIONALE**

Nel **2006**, STAI ha proseguito la propria attività promozionale proponendo il territorio imolese suddiviso in 4 settori tematici riassunti nel payoff "**STAI Incrocio di Passioni**" e che sono:

### **1) Conoscere**

ARTE, MUSICA E CULTURA.

A fianco degli eventi (Emilia Romagna Festival, Imola in Musica, Jammin' Festival, Biennale "Muro dipinto", Barbarossa, Castel San Pietro in Blues) sono stati valorizzati anche tesori nascosti: centri storici, palazzi e rocche che si trovano nei Comuni di questo territorio oltre alle eccellenze come la Rocca Sforzesca di Imola, Palazzo Alidosi di Castel del Rio e la Rocca di Dozza.

### **2) Gustare**

ENOGASTRONOMIA

Nei nostri piatti si sposano la gastronomia emiliana con quella romagnola. Una tradizione celebrata ogni giorno nei ristoranti di qualità e con un denso calendario di sagre ed eventi. Molti sono i prodotti di qualità: l'Albicocca di Romagna, la Pesca nettarina, il Marrone di Castel del Rio, lo Squacquerone, il miele, il Castrato, la Cipolla, la Patata di Bologna e lo Scalogno di Romagna, i vini Doc Colli d'Imola. Il percorso di questi prodotti si snoda lungo la Strada dei Vini e dei Sapori dei Colli d'Imola e all'interno dell'Enoteca Regionale dell'Emilia Romagna situata nei sotterranei della Rocca Sforzesca di Dozza che propone più di 800 etichette di circa 200 produttori.

### **3) Vivere**

SPORT, NATURA E BENESSERE

Le opportunità del territorio sono rappresentate da parchi naturali come La Vena del Gesso, l'Oasi del Quadrone, la Vallata del Santerno e quella del Sillaro, la Val Sellustra.

E ancora le Terme e il Golf Club a Castel San Pietro, città dal 2005 certificata “Città Slow”.

#### **4) Scoprire**

##### SCIENZA, TECNICA E MOTORI

In quest'area trovano sede vere eccellenze in campo scientifico con il Radio Telescopio di Medicina “Croce del Nord”, industriale e motoristico: l'autodromo “Enzo e Dino Ferrari” di Imola, l'industria ceramica e la ricerca medica, soprattutto in campo oftalmico e riabilitativo. Ancora una volta si incrociano qui diverse passioni: la meccanica e i motori, la scienza e l'arte. E per gli amanti della storia dei motori c'è MotorSite: nuove proposte turistiche nei templi della velocità.

Per quanto concerne gli strumenti e le azioni volte a promuovere i suddetti temi nel corso del 2006 sono state intraprese le seguenti azioni:

- A. **Sviluppo sito [www.stai.it](http://www.stai.it)**
- B. **Materiale promozionale**
- C. **Educational Tour per operatori turistici**
- D. **Press tour e Media relation**
- E. **Direct Marketing**
- F. **Fiere e Workshop**
- G. **Sponsorizzazioni**
- H. **Pubblicità**

#### **A. Sviluppo sito [www.stai.it](http://www.stai.it)**

Si è proceduto al restyling completo de sito [www.stai.it](http://www.stai.it) per valorizzare questo importante mezzo di promo-commercializzazione. La grafica e i contenuti sono stati aggiornati in linea con quanto realizzato in tutti gli strumenti di comunicazione STAI. Sono state aggiornate le seguenti sezioni: data-base Soci STAI, pacchetti turistici, eventi, strutture ricettive, progetti speciali (Imola Bike, Imola Convention & Events, Scolastico, MotorSite, Shopping)

All'interno di ogni sezione sono presenti dei testi di presentazione delle opportunità turistiche dell'area imolese nonché le seguenti sezioni:

- progetti e pacchetti;
- documenti e articoli;
- calendario eventi tematici.

Ciò ha comportato un'attività continuativa relativa a: progettazione Html, trasposizione digitale di fotografie, attivazione di *link*, stesura di testi redazionali e loro traduzione in lingua inglese, creazione di Mailing list ed invio di Newsletter periodiche via e-mail. riguardanti gli eventi, le proposte turistiche, e le news.

Si sono attivate inoltre attività di web marketing atte rafforzare la visibilità del sito [www.stai.it](http://www.stai.it) in relazione alle ricerche dei navigatori potenzialmente interessati alle tematiche turistiche sviluppate nel progetto "STAI 2006".

L'attività di web marketing e sviluppo del sito internet è stata affidata a Stefano Calamelli.

## **B. Materiale promozionale**

E' stato realizzato il seguente materiale promozionale:

- **Folder *Incrocio di passioni - Calendario eventi 2006***

Per ottimizzare la comunicazione nei confronti dei clienti finali, realizzazione di un folder tematico di 36 pagine, comprensivo del calendario eventi 2006.

