

**“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 2007 che si sta chiudendo ha confermato gli elementi di incertezza che si erano profilati nel corso del 2006 con particolare riferimento alla crisi dell'Autodromo di Imola. L'analisi dei flussi turistici per il 2007 sembra fornire elementi positivi ad una prima lettura (sostanziale tenuta negli arrivi e leggero incremento nelle presenze nel circondario imolese) tuttavia questo dato non deve trarre in inganno in quanto l'analisi vera va fatta sui fatturati degli operatori turistici e comunque di tutti i soggetti pubblici e privati interessati dall'indotto economico dell'Enzo e Dino Ferrari. A tal proposito, STAI nel corso del 2007 ha condotto una ricerca per valutare l'impatto negativo della perdita del Gran Premio di Formula 1 e il dato risulta allarmante (si parla di una perdita stimata dai 35 a 40 milioni di Euro) senza considerare la perdita della Superbike, dell'Heineken Jamin Festival e di altre importanti manifestazioni.

Sicuramente la ristrutturazione dell'impianto e la prospettiva imminente di un nuovo gestore possono essere letti come segnali positivi tuttavia 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.

L'impatto negativo a livello di immagine per la nostra città è stato incalcolabile e la speranza è che la nuova gestione possa mettere in campo le competenze professionali necessarie per riportare a Imola importanti eventi internazionali. Ugualmente auspicabile da parte nostra è la presenza del Comune di Imola o comunque di un soggetto che rappresenti

il territorio, all'interno della nuova gestione in quanto la sensazione che l'Autodromo fosse slegato dal territorio è ancora molto percepita nel tessuto economico e sociale della Città.

Allargando poi la riflessione sullo stato di salute del turismo occorre ancora sottolineare che permangono molte minacce per il nostro settore turistico tra cui vi è una crescita a volte "selvaggia" del numero di posti letto ricettivi (nel periodo 2003-2007 si stima che la crescita nel numero di camere nella provincia di Bologna sia stata 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 sta chiudendo 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, 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 solo per un 18% dai 10 Comuni del Circondario e dalla Provincia di Bologna)

Abbiamo supportato nel corso del 2007 importanti iniziative che coinvolgono i Comuni soci STAI: dalle iniziative di Castel San Pietro Città Slow, agli eventi musicali di Imola (Imola in Musica) passando per la positiva e collaudata collaborazione per il Bacchanale.

Da queste basi per il 2007 è stato realizzato un piano promozionale che ha coinvolto tutto il Circondario imolese e che è stato supportato dal progetto approvato dalla Regione (STAI 2007) nel contesto della Legge 7/98

Sono stati reperiti fondi per lo sviluppo di prodotti specifici quali il Cicloturismo, il Turismo d’Affari, Terra di Motori e il Turismo Scolastico.

Si sono infine creati i presupposti per il raggiungimento di un ulteriore avanzo di bilancio anche per il 2007 e sarebbe il quarto esercizio consecutivo che STAI chiude con un utile, garantendo in tal modo un futuro più solido alla Società.

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

## **ATTIVITA’ PROMOZIONALE**

Nel **2007**, STAI ha proseguito la propria attività promozionale presentando il territorio imolese attraverso 4 sezioni tematiche riassunte dal payoff “**STAI Incrocio di Passioni**” e che sono:

### **1) Conoscere**

ARTE, MUSICA E CULTURA.

A fianco degli eventi (Emilia Romagna Festival, Imola in Musica, 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 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 2007 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 definitivo restyling del sito [www.stai.it](http://www.stai.it) che ora appare completamente rinnovato sia sotto l'aspetto grafico che dei contenuti.

Accomunati dal payoff "Incrocio di passioni" sono presenti le seguenti macro-sezioni:

- ❑ Arte, Musica e Cultura;
- ❑ Enogastronomia;
- ❑ Terra di Motori
- ❑ Natura e Benessere
- ❑ Congressi e Incentive
- ❑ Cicloturismo
- ❑ Shopping

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

Altre sezioni sono dedicate a pacchetti turistici, eventi, news, mangiare & dormire.

