

“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 92.981 - 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 S.T.A.I. Srl nel periodo 1.1.2010-31.12.2010.

S.T.A.I. rappresenta ad oggi circa 115 tra soci e partner che operano nell’area imolese e ai quali si è cercato, in un contesto difficile per imprese turistiche, di dare risposte concrete in particolare per quanto concerne l’attenzione verso i “capisaldi” del turismo locale ovvero l’Autodromo e in generale il sistema ricettivo legato al segmento “business”. In particolare nel 2010 quest’ultimo segmento ha continuato a scontare gli effetti negativi della crisi delle imprese e del sistema fieristico bolognese.

Nel 2010 la nostra attività si è concentrata quindi nel tentativo di riequilibrare parzialmente questo calo puntando in maniera decisa sulla sempre maggiore ricaduta turistica dell’Autodromo e sviluppando segmenti di offerta alternativi e attinenti al “turismo leisure” (turismo associato, enogastronomico e Terra di Motori). Con queste premesse, il dato complessivo delle presenze turistiche del 2010 (239.438) va letto con un certo ottimismo (+5,38% rispetto al 2010) anche se non si può ancora parlare di una reale ripresa dei fatturati delle imprese turistiche.

Detto di questo importante risultato, vorrei soffermarmi a fare il punto sugli obiettivi che la S.T.A.I. si era posta nel corso del 2010 e sul conseguimento degli stessi.

Nell’ultima assemblea S.T.A.I. di maggio 2010 erano stati posti alcuni obiettivi strategici che sono:

1. Dare seguito all’accordo di collaborazione firmato con Formula Imola in data 3 febbraio 2010

Cosa è stato fatto

S.T.A.I. ha sempre ritenuto strategico poter legare la propria attività a quella della principale risorsa turistica dell’area imolese, ovvero l’Autodromo di Imola la cui ricaduta economica, lo ricordiamo, porta importanti benefici in tutto il circondario imolese e oltre.

L’accordo, di durata triennale, fra S.T.A.I. e Formula Imola si svilupperà su cinque punti principali.

Il primo punto riguarda la «**gestione di un Centro Servizi turistici per l’Autodromo**». In pratica da oggi S.T.A.I. gestisce un centro servizi collocato negli uffici al primo piano della «torre dell’autodromo». Tali uffici forniscono ai frequentatori e agli utilizzatori dell’autodromo non solo informazioni, ma anche un servizio di intermediazione su prenotazioni alberghiere (che da maggio 2011 sarà gestito attraverso un portale di prenotazione online), ristorazione, catering, organizzazione di tutti i servizi per meeting, formazione, presentazioni di prodotti, noleggio di mezzi di trasporto. Per questi servizi la S.T.A.I. si impegna a utilizzare preferibilmente fornitori

presenti nel territorio dei dieci Comuni aderenti al Nuovo Circondario Imolese, a cominciare dai propri soci.

Il secondo punto prevede «servizi per turisti ed operatori», a cominciare dalla gestione del progetto “**Motor Valley: realizzazione spazio museale del circuito di Imola**”. che S.T.A.I. ha redatto in collaborazione con il Comune di Imola e il Nuovo Circondario imolese, e approvato all'interno del Programma Operativo Regionale (POR), FESR Emilia Romagna 2007-2013 e di cui si prevede l'inizio lavori entro fine 2011. Gli altri servizi che S.T.A.I. metterà a disposizione saranno le visite turistiche, i tour in auto d'epoca, le visite per giornalisti, tour operator, organizzatori di fiere. Infine, sempre all'interno del bando POR-FESR, S.T.A.I. ha presentato il progetto “**La Navetta dei Motori**” che prevede l'acquisto di un mezzo bimodale per portare turisti dall'Autodromo in tutto il territorio imolese e nei luoghi simbolo di “Emilia-Romagna Terra di Motori”

Il terzo punto è la «**concertazione nella stesura del calendario eventi**» dell'autodromo. Questo significa che Formula Imola si impegna confrontarsi con S.T.A.I. nella stesura del calendario annuale degli eventi, allo scopo di inserirvi quanti più eventi con le maggiori potenzialità in termini di ricaduta turistica ed economica per il territorio; di evitare sovrapposizioni con iniziative già in calendario come, ad esempio, importanti eventi fieristici di Bologna o altre manifestazioni di portata nazionale; di individuare, tra i potenziali nuovi eventi, quali possano essere più appetibili nell'ottica di ottenere finanziamenti e sponsorizzazioni da enti del territorio.

Il quarto punto è rappresentato dalla «**acquisizione di nuovi eventi**». Questo significa che S.T.A.I. si impegna a collaborare con Formula Imola sia allo scopo di acquisire nuovi eventi all'interno dell'autodromo, sia per creare le condizioni per far sì che autodromo e centro storico di Imola possano, in alcune occasioni, trasformarsi in un unico sistema di intrattenimento per turisti e cittadinanza locale. Un esempio di questa collaborazione è l'aver portato ad Imola la manifestazione «Passione in moto», che si svolgerà in autodromo il 28 e 29 maggio 2011, in collaborazione con Ducati.

Il quinto e ultimo punto dell'accordo è la «**ricerca di sponsorizzazioni e rapporti con il territorio**». Ciò significa che S.T.A.I. e Formula Imola collaboreranno nella ricerca di contributi e sponsorizzazioni pubbliche e private per realizzare nuove manifestazioni legate all'autodromo.