Tale folder è stato stampato in 30.000 copie, in quadricromia, formato 20x20 cm con testi in italiano ed inglese, e suddiviso nelle seguenti sezioni:

- presentazione di STAI e del circondario imolese, con relativa carta geografica;
- calendario di tutti i maggiori eventi di rilevanza turistica, con data e luogo di svolgimento;
- descrizione dei maggiori eventi 2006 divisi per aree tematica con fotografie e relativa introduzione sulle maggiori attrattive del territorio imolese;
- elenco dei numeri utili e spazi informativi dei soci STAI.

- **Cartelline STAI**

Sono state realizzate 1.500 cartelline personalizzate STAI, da utilizzare in occasione di conferenze stampa, fiere, workshop e eventi istituzionali.

- **Guide Imola Bike**

Si è proceduto alla stampa di n. 40.000 copie bilingue della brochure dedicata ai percorsi cicloturistici (pagine 24, carta gr. 115, formato cm. 21 x 15, cucitura punto metallico).

Fornitore: Area Editoriale S.r.l.

La progettazione dei percorsi e la raccolta del materiale necessario alla realizzazione della brochure è stata curata da Stefano Calamelli.

- **Vele**

Per garantire una migliore immagine coordinata del territorio imolese, sono state acquistate 2 vele (formato 100x200 cm) da posizionare in occasione di fiere, workshop ed eventi promozionali. Il soggetti rappresentati nelle 2 vele sono i Comuni del Circondario Imolese e "Imola Convention & Events" (il sistema congressi/incentive dell'area imolese).

Fornitore: Pixel.

- **Buste**

A gennaio 2006 sono state acquistate n° 3000 buste formato 23 x 33 personalizzate con logo S.T.A.I. in quadricromia (fornitore: Grafiche Baroncini).

A maggio 2006 sono state acquistate n° 5000 buste formato 23 x 23 personalizzate con logo S.T.A.I. in quadricromia (fornitore: Tipografia Fanti).

- **Bank Images:**

E' stata realizzata con immagini riguardanti il territorio imolese. La creazione di una Bank images è indispensabile per la realizzazione degli strumenti promo-commerciali, sia per una migliore comunicazione del prodotto che per il potere evocativo dell'immagine. Le immagini sono disponibili su CD – ROM nei diversi formati da fornire in particolare ad operatori e giornalisti del settore per la realizzazione di cataloghi e articoli redazionali.

### **C. Educational Tour per operatori turistici**

Si è proceduto all'organizzazione di educational tour in collaborazione con operatori della regione (in particolare APT Servizi e Unioni Prodotto):

- 14-17 aprile 2006

TOUR OPERATOR INGLESE TRANSIL TRAVEL

*Rivolto a 2 operatori inglesi*

- 27 aprile 2006

IN OCCASIONE DEL BUY EMILIA-ROMAGNA (Progetto Strade dei vini e sapori)

*Rivolto a 6 operatori stranieri*

*In collaborazione con APT e Club di Prodotto Città Arte e Turismo dell'Emilia-Romagna*

- 27 aprile 2006

IN OCCASIONE DEL BUY EMILIA-ROMAGNA (Progetto Motori)

*Rivolto a 8 operatori stranieri*

*In collaborazione con APT e Club di Prodotto Città Arte e Turismo dell'Emilia-Romagna*

- 7 maggio 2006

IN OCCASIONE DEL FULL CONTACT

*Rivolto a 13 operatori congressuali stranieri*

*In collaborazione con Bologna Congressi ed Ediman*

- 18 luglio 2006

TOUR OPERATOR EVENEMENTS ET VOYAGES

*Rivolto a 1 operatore francese*

La progettazione, l'organizzazione e il feedback degli Eductour sono stati affidati alle collaboratrici Micaela Benati, Licia Siciliano coadiuvate per l'accompagnamento degli operatori dalle guide specializzate Elena Scheda e Alberta Graziani.

#### **D. Press tour e Media relation**

Si sono attivate differenti modalità di relazione nei confronti di giornalisti ed inserzione in pubblicazioni, in funzione delle opportunità che si sono manifestate durante lo svolgimento del progetto.

Per quanto concerne questa voce, le principali attività svolte nel 2006 possono essere riassunte come segue:

- **Press tour** e assistenze con organizzazione logistica, accompagnamento e follow-up (anche in lingua estera):

10 gennaio 2006

Redazione testi, organizzazione dei set, assistenza e accompagnamento per riprese televisive Rai2 Sereno Variabile.

28 marzo 2006

Giornalista Richard Slusser del Washington Times in collaborazione con la Provincia di Bologna.

31 marzo 2006

Press tour stampa sulla Terra dei Motori 2006 in collaborazione con Province di Modena e Bologna e MotorSite.

14 settembre 2006

Giornalista Kelly Gretchen del New York Post in visita al territorio.