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 nostre tematiche turistiche.

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 2007***

Per ottimizzare la comunicazione nei confronti dei clienti finali si è proceduto alla realizzazione di un folder tematico di 36 pagine, comprensivo del calendario eventi 2007.

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 S.T.A.I. e del circondario imolese, con relativa carta geografica;
- descrizione dei maggiori eventi 2007 divisi per aree tematica con fotografie e relativa introduzione sulle maggiori attrattive del territorio imolese;
- proposte per il turismo enogastronomico, termale, sportivo, culturale e motoristico;
- elenco dei numeri utili e spazi informativi dei soci S.T.A.I.

Fornitore della grafica: Pubblica House.

- **Pieghevole Evento Danza Sportiva**

In occasione dell'evento del 12-13 maggio 2007 organizzato da STAI è stato realizzato un pieghevole in 3000 copie con all'interno proposte del territorio con particolare riferimento a strutture ricettive, ristoranti, luoghi da visitare ed eventi (fornitore: Grafiche Baroncini)

- **Carta intestata STAI**

Riportante nuovo logo. Fornitore: Tipografia Fanti

- **Biglietti da visita STAI**

Riportanti nuovo logo. Fornitore: Grafiche Baroncini

- **Cartoline PirazBike Contest**

Per promuovere le due date del contest dedicato agli appassionati della MTB sono state realizzate 2500 cartoline promozionali (fornitore: Grafiche Baroncini)

- **Biglietti auguri Natale 2007**

Quest'anno tematizzati sull'imminente e auspicata riapertura dell'Autodromo sono stati stampati in 650 copie (fornitore: Grafiche Baroncini) e inviati a soggetti istituzionali, tour operator, agenzie, Cral

- **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):

**26 aprile 2007      IN OCCASIONE DEL BUY EMILIA-ROMAGNA**

*Rivolto a 7 operatori stranieri*

*Programma: visita di Dozza (Enoteca e borgo), visita all'Autodromo, cena presso Ristorante Monte del Re (Tema motori)*

*In collaborazione con Club di Prodotto Città d'Arte e Modenatur*

**26 aprile 2007      IN OCCASIONE DEL BUY EMILIA-ROMAGNA**

*Rivolto a 5 operatori stranieri*

*Programma:* visita di Castel S. Pietro (Golf Club e Hotel Castello), visita e pranzo presso Azienda vinicola Cesari (Tema golf)

*In collaborazione con Club di Prodotto Città d'Arte e Emilia-Romagna Golf*

**27 aprile 2007      IN OCCASIONE DEL BUY EMILIA-ROMAGNA**

*Rivolto a 6 operatori stranieri*

*Programma:* visita di Castel del Rio (Palazzo Alidosi), visita con degustazione caseificio Bordona, pranzo Agriturismo Cà Monti (Tema enogastronomia)

*In collaborazione con Club di Prodotto Città d'Arte e APT Servizi - Prog. Strade dei vini*

**4/6 maggio 2007      AIR ONE**

*Rivolto a 10 agenti di viaggio siciliani*

*Programma:* visita di Imola, Dozza, Enoteca regionale con degustazione, Castel S. Pietro T., pranzo presso il Golf Club Le Fonti, Villaggio della Salute, Castel Guelfo Outlet City, cena e pernottamento presso l'Hotel Molino Rosso

*In collaborazione con Air One, Destination Bologna e Castel Guelfo Outlet City*

**21 ottobre 2007      PROGETTO CONGRESSUALE**

*Rivolto a 19 operatori congressuali italiani*

*Programma:* visita di Dozza, Enoteca regionale e Rocca Sforzesca, visita dell'Autodromo con giro di pista in auto d'epoca, pranzo presso l'Hotel Molino Rosso

*In collaborazione con: Bologna Congressi ed Unione Città d'Arte Cultura ed Affari*

