

**“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 91.981 - 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 Scrl nel periodo 1.1.2009-31.12.2009.

STAI rappresenta ad oggi circa 115 soci che operano nell’area imolese e ai quali si è cercato, in un contesto molto problematico per il turismo locale, di proporre alternative di sviluppo. Nel 2009 la Ns. attività si è concentrata quindi nel tentativo di riequilibrare parzialmente il calo generalizzato del segmento “business” in particolare per quanto concerne l’indotto della Fiera di Bologna e delle aziende locali, colpite dalla grave crisi economica. Ciò è stato possibile sviluppando e promuovendo nuovi segmenti dell’offerta soprattutto attinenti al “turismo leisure” (turismo associato, enogastronomico e Terra di Motori). Nel 2009 inoltre si sono avuti segnali incoraggianti dalla ripresa dell’attività dell’Autodromo di Imola (parzialmente chiuso nel 2008) che ha contribuito ulteriormente a rendere accettabile un’annata altrimenti molto negativa. Con queste premesse quindi, il calo del 0,57% degli arrivi (104.135 nel 2009) e del 7,07% delle presenze (227.214 nel 2009), va letto con preoccupazione ma con la consapevolezza, allo stesso tempo, che le imprese turistiche devono fare un salto di qualità per essere competitive in una situazione congiunturale così negativa.

Il 2009 ha visto comunque, come nota positiva, il concretizzarsi di alcuni accordi che permetteranno negli anni a venire una gestione più razionale delle risorse e una sempre maggiore rappresentatività di STAI.

Uno degli obiettivi primari che gli stessi Comuni Soci della STAI ci avevano indicato, ovvero una sempre maggiore integrazione tra i principali enti preposti alla promozione del territorio, è stato

sicuramente raggiunto attraverso il percorso di integrazione tra la STAI e la Strada dei Vini e dei Sapori dei Colli d'Imola che, pur rimanendo due soggetti formalmente separati, dal 2009 vengono gestiti da un'unica cabina di regia in particolare per quanto concerne le risorse economiche.

Il secondo obiettivo è stato quello di raggiungere un accordo con Formula Imola Spa in un'ottica di co-marketing e di gestione da parte di STAI di una serie di servizi legati all'indotto dell'Autodromo di Imola. Tale accordo è stato firmato in data 3 febbraio 2010 e ad oggi, con il previsto ingresso di un nuovo partner in Formula Imola e quindi una volta ripianata la situazione debitoria, vi sono i presupposti per l'inizio di una proficua collaborazione tra le due Società.

Altra fondamentale iniziativa presentata da STAI già dal 2008 in collaborazione con il Comune di Imola e il Nuovo Circondario imolese, è il progetto "Motor Valley: realizzazione spazio museale del circuito di Imola". Il progetto presentato all'interno del Programma Operativo Regionale (POR), FESR Emilia Romagna 2007-2013 è tuttora in corso e si prevede la realizzazione di quest'opera dalla forte connotazione turistica entro la fine del 2011.

Per quanto concerne l'attività di STAI posso affermare con soddisfazione che anche per il 2009 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 2009 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".

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 2009 è stato realizzato un piano promozionale che ha coinvolto tutto il Circondario imolese e che è stato supportato dal progetto approvato dalla Regione (*STAI 2009*) 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 2009 ed è il sesto esercizio consecutivo che STAI chiude con un utile, garantendo in tal modo un futuro più solido alla Società.

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 **2009**, 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, Barbarossa, Castel San Pietro in Blues, Muro Dipinto, Baccanale) 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 2009 sono state intraprese le seguenti azioni:

- A. **Sviluppo sito** 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 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 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 2009***

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 2009.

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 2009 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.