28 settembre 2006

Fotoreporter inglese Mike Valeriani in visita al territorio (Strada vini e sapori).

14 e 15 ottobre 2006

Giornalisti di Mototurismo per servizio sul territorio in moto in collaborazione con MotorSite.

Novembre 2006

Organizzazione, assistenza e follow-up press tour realizzato in occasione del Baccanale 2006 e rivolto a importanti testate specializzate in eno-gastronomia.

- **Contatti** con singoli giornalisti e/o redazioni (con invio materiali specifici):

Viaggi di Repubblica, Plein Air, Tg1 Terra e sapori, Itinerari e Luoghi, Capita al Vino, Sabato sera, Sette sere, Il Resto del Carlino, Sole 24ore, Turismo all'aria aperta, Il Corriere di Romagna, Centronord, La Repubblica Bologna, Airone, Elle, Famiglia Cristiana, Ansa Turismo, Itinerari Gustosi - Terre del Vino, Radio 2 Rai, Isoradio, Rai 2 Sereno Variabile, Tg2 eat Parade, Viaggi del Gusto, Intimità, Vari siti web, Vari free – lance.

- 12 **Comunicati stampa** inviati.
- Redazione e invio **newsletter periodica STAIinforma**.
- Distribuzione **cartelle stampa** e p.r. con la stampa in occasione di eventi e fiere.

L'attività di ufficio stampa, fondamentale per veicolare principalmente verso la stampa italiana, le comunicazioni e la promozione del territorio imolese, è stata affidata a Massimo Calvi e a Rizomedia che ha seguito anche le relazioni con singole testate.

Max Calvi è stato coadiuvato nella redazione e nell'impaginazione della newsletter *STAIinforma* da Stefano Calamelli.

## **E. Direct Marketing**

Sono state costantemente effettuate delle spedizioni del materiale promo-commerciale realizzato all'interno del progetto "STAI 2006", accompagnato da diapositive e CD-Rom sul territorio imolese, una lettera di presentazione su carta intestata e numerose fotocopie di pacchetti e altri materiali informativi.

I destinatari di tali spedizioni si possono individuare tra gli altri: Unioni di Prodotto, IAT della riviera adriatica (circa 10) e di Bologna, Aeroporto di Rimini e vari punti informazione della Regione.

All'invio del materiale ha fatto seguito un servizio di *recall* telefonico nei confronti degli operatori della *mailing-list* in quanto ritenuto importante per la fidelizzazione.

In particolare sono state effettuate le seguenti spedizioni:

Nel **febbraio del 2006** sono state inviate proposte di itinerari cicloturistici e di strutture ricettive adatte per questo tipo di target, raccolte nella brochure Imola Bike.

L'invio è stato rivolto ad un database di associazioni e squadre cicloturistiche di Germania, Austria e Svizzera.

Contestualmente la stessa brochure è stata inviata a portali web italiani e stranieri sul cicloturismo, previa una mail di presentazione.

Nel **giugno del 2006** sono state inviate proposte diversificate ad un ampio database di associazioni. Nello specifico sono state inviate a Cral ed Associazioni proposte di soggiorni termali, culturali ed enogastronomici.

Nel **settembre 2006** è stata effettuata una distribuzione presso i caselli autostradali del folder STAI "Incrocio di Passioni" prodotto in co-marketing con il Castel Guelfo Outlet. Sono state distribuite 15.000 copie dello stesso folder presso i caselli di Bologna San Lazzaro, Rimini Sud e Imola (fornitore: Maitoi).

È stato ampliato e aggiornato il *data base* degli operatori turistici creato da STAI.

L'attività di aggiornamento del *data base* è stata affidata alla collaboratrice Licia Siciliano.

Per le distribuzioni capillari dei materiali informativi realizzati all'interno del progetto "STAI 2006" è stato assegnato l'incarico a Stefano Calamelli coadiuvato da Stefano Benericetti.

È stato così possibile recapitare, con distribuzioni periodiche e distribuzioni mirate nei periodi precedenti i maggiori eventi di carattere internazionale sul territorio (Gran Premio di F1, Heineken Jammin Festival, Superbike), i materiali prodotti presso: soci STAI e Strada dei Vini e dei Sapori dei Colli di Imola (oltre 120 soggetti pubblici e privati), i principali punti informativi nel territorio imolese, Musei comunali, IAT (Imola, Castel San Pietro, Bologna), Stazioni F.S. di Imola e Bologna, Aeroporto Marconi di Bologna e altri uffici informazioni presso enti pubblici dell'ambito provinciale.

## F. Fiere e Workshop

### □ Fiere

Si è proceduto alla partecipazione a fiere sul turismo in generale e specializzate, anche in collaborazione con l'Unione Città d'Arte, Cultura e Affari, ad esempio attraverso la condivisione degli spazi fieristici utilizzati.

