

**“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**

*Gentili Soci,*

con il presente documento si illustra l'attività svolta dalla STAI Srl nel periodo 1.1.2008-31.12.2008.

Passando ad analizzare il contesto attuale nel settore turistico, l'anno 2008 ha confermato gli elementi di incertezza che si erano profilati nel corso del 2007 in riferimento in particolare all'attività dell'Autodromo di Imola. L'analisi dei flussi turistici del 2008 sembra fornire elementi positivi ad una prima lettura (+4,74% nelle presenze rispetto al 2007); tuttavia questo dato non deve trarre in inganno in quanto l'analisi vera va eseguita sui bilanci degli operatori turistici che hanno registrato nel corso dell'anno passato un forte calo nell'ordine del 30%; ciò è stato causato da due particolari fattori che si possono riassumere nelle difficoltà nella ripresa dell'attività dell'autodromo e nel calo del turismo "business". Nello specifico, quest'ultimo segmento ha scontato recentemente la forte concorrenza dell'area bolognese per quanto concerne le presenze fieristiche, oltreché un calo congiunturale dell'indotto delle aziende locali; resta comunque il fatto importante che in un'annata dove sono venuti a mancare i flussi turistici legati all'autodromo, STAI in collaborazione con i propri Soci ha creato i presupposti per un risultato positivo in termini di presenze.

Il 2008 ha visto comunque come nota positiva il concretizzarsi dell'impegno che il Comune di Imola si era preso nel corso del 2007, ovvero la riapertura dell'Autodromo di Imola nei tempi previsti. STAI ha collaborato pienamente con Formula Imola Spa alla pianificazione e alla realizzazione di numerose attività tra cui la principale è stata sicuramente la festa di inaugurazione dell'impianto il 3-4 maggio 2008, dove STAI e Strada dei Vini e dei Sapori hanno curato tutta la

parte dedicata alla ristorazione (coinvolgendo le principali sagre della Vallata del Santerno), all'animazione enogastronomica e alle info per gli oltre 15.000 partecipanti dei due giorni.

Altra fondamentale iniziativa presentata da STAI nel corso del 2008 in collaborazione con il Comune di Imola e il Nuovo Circondario imolese, è un progetto volto alla realizzazione all'interno dell'Autodromo di Imola di uno spazio museale dalla forte connotazione turistica e dedicato ai motori. Il progetto presentato all'interno del Programma Operativo Regionale (POR), FESR Emilia Romagna 2007-2013 dal titolo "Imola, cuore della Terra dei Motori" prevede la realizzazione dell'opera entro il 2010.

Per quanto concerne l'attività di STAI posso affermare con soddisfazione che anche per il 2008 non sono state aumentate le quote sociali grazie anche al reperimento di fondi attraverso importanti accordi promo-commerciali che hanno permesso di diversificare le fonti di finanziamento. Attualmente le quote dei Soci incidono solamente per il 30% sul totale delle entrate (18% dai soci pubblici 12% dai soci privati).

Il 2008 appena passato, per tutti noi operatori turistici un anno molto particolare, ha contribuito a dare maggiore attenzione e sviluppo ai nuovi "turismi", faccio riferimento al sistema termale e golfistico di Castel San Pietro Terme "Città Slow", al turismo plein air delle Valli Santerno, Sillaro e Sellustra, all'attività della Strada dei Vini e dei Sapori, all'eccellenza della nostra ristorazione e dell'enoteca regionale, al turismo culturale di Dozza Città d'Arte, agli eventi di Medicina e dei Comuni di pianura, agli eventi culturali di Imola come "Imola in Musica" e "Baccanale".

Questo ha fatto sì che delle quasi 250.000 presenze di turisti nel Circondario nel corso del 2008 una buona percentuale provenisse da turismi alternativi rispetto al consueto "zoccolo duro" rappresentato dal turismo d'affari (che ancora copre oltre il 70% del totale delle presenze).

Abbiamo potuto toccare con mano la possibilità che vi siano mercati alternativi, li stiamo percorrendo e sviluppando, ma siamo sicuri che il nostro vero volano di sviluppo economico sia l'autodromo, in quanto è una eccellenza di livello internazionale nata e sviluppata insieme al nostro territorio.