**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 nel corso del 2007.

Per quanto concerne questa voce, le principali attività svolte sono così riassunte:

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

**Febbraio 2007      RETE 7**

Assistenza riprese televisive Rete 7 per Carnevale Fantaveicoli

**Febbraio 2007      PROGETTO “LE VIE DELLA CERAMICA”**

*Rivolto a 1 giornalista inglese*

*Programma:* visita di Dozza, dell’Enoteca regionale con degustazione, visita della Rocca e della Coop. Ceramica di Imola

*In collaborazione con Provincia di Bologna*

**Marzo 2007      PROGETTO “LE VIE DELLA CERAMICA”**

*Rivolto a 1 giornalista canadese*

*Programma:* visita di Imola e della Coop. Ceramica, pranzo all’Osteria Vicolo Nuovo, visita di Dozza, dell’Enoteca regionale con degustazione

*In collaborazione con Provincia di Bologna*

**Maggio 2007      PROGETTO “TERRA DI MOTORI”**

*Rivolto a 18 giornalisti stranieri*

*Programma:* visita Museo Ducati, visita di Dozza, dell’Enoteca regionale con degustazione, visita all’Autodromo, pranzo presso Hostaria 900

*In collaborazione con MotorSite*

**Giugno 2007      PROGETTO “UN MARE DI SAPORI-NOTTE ROSA”**

*Rivolto a 8 giornalisti tedeschi*

*Programma:* visita di Dozza, dell’Enoteca regionale, pranzi presso Osteria Vicolo Nuovo e Agriturismo Cà Monti, dimostrazione di cucina presso Agriturismo Cà Monti

**Settembre 2007      EVENTO MURO DIPINTO**

*Rivolto al fotoreporter Bruno Zanzottera*

*Programma:* Organizzazione percorso, preparazioni materiali e accompagnamento a Bruno Zanzottera (free-lance – Panorama Travel, Tuttoturismo, Itinerari e luoghi, In Viaggio ecc...) per temi vari: motori e gastronomia ed eventi (Crame, Muro Dipinto, Barbarossa, Valle del Santerno)

### **Settembre 2007**

Robert Scott (free lance – USA). Organizzazione percorso, preparazioni materiali e accompagnamento (Imola, Muro dipinto, aziende vitivinicole, Enoteca regionale).

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

con singoli giornalisti e/o redazioni (con invio materiali specifici). Di seguito i più significativi: Rai 2 Sereno Variabile, Viaggi di Repubblica, Tg2 Eat Parade, Plein Air, Itinerari e Luoghi, Viaggi e sapori, Mototurismo, Capita al Vino, Sabato sera, Sette sere, Il Resto del Carlino, Sole 24ore Centronord, Turit-Turismo all'aria aperta, Il Corriere di Romagna, Ansa Turismo, Itinerari Gustosi - Terre del Vino, Radio 2 Rai, Isoradio, Intimità.

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

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

Rizomedia è stato coadiuvata nella redazione e nell'impaginazione della newsletter *STAINforma* da Stefano Calamelli.

## **E. Marketing Diretto**

**Data base, mailing, recall telefonici e distribuzioni capillari**

Sono state costantemente effettuate delle spedizioni del materiale promo-commerciale accompagnato da DVD 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 di varie province (circa 10), in particolare di Bologna, Aeroporto di Bologna 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 **maggio del 2007** si è provveduto ad effettuare 30 spedizioni tramite corriere di Folder Eventi per un totale di circa 10.000 pezzi ai punti più strategici per la divulgazione di materiale turistico, quali uffici informativi, hotel, stazioni, aeroporti, centri congressi.

Nel **febbraio e luglio del 2007** sono state inviate proposte diversificate ad un ampio database di associazioni e scuole. Nello specifico sono state proposte gite scolastiche incentrate su natura, arte e tecnologia a numerosi istituti italiani. A Cral ed Associazioni sono state invece spedite proposte di soggiorni termali, culturali ed enogastronomici, come ad esempio in occasione della Sagra del marrone di Castel del Rio e del Bacchanale di Imola.