Per quanto concerne la partecipazione alla fiera **BIT 2006**, STAI, come nelle ultime edizioni, ha partecipato a tale fiera in collaborazione con "MotorSite la Terra dei Motori" società partecipata da STAI al 50%.(stand di mq. 50,0).

Si è partecipato poi alle seguenti fiere e manifestazioni di settore in collaborazione con APT e MotorSite:

□ <b>Serate promozionali APT</b>	sett/ott. 2006	Varie sedi
□ <b>EICMA</b>	settembre 2006	Milano
□ <b>TTI</b>	ottobre 2006	Rimini

La predisposizione delle proposte commerciali, la partecipazione alle fiere e il feedback verso gli operatori contattati è stata affidata alla collaboratrice Licia Siciliano.

### □ Workshop

Si è poi partecipato ai workshop ritenuti più interessanti per la promo-commercializzazione del nostro territorio, anche in collaborazione con l'Unione di Prodotto Città d'Arte, Cultura e Affari.

Si riportano i workshop a cui si è partecipato nel corso del 2006:

□ <b>Buy Italy</b>	febbraio 2006	Milano
□ <b>Buy Emilia Romagna</b>	aprile 2006	Bologna
□ <b>Borsa 100 Città d'Arte</b>	maggio 2006	Ferrara
□ <b>Workshop Mito</b>	maggio 2006	Levico Terme

La predisposizione delle proposte commerciali, la partecipazione ai workshop e il feedback verso gli operatori contattati è stata affidata alla collaboratrice Licia Siciliano.

## G. SPONSORIZZAZIONI EVENTI

Nel budget 2006 sono state inserite alcune sponsorizzazioni di eventi locali volte a promuovere gli appuntamenti che presentano le maggiori potenzialità di sviluppo turistico.

### □ *9-11 Giugno: Imola in Musica*

E' stato erogato a titolo di sponsorizzazione un contributo di Euro 2.000,00 (Iva Inclusa)

- S.T.A.I. ha contribuito allo svolgimento dei seguenti eventi svolti a Castel San Pietro Terme: **Cassero Jazz Festival** (marzo 2006), **Castel San Pietro in Blues** (maggio 2006), **Settembre Castellano** (settembre 2006).

E' stato erogato a tal fine un contributo totale di Euro 6.000,00 (iva inclusa)

### □ *Novembre 2006: Bacchanale Imola*

STAI in collaborazione con la Strada dei Vini e dei Sapori ha organizzato una serie di iniziative a supporto di tale manifestazione tra le quali si citano: organizzazione e gestione del "Centro dei Sapori" presso la galleria del Centro Cittadino; cena degustazione di gemellaggio con la città tedesca di Weinheim presso Palazzo Marchi; gestione e allestimento della Prova d'assaggio presso Palazzo Marchi; organizzazione di un press tour rivolto a giornalisti del settore eno-gastronomico.

E' stato inoltre erogato a titolo di sponsorizzazione un contributo di Euro 2.000,00 (Iva Inclusa)

## H. PUBBLICITA'

E' rinnovato il consueto contratto di pubblicità con Seat Pagine Gialle.

Nell'ottica poi di promuovere il tema del cicloturismo, sono state acquistate due pagine sul catalogo di Emilia-Romagna Bike.

Sulla rivista "A Ruota Libera" è stata acquistata una pagina pubblicitaria di brand su un fascicolo della rivista.

E' stato inoltre acquistato un redazionale di due pagine di presentazione delle iniziative IMOLA BIKE su fascicolo del mese di luglio di "A Ruota Libera"

Nel luglio del 2006 è stato acquistato uno spazio pubblicitario sull'emittente televisiva Nuovarete/San Marino RTV avente come oggetto Imola Bike.

## PRODOTTI TEMATICI

L'attività promozionale STAI sopra riportata è stata completata dallo sviluppo di alcuni **prodotti tematici** quali:

### □ **PRODOTTO "TERRA DI MOTORI"**

STAI possiede dal 2002 il 50% di della Società "MotorSite – La Terra dei Motori" .

L'Emilia Romagna, e in particolare il territorio compreso tra Imola e Modena, è infatti la "Terra di Motori", luogo dove sono nate e ancora vivono le più importanti aziende del settore "motore sportivo", dove si svolgono le più prestigiose competizioni sportive ed eventi motoristici a livello internazionale.

Il progetto è nato da due soci promotori, STAI e Modena Incoming, e ha previsto il successivo coinvolgimento di partner del settore motoristico (musei, collezioni private, aziende motoristiche, organizzatori di eventi e gestori di impianti) e di soggetti facenti parte del sistema ricettivo dei due territori (Imola e Modena).

L'obbiettivo strategico della società è quello di sviluppare il turismo incoming legato alla tradizione automobilistica e motociclistica dell'Emilia Romagna, collegando tra loro tutti i luoghi regionali legati a questo tema ed i differenti altri aspetti che li caratterizzano in chiave turistica così da poter agire come un "club di prodotto regionale tematico dedicato al tema dei motori".