- **Ristampa cartoline PirazBike Contest**

Per promuovere l'iniziativa di STAI legata alla MTB si è proceduto alla ristampa di 1.500 cartoline promozionali veicolate in gran parte presso lo stand che STAI ha presidiato in occasione della Settimana Tricolore di Imola

Fornitore: Grafiche Baroncini

- **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):

27 Aprile 2009 IN OCCASIONE DEL BUY EMILIA-ROMAGNA

Rivolto a 14 operatori stranieri tema Enogastronomia

Programma: Visita e dimostrazione di cucina sulla cipolla di Medicina presso Agriturismo Il Morello con pranzo

In collaborazione con Club di Prodotto Città d'Arte ed APT Progetto Strade dei vini

27 Aprile 2009 IN OCCASIONE DEL BUY EMILIA-ROMAGNA

Rivolto a 16 operatori stranieri tema Terra di Motori

Programma: Visita autodromo Imola con auto epoca, Enoteca con degustazione, cena a Monte del Re

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

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 2009.

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):

17 APRILE 2009

Rivolto a 5 giornalisti stranieri tema Musica e Terra di Motori

Programma: Pranzo in centro a Bologna, visita Museo e Fabbrica Ducati

In collaborazione con MotorSite ed APT Servizi

24 LUGLIO 2009

Rivolto a 1 giornalista austriaco (Gerald Klonner –Tipps) tema Musica e Terra di Motori

Programma: Visita all'azienda vinicola Zuffa (Imola), Dozza ed Enoteca con degustazione
In collaborazione con MotorSite, Provincia e Comune di Modena, Provincia di Bologna

11-12 OTTOBRE 2009 PROGETTO "TERRA DI MOTORI"

Rivolto a 14 giornalisti stranieri

Programma: Visita autodromo, mostra su moto epoca ad Imola, Dozza ed Enoteca con degustazione, cena e pernottamento Molino Rosso, visita Museo Ducati

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

□ **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.

Azioni su stampa e televisione

- **Pubblicità Imolabike**

STAI ha promosso attraverso la sponsorizzazione dei campioni di MTB Mirko Pirazzoli ed Elena Gaddoni, gli itinerari cicloturistici di Imolabike. Fornitore: G.S. Promobike

- **Pagina pubblicitaria su Sabato Sera**

Supplemento "Speciale Autodromo" (uscita del 21 marzo 2009) Fornitore: Immedia

- **Pubblicità Imola in Musica 2009**

In occasione dell'importante rassegna musicale (60.000 presenze nell'ultima edizione), STAI ha acquistato degli spazi pubblicitari sui materiali promozionali della manifestazione Fornitore: Studio's

- **Pubblicità Imolabike speciale Settimana Tricolore di ciclismo**

In occasione della Settimana Tricolore 2009, STAI ha acquistato uno spazio pubblicitario sullo speciale dedicato ai Campionati italiani di ciclismo (uscita del 21 giugno 2009) Fornitore: Immedia

- **Trasmissione Uno Mattina su Rai 1**

(12 GIUGNO 2009) *Programma*: Riprese in studio con intervista a Gian Luca Brasini su enogastronomia (esposizione prodotti tipici, ad es. scalogno, cipolla, squacquerone, garganelli), terra di motori e settimana tricolore di ciclismo

In collaborazione con Comune di Dozza ed Enoteca

- **Riprese troupe televisiva per programma Qualitalia DOP su Rai 2**

(3-4 SETTEMBRE 2009) *Programma*: Set con interviste a Massimo Montanari, David Navacchia a Dozza (enoteca, rocca e centro storico) e Set con interviste a Massimo Montanari, Giuseppe Pasquali, Marisa Strada, Valentino Marcattili ad Imola (p.zza Matteotti, p.zza Cattedrale, vie del centro)

In collaborazione con Comune Dozza/Enoteca, Comune Imola e Pro Loco di Medicina

- **Azioni speciali per evento Bacchanale 2009**

Raccolta informazioni, redazione e invio di testi dedicati alla stampa tedesca, su richiesta di APT Servizi, che ha curato i contatti con la Germania. Invio di materiale informativo di approfondimento (immagini) ai giornalisti dei mensili e dei settimanali nazionali che ne hanno fatto richiesta dopo aver ricevuto i comunicati stampa. Fra questi: Vie del gusto, Viaggi e Venerdì di Repubblica.