È stato ampliato e aggiornato il *data base* degli operatori turistici creato da S.T.A.I.

L'attività di aggiornamento del *data base* è stata affidata al collaboratore Stefano Benericetti.

Per le distribuzioni capillari dei materiali informativi realizzati è stato assegnato l'incarico a Stefano Calamelli

Periodicamente e nei periodi precedenti i maggiori appuntamenti sul territorio (Muro Dipinto, Settembre Castellano, Crame) sono stati distribuiti i materiali prodotti presso: soci S.T.A.I. 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 (di seguito riportate), 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 2007, S.T.A.I., come nelle ultime edizioni, ha partecipato a tale fiera in collaborazione con "MotorSite la Terra dei Motori" società partecipata da S.T.A.I. al 50%.(stand di mq. 48,0).

Si riassume di seguito l'elenco delle fiere di settore a cui si è partecipato anche in collaborazione con APT e MotorSite:

<b>Data</b>	<b>Fiera</b>	<b>Luogo</b>
22-24 marzo 2007	GLOBE	Roma
22-25 febbraio 2007	BIT	Milano
12-13 ottobre 2007	TTI	Rimini
8-9 novembre 2007	BTC	Roma

### **Workshop e manifestazioni**

Si è 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.

Inoltre si è partecipato a numerose manifestazioni in collaborazione con APT e Unioni di Prodotto.

Si riportano i workshop e le manifestazioni a cui si è partecipato nel periodo di riferimento:

<b>Data</b>	<b>Evento</b>	<b>Luogo</b>
22-25 febbraio 2007	BUY ITALY	Milano
22-23 marzo 2007	WORKSHOP ART CITIES EXCHANGE	Roma
28 aprile 2007	WORKSHOP BUY EMILIA- ROMAGNA	Bologna
16 maggio 2007	SERATA PROMOZIONALE	Perugia
26 maggio 2007	WORKSHOP 100 CITTA' D'ARTE	Ferrara
7-8 luglio 2007	MARATONA DELLE DOLOMITI MTB	Villabassa (BL)
22 luglio 2007	EVENTO TERRA DI MOTORI (PROG. PARIGI-PECHINO)	Bruxelles
13 settembre 2007	WORKSHOP MERCATO SVEDESE	Stoccolma
18 settembre 2007	SERATA PROMOZIONALE	Torino
21 settembre 2007	WORKSHOP MERCATO FRANCESE	Ferrara
26 settembre 2007	SERATA PROMOZIONALE	Ancona
29-30 settembre	GIMONDIBIKE	Iseo (BS)
3 ottobre 2007	SERATA PROMOZIONALE	Trieste
20 ottobre 2007	WORKSHOP CONGRESSUALE	Bologna

## **G. SPONSORIZZAZIONE E ORGANIZZAZIONE EVENTI**

Nel corso del 2007 STAI ha supportato sia operativamente che economicamente alcuni eventi di particolare richiamo turistico per il territorio imolese.

### **Campionati di Danza sportiva (maggio e novembre)**

Il 12-13 maggio e il 17-18 novembre 2007 STAI, in collaborazione con la Fids (Federazione Italiana Danza Sportiva) ha organizzato presso il Palasport di Imola due date delle gare di selezione del Campionato nazionale di danza sportiva, denominata selezione di danze standard e latino americane.

Alle competizioni imolesi sono state presenti in totale circa 1300 coppie di atleti da tutto il nord Italia e in occasione dell'evento Stai ha curato diversi aspetti organizzativi oltre che i servizi di l'accoglienza e l'ospitalità di atleti e pubblico.