Nel 2006 in particolare si è mirato alla realizzazione dei seguenti obiettivi operativi:

- investire in attività di comunicazione e marketing internazionali mirate, adottando linguaggi e metodologie appropriati, anche interpretando i codici delle "tribù" di appassionati della "terra di motori";

- confermare l'interlocutore unico e call center di riferimento per i visitatori, (soprattutto stranieri), la stampa e l'intermediazione turistica, che eserciti l'attività di tour operator e possa distribuire sui soci/partner della società i benefici delle azioni effettuate (pernottamenti, ingressi e visite, ecc);
- creare delle sinergie di scala nelle attività di promo-commercializzazione, così da poter competere con altri territori per rispondere alle esigenze del turista interessato al tema dei "motori" o altri territori che offrono migliori servizi su temi tradizionali;
- aumentare la permanenza media di turisti nel territorio a favorire la destagionalizzazione grazie all'aumento di arrivi e presenze soprattutto nei fine settimana e nei periodi di bassa stagione.

### ***Info Point "Terra di Motori"***

All'interno delle attività legate al mondo dei motori STAI ha presentato un progetto alla Regione Emilia-Romagna (legge 135/2001 "Terra di Motori") per la realizzazione di un Info Point presso l'attuale biglietteria situata in piazzale Leonardo da Vinci a Imola.

A tale progetto, che è stato approvato in via formale, hanno partecipato inoltre il Comune di Imola e il Nuovo Circondario Imolese.

L'Info-point, inaugurato nell'aprile 2006, assolve principalmente a due funzioni: fornire informazioni al pubblico riguardanti luoghi, eventi, itinerari legati al mondo dei motori all'interno della regione Emilia Romagna, attraverso materiale informativo dedicato a questo tema; in seconda istanza funge da Centro visite con la possibilità per il pubblico di consultare attraverso supporti multimediali la storia dei personaggi e dei luoghi che hanno fatto della nostra regione «La Terra dei Motori».

Dato la consistente affluenza di pubblico l'Info Point è anche il volano per promuovere tutte le attività del territorio imolese ed in particolare quelle legate al commercio e al turismo.

## □ **PRODOTTO “AZIENDE, CONVENTION E INCENTIVE”**

Lo sviluppo di questo importante comparto (si stima che circa il 80% dei flussi turistici del Circondario imolese provenga dal turismo di affari) è stato un obiettivo predominante nel corso del 2006 e per questo STAI ha dedicato parte delle proprie risorse per realizzare le seguenti azioni:

### ***Fiere di settore***

Si è partecipato alle seguenti fiere del settore:

- Aprile 2006 **IMEX** a Francoforte
- Novembre 2006 **BTC** Firenze
- Novembre 2006 **EIBTM** di Barcellona;

Nel corso delle suddette manifestazioni sono stati presi contatti con circa 50 società che si occupano di organizzare eventi congressuali, convention e incentive. Tali contatti sono stati inoltrati a tutti i soggetti aderenti al progetto Imola Convention & Events (Alberghi e Centri Congressi)

### ***Spedizione della Brochure Imola Convention & Events***

Nell'**aprile del 2006** sono state spedite proposte di sedi congressuali raccolte nella brochure Imola Convention & Events, corredata anche di un DVD che illustra i luoghi descritti.

La spedizione è stata rivolta ad un database selezionato, che comprendeva Associazioni, Cral e Federazioni di sport da tavolo che richiedono sedi per raduni o tornei.

La brochure Imola Convention & Events + DVD è uno strumento tecnico rivolto prioritariamente ad operatori congressuali ed incentive house.

Al suo interno è possibile trovare elencate le strutture per congressi del territorio imolese con indicato il numero delle sale e capienze relative.

Il formato è 21,5x30 cm, 3 ante, bilingue italiano e inglese, prodotto in 3.000 copie con tasca contenente DVD.

## □ **PRODOTTO “CICLOTURISMO”**

Il territorio imolese, come tutta la Romagna, è il luogo ideale per gli appassionati del cicloturismo, ma a tutt'oggi se si escludono alcune eccellenze presenti sulla riviera romagnola, i nostri itinerari sono prevalentemente conosciuti e percorsi da appassionati locali. STAI nel corso del 2006 ha proseguito, perfezionandole, le iniziative intraprese nel corso del 2005 e volte promuovere il sistema cicloturistico (inteso nella più ampia accezione che comprende anche la Mountain bike e la city bike) che di seguito illustriamo:

### **Folder *Imola Bike***

Per allargare l'offerta al campo del cicloturismo si è proceduto alla realizzazione di un folder, *Imola Bike*, con percorsi che coinvolgono le vallate del Sillaro e del Santerno e alcune proposte tematiche esterne al circondario imolese.