Da queste basi per il 2008 è stato realizzato un piano promozionale che ha coinvolto tutto il Circondario imolese e che è stato supportato dal progetto approvato dalla Regione (*STAI 2008*) nel contesto della Legge 7/98

Sono stati reperiti fondi per lo sviluppo di prodotti specifici quali il Cicloturismo, Golf & Wellness, 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 2008 ed è il quinto esercizio consecutivo che STAI chiude con un utile, garantendo in tal modo un futuro più solido alla Società.

Prima di passare alla trattazione dei risultati ottenuti nel corso del 2008, mi preme ricordarVi l'urgenza di alcune "riforme" nel settore della promozione turistica nel Ns. territorio e in particolare la necessità di creare un soggetto forte che veda al proprio interno una gestione organica e razionale delle risorse dedicate a questo settore. Mi riferisco in particolare al progetto di fusione della STAI con la Strada dei Vini e dei Sapori e la gestione della stessa STAI degli uffici IAT di Imola e Castel San Pietro Terme.

Ringrazio tutti componenti del consiglio di amministrazione di STAI per avermi rinnovato la fiducia anche per il prossimo mandato durante il quale mi impegnerò con loro nella difficile sfida di rendere il territorio imolese sempre più appetibile in chiave turistica.

Un sentito ringraziamento infine va anche alla Fondazione Cassa di Risparmio di Imola e al Nuovo Circondario imolese per la sensibilità dimostrata verso il settore del turismo.

## **ATTIVITA' PROMOZIONALE**

Nel **2008**, 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 2008 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***

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 2008***

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 2008.

Tale folder è stato stampato in 26.000 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 2008 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.

- **Bank Images**

E' stata realizzata con immagini riguardanti il territorio imolese. La creazione di una Bank images è indispensabile per la realizzazione degli strumenti promocommerciali, 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):

#### **Febbraio 2008 OPERATORI SCANDINAVI**

*Rivolto a 5 agenzie e tour operator scandinavi*

*Programma: Visita borgo, Enoteca con degustazione, corso cucina Monte del Re, pranzo*

*In collaborazione con APT Servizi*

#### **Aprile 2008 IN OCCASIONE DEL BUY EMILIA-ROMAGNA**

*Rivolto a 10 operatori stranieri tema Motori*

*Programma: Visita autodromo con auto epoca, cantina Monticino Rosso con degustazione, cena presso il ristorante La Scuderia*

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

#### **Aprile 2008 IN OCCASIONE DEL BUY EMILIA-ROMAGNA**

*Rivolto a 10 operatori stranieri tema enogastronomia*

*Programma: Visita Enoteca con degustazione, cena e dimostrazione cucina presso Monte del Re, degustazione presso Cantina Cesari*

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

#### **Settembre 2008 OPERATORI INGLESII**

*Rivolto a 2 operatori stranieri tema ciclismo*

*Programma: Tour in bici con accompagnamento guide, visita autodromo , Enoteca con degustazione, , cena Scuderia, visita Medicina e Festa Barbarossa*

*In collaborazione con Mauro Bernesi*

#### **Ottobre 2008 IN OCCASIONE DEL TTI RIMINI**

*Rivolto a 13 operatori stranieri tema Golf e Terme*

*Programma:* Visita golf club, trattamenti benessere c/o terme, visita Imola e autodromo con auto epoca, pranzo Cesari, visita Dozza, degustazione in enoteca e visita Castel Guelfo Outlet

*In collaborazione con* TTG Italia e operatori di Castel San Pietro

**Novembre 2008                      OPERATORI TEDESCHI**

*Rivolto a* 13 operatori stranieri

*Programma:* Visita golf club, trattamenti benessere c/o terme, visita Imola e autodromo, degustazione Cesari, visita Castel Guelfo Outlet, cena Osteria Palazzina

*In collaborazione con* Trenitalia e operatori di Castel San Pietro

#### **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 2008.

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):

**Gennaio 2008                      FREE LANCE**

*Rivolto a* 1 fotoreporter e giornalista free-lance inglese John Heseltine

*Programma:* visita caseificio Bordona, Imola, pranzo Osteria Vicolo Nuovo, Dozza e Azienda Assirelli con degustazione