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 2009** 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 gennaio ed agosto 2009 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, per gli eventi di primavera e autunno. 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:

Data	Fiera/Workshop	Luogo
7-8 febbraio 2009	Vacanze Week-end	Brescia
19-22 febbraio 2009	BIT (Borsa Internazionale del Turismo), BUY ITALY E BUY CLUB INTERNATIONAL	Milano
7-8 marzo 2009	Vacanze Week-end	Padova
28 marzo 2009	Children's Tour	Modena
3-5 aprile 2009	BMT (Borsa Mediterranea del Turismo)	Napoli
16-17 ottobre 2009	TTI (Travel Trade Italia)	Rimini

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:

Data	Evento	Luogo
29 aprile 2009	WORKSHOP BUY EMILIA- ROMAGNA	Bologna
7 maggio 2009	BITEG (Borsa Internazionale del Turismo Enogastronomico)	Alba (CN)
30 maggio 2009	WORKSHOP 100 CITTA' D'ARTE	Ravenna
25 settembre 2009	WORKSHOP BACINI CENTRO SUD ITALIA	Ravenna
5-6 ottobre 2009	WORKSHOP ITINERANTE	Vienna-Zurigo

Oltre alle serate promozionali organizzate da APT, si è partecipato ad una iniziativa in collaborazione con il Golf Club Le Fonti e avente come obiettivo la promozione del territorio imolese e del golf presso importanti centri golfistici austriaci.

Si riportano le principali manifestazioni a cui si è partecipato nel periodo di riferimento:

Data	Manifestazione	Luogo
5 marzo	Serata promozionale APT	Viterbo
8 aprile	Serata promozionale APT	Milano
18 luglio	Golf Tour Austria	Salzburg
19 luglio	Golf Tour Austria	Drachenwand
25 luglio	Golf Tour Austria	Ellmau
26 luglio	Golf Tour Austria	Schwarzsee
21 settembre	Serata promozionale APT-Unione Appennino e Verde	Trieste
24 settembre	Serata promozionale APT-Unione Appennino e Verde	Bergamo

G. SPONSORIZZAZIONE E ORGANIZZAZIONE EVENTI

Nel corso del 2009 STAI ha supportato sia operativamente che economicamente alcuni eventi di particolare richiamo turistico per il territorio imolese.

Eventi Castel San Pietro 2009

S.T.A.I. ha contribuito allo svolgimento dei seguenti eventi svolti a Castel San Pietro Terme: Castel San Pietro in Blues (maggio 2009), Naturalmiele – Teatro che Cammina – Notte Slow (giugno 2009)

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 2009

Nel giugno 2009 S.T.A.I. ha contribuito allo svolgimento della manifestazione Imola in Musica attraverso anche il supporto economico di Castel Guelfo The Style Outlet.

Muro Dipinto 2009

S.T.A.I. ha contribuito alla sponsorizzazione e alla promozione dell'evento attraverso anche il supporto economico di Castel Guelfo The Style Outlet.

Baccanale 2009

Nel novembre 2009 S.T.A.I ha contribuito allo svolgimento delle seguenti attività:

- Collaborazione con il Comune di Imola per la realizzazione e la stampa dei materiali pubblicitari relativi ai ristoranti che partecipano al Baccanale, raccolta adesioni, coordinamento e l'inserimento dei dati relativi a menù e ricette e predisposizione per la stampa.
- 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.

GESTIONE PROGETTI SPECIALI

□ Club di prodotto MOTORSITE LA TERRA DI MOTORI Srl

STAI dal 2002 partecipa al club di prodotto "Motor Site – la Terra dei Motori" detenendone anche il 50% delle quote sociali (l'altro 50% è detenuto da Modenatur). Anche nel 2009 il progetto di promo commercializzazione di questo segmento strategico dell'offerta turistica regionale è proseguito con successo, raggiungendo tutti gli obiettivi che si era prefissati.