Si è proceduto quindi alla stampa di n. 40.000 copie bilingue della brochure dedicata ai percorsi cicloturistici (pagine 24, carta gr. 115, formato cm. 21 x 15, cucitura punto metallico).

Fornitore: Area Editoriale s.r.l.

La progettazione dei percorsi e la raccolta del materiale necessario alla realizzazione della brochure è stata curata da Stefano Calamelli.

Tutti gli itinerari proposti prevedono il pernottamento o la sosta presso aziende vitivinicole, caseifici, agriturismi ed enoteche.

### ***Percorsi in formato digitale***

Per quanto concerne il progetto complessivo *Imola Bike* si è proceduto alla realizzazione dei percorsi:

- Sulle strade di Adorni (Mondiali '68) Km 78,0
- Bici e Benessere tra Emilia-Romagna e Toscana Km 154,0
- Natura, torri e campanili della Bassa Romagna Km 131,0
- Sulle strade del Sangiovese Km 218,0
- In bici nella Terra dei Motori Km 245,1
- Esplorando la Vena del Gesso MTB Km 10,2

- All'ombra dei castagneti (MTB) Km 14,5
- Tra Le Selve e Belvedere (MTB) Km 37,7
- Off-road sulle colline dell'Autodromo (MTB) Km 28,5

anche in formato digitale da poter scaricare dal sito [www.stai.it](http://www.stai.it)

Per fornire la massima precisione nella rilevazione degli itinerari, specialmente per quelli di mountain bike, sono stati mappati anche i rilievi satellitari.

I percorsi attualmente sono disponibili nei seguenti formati: Pdf, Garmin gps e Google Hearth.

La realizzazione e la digitalizzazione dei percorsi è stata curata da Stefano Calamelli.

### **Adesione al club di prodotto regionale Emiliaromagnabike**

STAI infine ha aderito anche nel corso del 2006 al club di prodotto regionale *Emiliaromagnabike*, attraverso le seguenti azioni:

Inserimento di due pagine sul **catalogo Emiliaromagnabike** (tiratura 30.000 copie) e sul sito web.

Partecipazione alle **fiere di settore**: Bike Festival Riva del Garda; EICMA Milano; Eurobike Friedrichshafen.

#### □ **PRODOTTO "SCOLASTICO"**

Le rocche, i musei, le visite presso aziende imolesi, l'Autodromo di Imola, il Radiotelescopio di Medicina con il nascente centro visite, l'Oasi del Quadrone, il centro visite del parco dei Gessi, le fattorie didattiche, sono alcuni dei punti di maggior interesse per scolaresche e studenti universitari.

La vicinanza con l'Università di Bologna poi rende possibili alcune sinergie che coinvolgono il territorio imolese.

Oltre ai contenuti delle visite STAI ha promosso in particolare quelle strutture ricettive adatte ad ospitare questo tipo di turismo che è notoriamente *low budget*.

Le azioni principali nel corso del 2006 possono essere così riassunte:

- Nel giugno del 2006 sono state inviate proposte diversificate ad un database di circa **900 istituti scolastici** di diverso ordine e grado. Nello specifico sono state proposte gite scolastiche incentrate su natura, arte e tecnologia a numerosi istituti italiani. All'invio

postale dei pacchetti ha fatto seguito un recall telefonico per verificare l'interesse riposto nella nostra iniziativa.

- Nel periodo settembre/ottobre 2006 STAI ha partecipato alle **Serate Promozionali** organizzate da APT (Milano, Piacenza, Udine, Padova, Firenze) dedicate in particolare al turismo scolastico.
- **Partecipazione BTS.** Nel novembre del 2006 STAI ha partecipato alla BTS di Genova (Borsa del Turismo Scolastico) la principale rassegna nazionale dove incontrare responsabili di istituti scolastici con potere decisionale nell'organizzazione delle gite di classe.

## **GESTIONE PROGETTI SPECIALI**

### □ **Strada dei Vini e Sapori Colli d'Imola.**

Facendo seguito al rapporto di collaborazione avviato durante il periodo novembre 2000 - dicembre 2005 per lo sviluppo della Strada dei Vini e dei Sapori dei Colli d'Imola è stata rinnovata la convenzione tra STAI e S.V.S anche per il 2006.

In particolare STAI si è occupata per conto di SVS di:

- implementare le attività di marketing e comunicazione che possano essere svolte attraverso la propria struttura di servizio e/o tramite propri fornitori e/o tramite il punto informativo STAI presso il Castel Guelfo Outlet
- curare la gestione amministrativa dell'Associazione, anche in coordinamento con professionisti individuati dall'Associazione; coadiuvare Strada nella gestione dell'attività commerciale dei prodotti tipici.
- affiancare il Consiglio di Amministrazione ed il Comitato tecnico dell'Associazione al fine di contribuire al pieno sviluppo della Strada;
- integrare e valorizzare il più possibile i propri progetti e le relative attività di marketing e comunicazione turistica con quelli dell'Associazione;

## □ **Co-marketing Castel Guelfo Outlet**

Per quanto concerne la voce **co-marketing**, è stato dato seguito a quanto previsto nel progetto "STAI 2006" in particolare per quanto riguarda la collaborazione con Il Castel Guelfo Outlet.