*In collaborazione con* Unione Città d'Arte, Cultura e Affari

**Febbraio 2008                      GIORNALISTA INGLESE**

*Rivolto a* 1 giornalista inglese Kieran Falconer del Daily Express di Londra

*Programma:* Visita Dozza, Enoteca e Azienda Cesari

*In collaborazione con* Provincia di Bologna

**Marzo 2008                      GOLF**

*Rivolto a* 1 giornalista austriaco Markus J. Scheck di Golf Week

*Programma:* Visita Dozza, Enoteca, Rocca, cena Cà Monti e pernottamento Monte del Re

*In collaborazione con* APT Servizi

**Aprile 2008                    STAMPA U.S.A.**

*Rivolto a* gruppo di giornalisti americani

*Programma:* Visita Rocca di Dozza con aperitivo e cena in Enoteca

*In collaborazione con* APT Servizi

**Aprile 2008                    STAMPA TEDESCA PER “TERRA DI MOTORI”**

*Rivolto a* 13 giornalisti stranieri

*Programma:* visita Museo Ducati, visita di Dozza, dell'Enoteca regionale con degustazione, visita all'Autodromo

*In collaborazione con* MotorSite, Provincia e Comune di Modena, Provincia di Bologna

**Maggio 2008                    FREE LANCE**

*Rivolto a* 1 giornalista free lance inglese, Roger Saint Pierre

*Programma:* Visita Dozza, Enoteca e Azienda Cà Lunga

*In collaborazione con* Unione Città d'Arte, Cultura e Affari

**Giugno 2008                    FREE LANCE**

*Rivolto a* 1 giornalista free lance inglese, Nick Haslam

*Programma:* Visita Dozza, Enoteca e Fattoria del Monticino Rosso

*In collaborazione con* Provincia di Bologna

**Settembre 2008                GIORNALISTA FOTOREPORTER**

*Rivolto a* 1 giornalista fotoreporter americano, Robert Scott

*Programma:* Visita Castel del Rio, Palazzo Alidosi, Caseificio Bordona con degustazione e cena Osteria Vicolo Nuovo

□ **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.

- Invio di **Comunicati stampa**
- 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 **marzo del 2008** si è provveduto ad effettuare 40 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 IAT, hotel, stazioni, aeroporti, centri congressi.

Nel **maggio del 2008** 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.

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

Periodicamente e nei periodi precedenti i maggiori appuntamenti del territorio, 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.

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>
22-23 febbraio 2008	BIT	Milano
24-26 ottobre 2008	TTI	Rimini
6-7 novembre 2008	MADI TRAVEL MARKET	Praga
5-14 dicembre 2008	MOTORSHOW	Bologna

## 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>
22-23 febbraio 2008	BUY ITALY	Milano
30 aprile 2008	WORKSHOP BUY EMILIA-ROMAGNA	Bologna
24 maggio 2008	WORKSHOP 100 CITTA' D'ARTE	Ravenna
26 Settembre 2008	WORKSHOP MERCATO FRANCESE	Parma
30 settembre 2008	SERATA PROMOZIONALE APT	Firenze
6 ottobre 2008	SERATA PROMOZIONALE APT	Venezia
16-17 ottobre 2008	BORSA DEL TURISMO SPORTIVO	Montecatini
6-7 novembre	BORSA DEL TURISMO CONGRESSUALE	Roma

## G. SPONSORIZZAZIONE E ORGANIZZAZIONE EVENTI

Nel corso del 2008 STAI ha supportato sia operativamente che economicamente alcuni eventi di particolare richiamo turistico per il territorio imolese.

### Eventi Castel San Pietro 2008

S.T.A.I. ha contribuito allo svolgimento dei seguenti eventi svolti a Castel San Pietro Terme: Castel San Pietro in Blues (maggio 2008), Naturalmiele – Teatro che Cammina – Notte Slow (giugno 2008)

In occasione di questa manifestazione, per quattro fine settimana consecutivi, STAI ha partecipato con un proprio stand distribuendo il materiale promozionale ed offrendo degustazioni di prodotti tipici locali.

### **Imola in Musica 2008**

Nel giugno 2008 S.T.A.I. ha contribuito allo svolgimento della manifestazione Imola in Musica attraverso anche il supporto economico del Castel Guelfo Outlet.