In particolare ad oggi Motor Site ha avuto importanti riconoscimenti dalla Regione e da APT che hanno di fatto riconosciuto il ruolo di capofila del progetto Terra di Motori al Ns. Club di prodotto. Ciò è stato possibile grazie anche alla rappresentatività che ad oggi Motor Site

può “spendere” in termini di luoghi ed eventi partner del progetto. Dal 2009 infatti anche Misano World Circuit è partner dell’iniziativa Motor Site e ciò permetterà nuove e proficue collaborazioni.

□ **Strada dei Vini e Sapori Colli d’Imola.**

Dal 2009, come già anticipato nella premessa, vi è stata una sempre maggiore integrazione tra STAI e Strada e dei Vini nel comune intento di razionalizzare le risorse destinate al settore turismo e promozione del territorio.

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 The Style 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 ha corrisposto a STAI per l’anno 2009 l’importo complessivo di Euro 24.000,00 Iva compresa

□ **Castel Guelfo The Style Outlet**

Per quanto concerne la voce **co-marketing**, è stato dato seguito a quanto previsto nel progetto “S.T.A.I. 2009” in particolare per quanto riguarda la collaborazione con Il Castel Castel Guelfo The Style Outlet.

Dal 2009 l'importante Centro è stato acquisito dal gruppo spagnolo Neinver, cambiando logo e lettering in "The Style Outlets". L'ambizioso progetto prevede il raddoppio delle unità commerciali passando dai 50 ai 100 negozi. I visitatori attesi per il 2010 sono circa 2 milioni con provenienza media non più soltanto dalle province limitrofe

- Le altre voci dedicate nello specifico alle attività di co-marketing aventi come obiettivo promuovere il territorio imolese e il tema dello shopping considerando l'Outlet un importante **Eventi in co-marketing**

Si è proceduto all'organizzazione e alla partecipazione ad una serie di eventi volti alla promozione del territorio imolese.

Si riassumono di seguito i principali:

- **Imola in Musica 2009**

A giugno 2009 è stata realizzata una campagna promozionale rivolta ai giovani, legata all'importante evento musicale di Imola

- **Il Muro Dipinto 2009**

A settembre 2009 è stata realizzata un'iniziativa di co-marketing in collaborazione con il Mambo di Bologna volta alla promozione in chiave turistica dell'importante manifestazione di Dozza. Tale campagna è stata rivolta principalmente a riviste di settore artistico/culturale.

- **Baccanale 2009**

A novembre 2009 la raccolta dei menu dei ristoranti e la collaborazione con il Comune di Imola

- **Attività di web marketing** finalizzata alla promozione di pacchetti turistici rivolti ai visitatori dell'Outlet. Tali pacchetti riguardano proposte tematiche di una giornata dedicate al golf, al benessere, all'enogastronomia e alla scoperta degli eventi del territorio. Keyword advertising, campagna "pay per click", utilizzo pagine di atterraggio. Fornitore: Stefano Calamelli
- **Attività di sviluppo contatti** commerciali finalizzati ad intercettare gruppi di turisti (in particolare B.O., AdV) interessati allo shopping. Fornitore: Gian Luca Brasini
- **Pagine web** realizzate allo scopo di integrare la sezione "Turismo" del sito www.thestyleoutlets.it completamente rinnovato nel corso del 2009. A questa attività ha atteso il web master 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. Questa attività è stata seguita dalle collaboratrici Annalisa Fini, Stefania Tabellini e Claudia Cavina.
- **Distribuzione capillare** di materiale STAI e Castel Guelfo The Style Outlet

- ❑ **S.I.T.A.I. (Sistema di Informazione al Turista)** in collaborazione con il Servizio Turismo e Qualità Aree Turistiche della Regione Emilia Romagna.

STAI in coordinamento con Regione, Comune di Castel San Pietro e Comune di Imola ha gestito anche la fase la fase 2009 del progetto SITAL, che ha previsto anche un'attività costante di ufficio stampa nei confronti della Redazione regionale;

In particolare si sono implementate le seguenti attività

- Inserimento di nuove schede e aggiornamento continuo di quelle già inserite nel SITAL, 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 2009, STAI ha assicurato le seguenti attività per conto della Provincia di Bologna e del Nuovo Circondario Imolese:

- **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 .