Le altre voci dedicate nello specifico alle attività di marketing in collaborazione con il Castel Guelfo Outlet e aventi come obiettivo promuovere il territorio imolese e il tema dello shopping considerando l'Outlet un importante fattore di sviluppo turistico dell'area imolese, possono essere così riassunte:

### □ **Eventi promozionali:**

- Esposizione delle sculture in ferro di Maurizio Bettini sul tema della Formula 1 autografate dai più famosi piloti
- Esposizione di quadri del pittore Gilberto Giorgi e dimostrazioni pratiche di artista al lavoro. Sono stati fatti piccoli ritratti ad acquerello ai presenti.
- Degustazioni in collaborazione con la Strada dei Vini e dei Sapori dei Colli d'Imola.

Sono state realizzate 3 degustazioni (Aziende Fondo Cà Vecja, Zuffa e Poderi delle Rocche) della durata di 2 giorni ciascuna (sabato e domenica), in giorni e orari coincidenti con il maggior afflusso di visitatori (periodi di saldi e festività).

Nel novembre del 2006 è stata organizzata una degustazione in collaborazione con le aziende Cesari, Tenuta Manarese Ca' Bruciata

Alla progettazione e alla organizzazione di tali eventi ha atteso le collaboratrici Silvia Sassu e Licia Siciliano

### □ **Folder co-marketing per Riviera dei Parchi**

Rivolto prioritariamente al turista individuale, è stato distribuito durante il periodo estivo nei parchi tematici della riviera romagnola per promuovere le visite all'Outlet e sul territorio imolese.

All'interno del folder è stato inserito un incentivo a visitare il circondario imolese, nato dalla collaborazione con i Comuni di Imola, Dozza e Castel del Rio e volto a mettere in evidenza rocche ed edifici storici del territorio.

Il formato è 10x21 cm in IT, GB a quattro ante ed è stato prodotto in 100.000 copie.

(fornitore: Pubblica House)

Alleghiamo a tal proposito una copia del folder

□ **Iniziativa Riviera dei Parchi**

E' stato dato seguito alla campagna promozionale iniziata nel 2005 e rivolta alla riviera romagnola. In particolare è stato stipulato un accordo di collaborazione con Multimedia Comunicazioni attraverso il quale è stato possibile posizionare espositori promozionali contenenti i folder STAI/Castel Guelfo outlet nei parchi tematici di Riccione (Oltremare, Aquafan, Imax).

La distribuzione del materiale è stata affidata a Stefano Calamelli.

- **Interviste e indagini di mercato** somministrate ai visitatori dell'Outlet volte a valutare il grado di conoscenza del pubblico verso le proposte turistiche di STAI e del territorio imolese in generale. Questa attività è stata seguita dalla collaboratrice Licia Siciliano

- Supporto ad **iniziative promo-redazionali**, realizzate in collaborazione con l'ufficio stampa del Castel Guelfo Outlet. Questa attività è stata seguita dal collaboratore Stefano Benericetti.

- **Pubblicità** tramite inserimento del logo STAI e Castel Guelfo Outlet nel materiale promozionale delle manifestazioni, *Imola in musica 2006*, *Castel San Pietro in Blues 2006* e *Baccanale 2006*

- Progettazione e implementazione di **proposte turistiche** rivolte ai visitatori dell'Outlet e/o territorio circostante. Questa attività è stata seguita dalla collaboratrice Silvia Sassu.

#### □ **Convenzione Associazione Imola e il suo Territorio e STAI**

Nel corso del 2004 si è costituita l'Associazione Imola e il suo Territorio avente come obiettivo la promozione dell'Autodromo di Imola quale maggiore attrattore turistico del territorio imolese e con esso le strutture pubblico-private idonee ad ospitare eventi quali convention, congressi, e eventi culturali in genere.

Date le competenze tecniche e l'ampia rappresentatività di STAI nel corso del 2006 è proseguita la collaborazione con suddetta Associazione realizzando le seguenti azioni:

- Partecipazione a Fiere e Workshop
  - Organizzazione di Educational tour rivolti ad operatori turistici
  - Gestione di attività di Ufficio Stampa
  - Promozione di eventi da realizzare presso l'Autodromo di Imola e altre sedi presenti sul territorio imolese
  - Gestione di attività di web marketing
  - Realizzazione di folder tematici
  - Realizzazione di materiale multimediale
  - Attività di verifica dei risultati ottenuti
- **S.I.T.A.I. (Sistema di Informazione al Turista)** in collaborazione con il Servizio Turismo e Qualità Aree Turistiche della Regione Emilia Romagna.