### **Eventi Castel San Pietro**

S.T.A.I. ha contribuito allo svolgimento dei seguenti eventi svolti a Castel San Pietro Terme: Castel San Pietro in Blues (maggio 2007), Naturalmiele – Teatro che Cammina – Notte Slow (giugno 2007) Settembre Castellano (settembre 2007)

### **Imola in Musica**

Nel giugno 2007 S.T.A.I. ha contribuito allo svolgimento della manifestazione Imola in Musica.

### **Biennale del Muro Dipinto**

Nel settembre 2007 S.T.A.I. ha contribuito allo svolgimento della manifestazione Biennale Muro Dipinto.

### **Baccanale 2007**

S.T.A.I. ha contribuito allo svolgimento delle seguenti attività:

Coordinamento dell'allestimento espositivo del **Centro dei Sapori**, dei Comuni e dei produttori aderenti, realizzazione pieghevole promozionale dell'iniziativa e presidio del punto informativo nei giorni della manifestazione.

Collaborazione alla **Prova d'assaggio dei vini dell'imolese**, come servizio biglietteria e punto vendita, coordinamento pieghevole informativo.

Organizzazione educational tour per il consiglio direttivo dell'Associazione Nazionale Città del Vino e cena di gala.

## **H. PUBBLICITA'**

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

Nel corso del 2007 è stato stipulato un contratto con la G.S. Promobike, Società che cura l'immagine del campione di MTB Mirko Pirazzoli, e attraverso il quale è stato possibile promuovere gli itinerari cicloturistici del progetto Imola Bike su riviste specializzate, siti web, eventi dedicati alla MTB.

Nel settembre 2007 è stato realizzato un intervento pubblicitario in occasione della manifestazione di rilevanza nazionale "Il Muro Dipinto" di Dozza allo scopo di promuovere su tutto il materiale prodotto nel corso manifestazione le proposte turistiche di STAI

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"

## **PRODOTTI TEMATICI**

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

### **□ STAIBREAK!**

Il progetto «StaiBreak!» nasce dalla collaborazione tra STAI, **Legacoop** e **Unindustria**. Si tratta di un progetto orientato al turismo business ovvero cinque proposte dedicate a chi, per motivi di lavoro, soggiorna sul territorio imolese ed è alla ricerca di esperienze e intrattenimenti da vivere nel tempo libero, oppure nei giorni festivi.

«StaiBreak!» raccoglie iniziative in grado di soddisfare gli interessi più differenti: «Golf & wellness», «In bici tra rocche, natura e sapori», «A tutto gusto», «Dalla vigna al vino» e «In auto d'epoca nelle terre del Sangiovese» i temi delle cinque offerte, che spaziano dallo sport al benessere, fino all'enogastronomia, ai motori, alla natura e alla cultura. La durata di ciascuna proposta può essere di mezza giornata oppure di un giorno intero, con prezzi compresi tra i 68 e i 118 euro.

Il pieghevole contenente le proposte di «StaiBreak!» è stato stampato in 30.000 copie e sarà distribuito anche da Legacoop e Unindustria nelle imprese associate, mentre la Stai si occuperà di rifornire gli alberghi associati, dotando così le receptions di uno strumento utile per suggerire agli ospiti come trascorrere piacevoli momenti alla scoperta del territorio imolese, della sua tradizione enogastronomica, delle sue bellezze artistiche e paesaggistiche o delle opportunità nel campo del benessere e dello sport. La copertura tecnico commerciale è garantita da Robintur.

#### □ **PRODOTTO “TERRA DI MOTORI”**

##### ***MotorSite – La Terra dei Motori S.c.r.l.***

STAI possiede dal 2002 il 50% 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'obiettivo 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".

MotorSite è oggi l'unico Club di Prodotto regionale impegnato esclusivamente nella promo-commercializzazione dell'offerta turistica regionale del prodotto motori.

Nel corso di questi anni MotorSite ha collaborato e partecipato a tutte le iniziative specifiche promosse dalla Regione Emilia-Romagna, da APT e dalle Unioni di Prodotto legate al mondo dei motori. A testimonianza di quanto sopra, si riporta l'esempio dell'anno in corso in cui MotorSite si è distinto come unico club di prodotto presente nelle iniziative promozionali legate alla rievocazione storica della gara Parigi-Pechino.