### **Inaugurazione Autodromo di Imola, 3-4 maggio 2008**

Nell'ambito della due giorni inaugurale del rinnovato autodromo di Imola, STAI e Strada dei Vini e dei Sapori, su incarico di Mis Mas, la società milanese specializzata nella produzione di grandi eventi, partecipata da Norman 95 Spa, hanno curato diverse aree di intrattenimento.

Due di queste quattro aree sono state dedicate alle specialità delle sagre della Valle del Santerno mentre una terza alle degustazioni dei vini Colli d'Imola. Una quarta area, infine, si componeva di un'area «beverage», per tutti i gusti: con bibite e birra, ma anche con vino sfuso.

Le sagre sono state disposte nelle aree Food 1 e 2, situate nella zona paddock antistante il corpo box numero 1. Qui, con la collaborazione dei promotori dei principali eventi che si svolgono nei Comuni di Casalfiumanese, Borgo Tossignano, Fontanelice sono stati serviti piatti di garganelli, maccheroni e polenta, piadina fritta e ravioli. Naturalmente non è mancata la piadina al testo.

### **Baccanale 2008**

Nel novembre 2008 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.

## **H. PUBBLICITA'**

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

Nel corso del 2008 è stato rinnovato il 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 giugno 2008 è stata acquistata una pagina pubblicitaria sulla rivista Mission dedicata ai viaggi d'affari. Il soggetto scelto STAI Break!.

## **PRODOTTI TEMATICI**

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

### **□ PRODOTTO "TERRA DI MOTORI"**

Sul prodotto "Motori", STAI nel corso del 2008 ha operato in una duplice direzione nell'ottica di implementare questo importantissimo settore di sviluppo turistico ed economico.

Da una lato si è operato sulla componente *software* ovvero sugli aspetti prettamente promozionali e di supporto al prodotto attraverso le azioni di MotorSite La Terra dei Motori; dall'altro si è lavorato sulla componente *hardware* grazie alla presentazione del progetto "Cultura, parchi e castelli in pista"

Riassumiamo:

### **□ Proseguimento dell'attività della Società MotorSite La Terra dei Motori Srl**

Per quanto concerne l'attività dedicata a MotorSite La Terra dei Motori, si rimanda al progetto già approvato dalla Regione Emilia-Romagna con determina n. 00161614 del 20.02.2008. Sia il CdA STAI del 08.11.2007 che l'assemblea STAI del 22.05.2008 hanno confermato all'unanimità la necessità per il territorio imolese di proseguire il progetto MotorSite e a tal fine è stato conferito il mandato al Presidente Montanari di reperire le risorse economiche necessarie.

□ **Collaborazione per la realizzazione di un Museo/Centro Visite in Autodromo dedicato alla tradizione motoristica del Ns. territorio**

Sul fronte della componente *hardware* del prodotto turistico, dove vi è una forte necessità a livello locale di implementare nuove iniziative, STAI ha avviato dal 2008 in collaborazione con il Comune di Imola e il Nuovo Circondario Imolese, un progetto volto alla **realizzazione all'interno dell'Autodromo di Imola di uno spazio museale** dalla forte connotazione turistica. Il progetto presentato all'interno del Programma Operativo Regionale (POR), FESR Emilia Romagna 2007-2013 dal titolo "Imola, Cuore della Terra dei Motori" prevederà due fasi. Nella fase di start-up l'obiettivo sarà quello di valorizzare la storia e la tradizione motoristica locale attraverso la creazione di un spazio che divenga punto di riferimento per la condivisione del patrimonio documentale relativo alle vicende che hanno fatto la storia dell'Autodromo di Imola e, più in generale, della Terra dei Motori; in una seconda fase si prevede il coinvolgimento di enti, istituzioni e soggetti privati aderenti al progetto regionale "Motor Valley – La Terra dei Motori" (ex L. 135/2001) nell'ottica di allestire nello spazio realizzato un vero e proprio museo che possa valorizzare in chiave turistica l'intero territorio.

Lo spazio allestito infatti assolverà anche alla funzione di Centro visite, ossia punto di comunicazione e promozione delle eccellenze culturali dei 10 Comuni del Circondario Imolese.