- **Comunicazione prezzi attività ricettive**

STAI ha curato nel corso del 2009 la ricezione delle schede mediante le quali le attività turistiche ricettive alberghiere ed extra-alberghiere comunicano le proprie tariffe.

CORSI DI FORMAZIONE

In collaborazione con l'ente di Formazione Dinamica di Bologna (Ex Agriform), Stai ha coordinato due importanti iniziative formative per promuovere il territorio, educare, sensibilizzare ed aggiornare gli operatori turistici.

- **Corso “Turismo Rurale”**

Il primo progetto dal titolo “Turismo Rurale”, si è realizzato grazie ad importanti fondi del Piano di Sviluppo Rurale, ha avuto come obiettivi la promozione e la valorizzazione del “Turismo Rurale” ad Imola e Circondario e la creazione di un'offerta turistica integrata, attraverso il coinvolgimento diretto e la formazione dei partecipanti al corso, conclusosi con un Educational Tour in Rioja, la Regione dei Vini spagnola.

- **Corso “Ospitalità per il Territorio Imolese”**

La seconda iniziativa formativa dal titolo “Ospitalità per il Territorio Imolese” ha coinvolto invece operatori del sistema dell' ospitalità, della filiera turistica ed eno-gastronomica imolese, occupati con contratti non standard, over 45, donne e lavoratori stranieri immigrati. Il corso, completamente gratuito, si è concluso con due Educational Tour, in cui i partecipanti hanno potuto toccare con mano e sperimentare in prima persona le strutture ricettive, ristorative, museali e tutto ciò che il nostro ricco territorio può offrire.

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

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

A seguito dell'insediamento delle nuove Amministrazioni derivanti dalle recenti elezioni amministrative nei Comuni del Circondario, con esclusione del Comune di Imola, sono pervenute

le dimissioni dei seguenti Consiglieri: Dal Fiume Sauro e Landi Massimo e di Nannetti Marco in quanto non più rappresentante di C.I.A.

Inoltre, per lo stesso motivo, i Consiglieri Cavini Salvatore e Samoggia Luigi hanno presentato le loro dimissioni in sede della presente riunione. Per cui al 31.12.2009 il consiglio di amministrazione si compone dei seguenti consiglieri:

- **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;
- **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;

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.

La stante lo specifico settore di attività nel quale la Società opera, questa non risulta esposta a particolari rischi od incertezze di mercato. Per lo stesso motivo, essendo l'attività

esercitata quella di prestazione di servizi, non sono stati effettuati significativi investimenti ambientali.

Per quanto attiene le informazioni sul personale dipendente in forza alla Società, questo è formato da n. 02 donne, con un'età media pari a 33,50 .

Da ultimo, evidenziamo alcuni indicatori di risultato relativi al bilancio della società per l'esercizio chiuso in data 31/12/2009. In particolare:

Redditività del capitale proprio

$$ROE = R_n / N = 142 / 76.791 = 0,002$$

dove "Rn" rappresenta il risultato netto d'esercizio, ed "N" rappresenta la media del il patrimonio netto ad inizio e fine periodo.

Detto indice rappresenta il rendimento economico del capitale di rischio per l'esercizio considerato.

Rapporto di indebitamento

$$Ind. = K / N = 141.595 / 76.791 = 1,84$$

dove "K" rappresenta la media dell'attivo dello stato patrimoniale ad inizio e fine periodo, ed "N" rappresenta la media del il patrimonio netto ad inizio e fine periodo.

Detto indice rappresenta la proporzione esistente tra l'intera massa dei finanziamenti attinti dall'impresa e la parte di essi rappresentata dal capitale proprio.

L'esercizio 2009 si chiude con un utile di € 142,12 che proponiamo di portare a diminuzione delle perdite degli esercizi precedenti.

Imola, 12 Maggio 2010

Per il Consiglio di Amministrazione

IL PRESIDENTE