In estrema sintesi si riportano alcune delle iniziative promozionali realizzate nel corso del 2007.

- ❑ Partecipazione alla fiera CMT di Stoccarda
- ❑ Partecipazione alla fiera BIT di Milano con un proprio stand
- ❑ Partecipazione alla fiera CBR di Monaco
- ❑ Partecipazione alla fiera ITB di Berlino
- ❑ Partecipazione alla fiera GLOBE di Roma
- ❑ Workshop Buy Emilia Romagna
- ❑ Eductour per operatori stranieri in occasione del Buy Emilia Romagna
- ❑ Modena Terra dei Motori

- ❑ Collaborazione Comune e Provincia di Modena, Provincia di Bologna,Unione di Prodotto Città d'Arte per la realizzazione di un educ-tour per la stampa estera
- ❑ Art City Exchange di Ferrara
- ❑ Partecipazione alla fiera RDA di Colonia
- ❑ Partecipazione in collaborazione con APT alle serate di Bruxelles e Berlino in occasione della rievocazione della gara storica Parigi-Pechino
- ❑ Partecipazione con stand proprio alla manifestazione Mostra Scambio 2007 di Imola
- ❑ Nel mese di ottobre si è partecipato con proprio stand alla manifestazione fieristica TTI di Rimini

### ***Info Point “Terra di Motori”***

L'Info Point Terra di Motori di Imola è stato inaugurato, come da progetto, in occasione del Gran Premio di Formula Uno di San Marino 2006.

Il progetto è stato realizzato da S.T.A.I. (Società Turismo Area Imolese) e Nuovo Circondario imolese con la collaborazione del Comune di Imola e Sagis (Società che gestiva l'impianto).

Nella prima fase progettuale l'obbiettivo è stato raggiunto coinvolgendo operativamente e finanziariamente più soggetti, in particolare quelli pubblici e privati operanti sul territorio. In tal senso la collaborazione stretta con Nuovo Circondario Imolese, Comune di Imola e gestore dell'impianto può essere considerata la piena e soddisfacente realizzazione della prima fase.

L'ufficio è stato allestito all'interno della biglietteria situata in Piazzale Leonardo da Vinci, luogo di importanza strategica in quanto la quasi totalità del pubblico che si reca all'interno dell'Autodromo transita per questo punto.

In un secondo momento invece l'obiettivo è stato rendere operativo l'Info Point coerentemente con quanto previsto dal progetto.

Contestualmente all'attività dell'Info Point , STAI ha collaborato come da progetto all'invio di informazioni periodiche al Comune di Maranello (soggetto capofila per quanto concerne la Newsletter "Terra di Motori") delegando tale attività ad un proprio incaricato interno.

Nel corso del 2007, con l'Autodromo chiuso per lavori e quindi in assenza di eventi motoristici, la Ns. attività si è concentrata sull'utilizzo "spot" dell'ufficio per azioni rivolte principalmente a T.O., giornalisti e gruppi di turisti in visita nel Ns. territorio.

Il progetto si è concluso ed è stato rendicontato entro il 31.12.2007.

## **GESTIONE PROGETTI SPECIALI**

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

Facendo seguito al rapporto di collaborazione 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 2007.

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;

#### □ **Castel Guelfo Outlet Outlet City**

Da maggio 2007 l'ufficio STAI presso il Castel Guelfo Outlet è stato trasferito al piano terra utilizzando lo spazio antistante gli uffici direzionali. I risultati sono stati immediati per quanto concerne l'afflusso dei visitatori e la richiesta di materiale e informazioni sul territorio.