Con lettera inviata al Comune di Imola (all'attenzione dell'Assessore Montroni) in data 10.06.2008 è stato richiesto al Comune stesso di conferire a STAI un incarico formale per la gestione dei diversi aspetti progettuali dell'iniziativa.

□ **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.

## **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 2008.

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;

A fronte di quanto sopra la Strada dei Vini e dei Sapori corrisponderà a STAI per l'anno 2008 l'importo complessivo di Euro 24.000,00 Iva compresa

#### □ **Castel Guelfo Outlet**

Si è dato seguito anche per il 2008 alle iniziative di co-marketing intraprese dal 2004 in collaborazione con il Castel Guelfo Outlet, aventi come obiettivo promuovere il territorio imolese e il tema dello shopping. Dalla fine del 2009, con la Fase 2, il Castel Guelfo Outlet raddoppierà e passerà dagli attuali 11.500 mq a più di 22.000 mq, arrivando ad ospitare più di 100 negozi e facendone il primo shopping center in regione. Il numero di visitatori annui previsti passerà dagli attuali 1,5 milioni a circa 2,5 milioni. In un'ottica di sviluppo turistico STAI gestirà, grazie alle azioni promozionali dedicate ai Comuni soci e attraverso la gestione di un Info Point posizionato all'interno del Centro, un consistente numero di visitatori/turisti a cui saranno veicolate proposte mirate (enogastronomia, terra di motori, eventi culturali)

In particolare nel corso del 2008 si è ancor più rinsaldato il rapporto tra STAI e i Comuni del Circondario imolese grazie anche ai numerosi eventi promozionali dedicati al territorio in collaborazione con in Comuni stessi e che andiamo ad elencare:

<b>EVENTI SVOLTI NEL 2008 PRESSO IL CASTEL GUELFO OUTLET</b>			
<b>DATA</b>	<b>EVENTO STAI</b>	<b>DESCRIZIONE</b>	<b>COMUNE COINVOLTO</b>
Domenica 20-gen	Le Terme all'Outlet	In collaborazione con il centro termale di Castel San Pietro Terme.	CASTEL SAN PIETRO TERME
Sabato 1-mar	Aperitivo con i Sindaci	Presentazione folder eventi Stai + Fase 2 CGO con tutti i sindaci dei comuni del circondario imolese.	COMUNI DEL CIRCONDARIO
Lunedì 24-mar	Il Golf all'Outlet	2 campi pratica in collaborazione con il Golf Club Il Grifone di Imola	CASTEL SAN PIETRO TERME
Domenica 13-apr	Festa dei Fiori	Anteprima della Festa dei Fiori di Castel del Rio con isole floreali lungo la street	CASTEL DEL RIO

Venerdì e Sabato 25&26-apr	Festa del Vino all'Outlet	2 giornate dedicate all'anteprima della Festa del Vino di Dozza con punti d'assaggio lungo la street	DOZZA
Domenica 25-mag	Castel San Pietro in Blues	Anteprima manifestazioni CSPT con 1 trio blues e degustazione di vino Sangiovese.	CASTEL SAN PIETRO TERME
Domenica 1-giu	Il Teatro che cammina	Il Teatro che Cammina con animazioni lungo la street di gruppi itineranti	CASTEL SAN PIETRO TERME
Lunedì 2-giu	L'Outlet in musica	Anteprima manifestazioni Imola in Musica, 4 ore di musica con 3 gruppi acustici locali in una o + postazioni lungo la street / musica soft di sottofondo	IMOLA
Domenica 22-giu	Anteprima Festa della Ciambella di Castel Guelfo	Assaggi di ciambella e distribuzione di depliant come anteprima della Festa	CASTEL GUELFO
Domenica 6-lug	Muro Dipinto	Realizzazione di murales con 2 artisti lungo la street e stand promozionale del Comune di Dozza	DOZZA
Domenica 31-ago	Anteprima Settembre Castellano	Anteprima 57° Sagra della Braciola e della Carrera	CASTEL SAN PIETRO TERME
Domenica 14-sett	Il Barbarossa all'Outlet!	Anteprima festa del Barbarossa di Medicina, rievocazione storica con sfilata, mangiafuoco e intrattenimenti	MEDICINA

Sono inoltre state realizzate le seguenti azioni:

- ❑ **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.
- ❑ **Pubblicità** tramite inserimento del logo S.T.A.I. e Castel Guelfo Outlet nel materiale promozionale delle manifestazioni *Imola in musica*, *Castel San Pietro in Blues 2008*, *Baccanale 2008*

- ❑ 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 2008 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 2008, 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 2008 la ricezione delle schede mediante le quali le attività turistiche ricettive alberghiere ed extra-alberghiere comunicano le proprie tariffe.