Coordinamento con Regione, Provincia ed enti coinvolti nella gestione della fase 2006 del progetto SITAI, che prevede anche un'attività costante di ufficio stampa nei confronti della Redazione regionale;

- Inserimento di nuove schede e aggiornamento continuo di quelle già inserite nel SITAI, relativamente agli 8 comuni che hanno delegato tale gestione a STAI;
- Consulenza informatica, progettazione e aggiornamento Html, affiancamento ai responsabili del sistema Win City;
- Raccolta, trattamento, inserimento e traduzione di schede da realizzare ex-novo, su richiesta specifica dei comuni interessati a tale ampliamento del data base.

#### □ **Rilevazione prezzi e flussi turistici arrivi/presenze**

Nel corso del 2006, STAI ha assicurato le seguenti attività per conto della Provincia di Bologna e del Nuovo Circondario Imolese:

##### **a) Rilevazione dei flussi turistici**

STAI ha curato la rilevazione del movimento dei clienti nelle strutture alberghiere ed extralberghiere del territorio imolese, anche al fine di individuare le necessità e le priorità del settore nel territorio.

##### **b) Comunicazione prezzi attività ricettive**

Questa è un'attività introdotta nel corso del 2005 (e sancita da una convenzione stipulata con il Nuovo Circondario Imolese). STAI ha curato la ricezione delle schede mediante le quali le attività turistiche ricettive alberghiere ed extra-alberghiere comunicano le proprie tariffe;

#### □ **Trattamento dati personali**

S.T.A.I., premesso che nell'ambito della propria attività effettua trattamento di dati personali, ha completato nel corso del 2006 le seguenti attività ai sensi e per gli effetti dell'articolo 34. comma 1. lettera g) del D.Lgs. 196/2003 e del disciplinare tecnico allegato B del D.Lgs. n. 196/2003):

- è stato redatto il Documento Programmatico sulla Sicurezza che raccoglie e fornisce le informazioni utili per l'identificazione delle misure di sicurezza, organizzative, fisiche e logiche, previste per la tutela dei dati trattati contenente i seguenti punti:

##### 1) Elenco dei trattamenti di dati personali mediante:

##### 1.1) individuazione dei dati personali trattati

1.2) descrizione delle aree, dei locali e degli strumenti con i quali si effettuano i trattamenti

1.3) l'elaborazione della mappa dei trattamenti effettuati

2) Distribuzione dei compiti e delle responsabilità nell'ambito delle strutture preposte al trattamento dei dati

3) Analisi dei rischi a cui sono soggetti i dati

4) Misure adottate e da adottare per garantire l'integrità e la disponibilità dei dati

5) Criteri e modalità di ripristino dei dati a seguito di distruzione o danneggiamento

6) Adozione misure minime di sicurezza in caso di trattamento di dati personali affidati all'esterno

7) Procedure per il controllo sullo stato della sicurezza

- sono state effettuate le nomine dei responsabili e degli incaricati al trattamento ed è stato creato un organigramma per la privacy.

- è stato e viene effettuato un Backup Dati ogni 2 mesi

## PROGETTAZIONE

(progetti presentati e/o finanziati)

- **Progetto STAI 2006** co-finanziato al 25% da Regione Emilia-Romagna (L.R. 7/98).

Questo progetto abbraccia il periodo novembre 2005 – ottobre 2006 e ammonta a Euro 135.625,00. Il progetto è stato rendicontato per Euro 135.00,00 ed è stata inoltrata la richiesta di liquidazione alla Regione Emilia-Romagna per Euro 37.500,00

- **Progetto STAI 2007** presentato in data 15/09/2006 alla Regione Emilia-Romagna (L.R. 7/98).

Questo progetto abbraccia il periodo novembre 2006 – ottobre 2007 e ammonta a Euro 128.750,00. Il progetto è stato approvato e rientra nella fascia del 25% di co-finanziamento (solo circa il 20% dei 130 progetti presentati in regione ha raggiunto questa valutazione).

Prima della stesura definitiva, il progetto è stato inviato a Sindaci e Assessori dei Comuni del Circondario per eventuali modifiche o suggerimenti.

## **SOCI**

Nuovi Soci: nel corso del 2006 è stata inoltrata richiesta di associarsi da parte della Banca di Credito Cooperativo e dall'Albergo Bivio Bordona.

Contributi Soci 2006: al 31 dicembre 2006 sono stati riscossi Euro 70.022,00 pari a circa l'80% del totale delle quote messe a budget per il 2006

## **ALTRE NOTIZIE**

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, né ha effettuato acquisti o vendite di quote o azioni di Società controllate in quanto la Società non ne possiede.

L'esercizio 2006 si chiude, con un utile di € 1,041,29 che proponiamo di portare a diminuzione delle perdite degli esercizi precedenti.

Imola, 5 aprile 2007