In sintesi di seguito le principali attività di marketing svolte in collaborazione con il Castel Guelfo Outlet City e aventi come obiettivo promuovere il territorio imolese e il tema dello shopping considerato esso stesso un importante fattore di sviluppo turistico dell'area imolese:

#### □ **Eventi promozionali:**

- Esposizione delle sculture in ferro di Maurizio Bettini sul tema della Formula 1 autografate dai più famosi piloti
- Evento di danza sportiva organizzato il 6 maggio presso l'Outlet dove si sono esibiti i ballerini della scuola "Gabusi" di Bologna. In repertorio danze standard e latino-americane.
- 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 alcune degustazioni (Tenuta Manarese, Fondo Ca' Vecia, Azienda Cesari) della durata di 1 giorno ciascuna

(sabato e domenica), in giorni e orari coincidenti con il maggior afflusso di visitatori (periodi di saldi e festività).

Alla progettazione e alla organizzazione di tali eventi ha atteso la collaboratrice Catia Griguoli

□ **Iniziativa Mirabilandia**

E' stato avviata una collaborazione con il parco di Mirabilandia.

E' stata fatta la veicolazione di circa 15.000 leaflet STAI e Castel Guelfo Outlet City individuando all'interno del parco punti strategici idonei alla distribuzione

Nell'ottica del co-marketing, Mirabilandia ha poi organizzato presso il Castel Guelfo Outlet City punti d'incontro/esibizione con propria animazione e veicolazione tramite espositori di materiale promozionale.

Il coordinamento di tale attività e 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 S.T.A.I. e del territorio imolese in generale.

□ 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 S.T.A.I. e Castel Guelfo Outlet nel materiale promozionale delle manifestazioni *Imola in musica 2007*, *Castel San Pietro in Blues 2007*, *Biennale Muro Dipinto 2007*, *Baccanale 2007*

□ Progettazione e implementazione di proposte turistiche rivolte ai visitatori dell'Outlet e/o territorio circostante.

- **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 2007 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 2007, 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 del circondario imolese (per un totale di circa 2700 posti letto censiti), anche al fine di individuare le necessità e le priorità del settore nel territorio .

- b) **Comunicazione prezzi attività ricettive**

STAI ha curato nel corso del 2007 la ricezione delle schede mediante le quali le attività turistiche ricettive alberghiere ed extra-alberghiere comunicano le proprie tariffe;

## **CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE E STATUTO STAI**

Nel corso del 2007 si sono raggiunti due importanti obiettivi per quanto concerne l'aspetto amministrativo e statutario della STAI.

## ***Nuovo Statuto sociale***

Il primo obiettivo raggiunto è stato sicuramente l'approvazione del nuovo Statuto sociale (Assemblea dei Soci del 2 maggio 2007).

A seguito del D.Lgs. 17/1/2003 n. 6 ("Riforma organica della disciplina delle società di capitali e delle società cooperative") sono state apportate alcune modifiche allo Statuto sociale che riassumiamo in particolare per quanto concerne gli adeguamenti obbligatori:

- ❑ la disciplina del recesso e del corrispondente obbligo di rimborso, in conformità all'art. 2473 c.c. (artt. 9 e 12);
- ❑ l'eliminazione della distinzione tra Assemblea Ordinaria e Straordinaria (art 15);
- ❑ l'attribuzione alla deliberazione assembleare, oltre che delle competenze riservate dall'art 2479 c.c. (art. 15.3) , anche delle materie che ciascun amministratore o i soci che rappresentano 1/3 del capitale sociale, richiedano di affidare alla decisione dei soci stessi (art 15.1);
- ❑ la composizione dell'Assemblea totalitaria nel rispetto delle nuove disposizioni di cui all'art. 2479 bis, 5 co. c.c. (art. 16.6);
- ❑ la sostituzione degli originari termini espressi in mesi, con termini espressi in giorni per la convocazione dell'Assemblea, in attuazione dell'art. 2364 c.c., (art. 17.3);
- ❑ la durata dell'incarico del Consiglio di Amministrazione riferita ad esercizi sociali, anziché ad anni, con scadenza alla data dell'Assemblea convocata per l'approvazione del bilancio relativo all'ultimo esercizio della sua carica (art. 22.1);
- ❑ le materie che non possono essere delegate agli amministratori e al Comitato Esecutivo (art 22.2);