Per completezza evidenziamo la composizione del Consiglio di Amministrazione, nonché l'organigramma della società.

## CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

In occasione dell'Assemblea del 22 maggio 2008, vista la scadenza dell'attuale organo amministrativo e preso atto che l'art. 22.1 dello Statuto sociale prevede che la società sia amministrata da un Consiglio di Amministrazione composto da un minimo di cinque ad un massimo di quindici membri, si è proceduto alla riconferma dei seguenti amministratori della società i signori:

- **MONTANARI GIANFRANCO** nato ad Imola (BO) l'8.8.1966 ed ivi residente in Via Pacinotti n. 5 - Codice fiscale MNTGFR66M08E289V;
- **GASPARRI MARCO** nato ad Imola (BO) il 31.3.1962 ed ivi residente in Via La Torre n. 19 - Codice fiscale GSPMRC62C31E289R;
- **SCARDOVI ENZO** nato a Castel San Pietro Terme (BO) il 7.3.1950 ed ivi residente in Via Scania n. 777/4 - Codice fiscale SCRnze50C07C265T;
- **TONELLI FRANCO** nato a Bologna il 19.3.1955 ed ivi residente in Via Santo Stefano n. 80 - Codice fiscale TNLFNC55C19A944H;
- **LANDI MASSIMO** nato ad Imola (BO) il 9.3.1963 ed ivi residente in Via Gherardi n. 22 - Codice fiscale LNDMSM63C09E289M;
- **BORGHI ANTONIO** nato a Bologna il 24.11.1957 e residente a Dozza (BO) in Via Circonvallazione n. 3 - Codice fiscale BRGNTN57S24A944T;
- **GALAVOTTI VALTER** nato a Imola (BO) in 22.7.1949 ed ivi residente in Via Noiret n. 14 - Codice fiscale GLVVTR49L22E289Z;
- **CAVINI SALVATORE** nato a Casola Valsenio (RA) il 24.9.1945 e residente a Castel del Rio (BO) in Viale A. Giovannini n. 3/C - Codice fiscale CVNSVT45P24B982A;
- **SAMOGGIA LUIGI** nato a Medicina (BO) il 17.4.1939 ed ivi residente in Via Elia Vannini n.

3/A - Codice fiscale SMGLGU39D17F083R;

e di nominare nuovi amministratori della società i Signori:

- **NANNETTI MARCO** nato ad Imola (BO) il 10.6.1968 ed ivi residente in Via Lasie n. 9/A -  
Codice fiscale NNNMRC68H10E289Z;
- **DAL FIUME SAURO** nato a Castel San Pietro Terme (BO) il 22.10.1959 e residente in  
Piazza Garibaldi 7 - Codice fiscale DLFSRA59R22C265Q

Successivamente, in occasione del CdA del 24 giugno 2008, è stato deliberato di riconfermare Presidente del Consiglio di Amministrazione il signor Gianfranco Montanari e Vice-Presidente il signor Antonio Borghi.

## **ORGANIGRAMMA**

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

Direttore	Gian Luca Brasini
Resp. Marketing	Elisa Mazzini
Resp. Amministrazione e progetti speciali	Sara Romeo
Web master	Stefano Calamelli
Operatrice info point C.G. Outlet	Stefania Tabellini
Operatrice info point C.G. Outlet	Claudia Cavina
Addetto stampa	Max Calvi – Rizomedia

## **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.

Come già precisato nella Nota Integrativa, trattandosi di Società Consortile a responsabilità limitata, la società 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 2008 si chiude con un utile di € 1.165,81 che proponiamo di portare a diminuzione delle perdite degli esercizi precedenti.

Imola, 21 Aprile 2009

Per il Consiglio di Amministrazione

IL PRESIDENTE