- la disciplina del diritto di controllo riconosciuto in capo a ciascun socio che non partecipa all'amministrazione, in conformità all'art 2476, 2 comma, c.c. (art 26);
- la disciplina della liquidazione della società e della revoca della stessa, di cui agli artt. 2487 e 2487 ter c.c. (artt. 29 e 30);

Oltre che dall'Assemblea dei Soci, detto Statuto è stato preventivamente approvato dai Comuni soci STAI e dalla Provincia di Bologna

### ***Nomina nuovi Amministratori***

A seguito dell'entrata in vigore del Decreto Legge n. 115/2005 sono venute meno le cause di incompatibilità (ex D. Lgs n. 267/2000) tra incarico di Amministratore di società partecipata da Ente Pubblico e Amministratore dell'Ente Pubblico socio; si è quindi proceduto al reintegro di Amministratori indicati dai Soci pubblici nel Consiglio di Amministrazione della S.T.A.I.

La presenza degli Amministratori dei Soci pubblici (Sindaci e Assessori) all'interno del CdA era auspicabile nonchè obiettivo primario anche per rinsaldare quel rapporto tra enti pubblici e operatori privati che sta alla base dell'attività della STAI.

In occasione dell'Assemblea del 27 giugno 2007 è stato quindi deliberato

- di stabilire in 10 (dieci) il numero dei componenti il Consiglio di Amministrazione; (a differenza degli 11 precedenti in quanto il Comune di Castel San Pietro non ha indicato il Consigliere nei tempi dovuti – nomina giunta poi l'8 novembre 2007)
- di riconfermare amministratori fino alla data di approvazione del bilancio che si chiuderà il 31/12/2007, gli attuali amministratori signori Gianfranco Montanari, Franco Tonelli, Marco Gasparri, Enzo Scardovi, Massimo Landi e Giovanni Guerrini;

□ di nominare amministratori ad integrazione del Consiglio di Amministrazione, fino alla data di approvazione del bilancio che si chiuderà il 31/12/2007, i signori:

- BORGHI ANTONIO - Sindaco di Dozza
- GALAVOTTI VALTER – Assessore Cultura di Imola
- CAVINI SALVATORE – Sindaco di Castel del Rio
- SAMOGGIA LUIGI – Assessore Cultura di Medicina

In occasione poi del CdA del 8 novembre 2007 il Sindaco Borghi è stato nominato Vicepresidente della STAI.

## **ORGANIGRAMMA STAI**

L'attuale struttura organizzativa della STAI è composta dalle seguenti figure professionali:

Direttore (Dott. Gian Luca Brasini)

Resp. Marketing (Dott.ssa Elisa Mazzini)

Resp. Amm. e progetti speciali (Dott.ssa Silvia Sassu)

Web master (Stefano Calamelli)

Operatrice info point C.G. Outlet (Stefania Tabellini)

Addetto stampa (Max Calvi – Rizomedia)

## **TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI**

Nella relazione sulla gestione del precedente esercizio Vi avevamo dato notizia sulla redazione del Documento Programmatico sulla Sicurezza ai sensi del D.Lgs. 196/2003 e a tale riguardo precisiamo che nello scorso esercizio non si sono verificate situazioni che abbiano comportato la necessità di modificare e/o integrare tale documento.

## **SOCI**

Nel corso del 2007 sono stati iscritti nel libro dei soci quattro nuovi soci.

## **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 controllanti in quanto non sussistono.

L'esercizio 2007 si chiude con un utile di € 2.160,41 che proponiamo di portare a diminuzione delle perdite degli esercizi precedenti.

Imola, 10 aprile 2008

Il Presidente

del Consiglio di Amministrazione