2. Definizione di un percorso di integrazione con la Strada dei Vini e dei Sapori che garantisca a quest'ultima un riassetto economico, così come visibilità e promozione al settore enogastronomico

Cosa è stato fatto

Nel corso del 2010 è stato definitivamente portato a compimento il piano di rientro economico proposto da S.T.A.I. per ripianare il consistente disavanzo di bilancio che l'Associazione Strada dei Vini aveva accumulato nel corso degli anni (ad oggi vi è un leggero avanzo). Chiaramente questa situazione di sofferenza economica della Strada dei Vini ha avuto riflessi negativi anche sulle entrate della S.T.A.I. relative alla convenzione di fornitura servizi alla Strada dei Vini. Tali entrate sono via via diminuite nel corso degli ultimi due anni e le prospettive per il 2011 sono quelle di rinnovare una convenzione ai minimi termini per quanto concerne gli importi.

Per quanto attiene invece al percorso di integrazione tra S.T.A.I. e Strada dei Vini, la Regione interpellata a tal proposito ha formalizzato che non vi sono le condizioni normative per procedere alla realizzazione di un soggetto unico di promozione turistica tra S.T.A.I. e Strada dei Vini per cui, con il recesso di tutti i Comuni del circondario dalla Strada dei Vini (escluso il Comune di Castel del Rio), ad oggi le risorse da poter dedicare allo sviluppo del turismo enogastronomico per l'area imolese sono assai ridotte e in capo solo ai soci privati.

Per il 2011 quindi sarà proposto un piano di sviluppo della Strada dei Vini che sarà tarato sulle risorse che saranno deliberate dall'assemblea dei Soci della Strada.

3. Apertura di un Ufficio di Informazioni Turistiche (UIT) presso l'Outlet di Castel Guelfo

Cosa è stato fatto

Dal 2004 S.T.A.I. gestisce un ufficio informazioni collocato presso la direzione del Castel Guelfo The Style Outlet di Castel Guelfo. Con il progetto presentato dal Comune di Castel Guelfo e S.T.A.I. alla Provincia il 15.07.2010 nel contesto del PTPL, l'ufficio S.T.A.I. ha avuto il riconoscimento ufficiale di UIT (Ufficio di Informazioni Turistiche) ed entro giugno 2011 verrà inaugurato il nuovo spazio che verrà collocato lungo la *street* principale del Centro e che vedrà impegnate tutti i giorni della settimana per tutto l'anno tre operatrici S.T.A.I. che daranno informazioni agli oltre 2 milioni di visitatori che ogni anno frequentano l'Outlet.

Contestualmente a quanto sopra è stato rinnovato il contratto di fornitura servizi relativo al personale con il Castel Guelfo The Style Outlets per gli anni 2011-2012

4. Trasferimento nei nuovi uffici e risoluzione problematica locali in via Boccaccio 27

Cosa è stato fatto

S.T.A.I. dal 2003, con il contestuale trasferimento della sede del Circondario imolese nella palazzina di via Boccaccio a Imola, occupava gli uffici messi a disposizione nella stessa e di proprietà della Provincia di Bologna. Con il trasferimento degli uffici in Autodromo, S.T.A.I. ha risolto tale problematica e ha comunicato formalmente alla Provincia che gli uffici di Via Boccaccio sono stati liberati.

5. Realizzazione di un progetto operativo per la gestione della redazione locale dell'area imolese (progetto SITUR)

Cosa è stato fatto

Nel corso del 2010 S.T.A.I. ha elaborato un progetto per la gestione della redazione locale dell'area imolese (SITUR) che fosse conforme sia a livello operativo che a livello amministrativo agli standard previsti dalla legge regionale. Ciò si è reso necessario perché, in particolare negli ultimi anni, la redazione locale dell'area imolese era stata spesso oggetto di richiami della Regione proprio perché non presentava i requisiti opportuni.

Ricordiamo che la convenzione per lo sviluppo e la manutenzione del sito turistico locale per l'area imolese nell'ambito del Sistema Informativo regionale per il Turista (SITur) tra Regione Emilia-Romagna e Comune di Castel San Pietro Terme (Comune capofila per l'area imolese) è scaduta il 29/12/2010. Il Comune di Castel San Pietro Terme con nota del 20/10/2010, ha comunicato formalmente alla Regione e al Nuovo Circondario Imolese l'intenzione di gestire in

forma associata il SITur e di trasferire dall'anno 2011 la titolarità del progetto al Nuovo Circondario Imolese.

Per il 2011 si prevede quindi la stipula della convenzione tra Nuovo Circondario Imolese e S.T.A.I. e nel frattempo ci si è attivati al fine di riorganizzare in maniera efficace e conforme ai dettami della Regione soprattutto l'aspetto operativo. Verrà utilizzato un nuovo software gestionale in collaborazione con la Provincia di Bologna e verranno dedicate risorse umane formate allo scopo di gestire nel miglior modo possibile l'inserimento e le modifiche delle schede informatiche.

Detto del raggiungimento di questi importanti obiettivi, in via generale ritengo che per consolidare il ruolo strategico della S.T.A.I. sia comunque necessario che i Comuni prima di tutti deleghino funzioni e servizi propri del settore turismo alla società che gli stessi Comuni hanno creato per questi scopi. L'attitudine di molti enti a "fare da soli" e a dare la precedenza ai localismi piuttosto che ad operare in un'ottica di "sistema" è nella maggior parte dei casi un aspetto che limita e avvilisce la promozione turistica.

Per quanto concerne invece la compagine sociale nel suo complesso posso affermare con soddisfazione che anche nel 2010 non sono state aumentate le quote sociali grazie anche al reperimento di fondi derivanti da alcuni degli importanti accordi promo-commerciali citati in precedenza. Sono state diversificate quindi le fonti di entrata (attualmente le quote dei Soci incidono solamente per il 30% sul totale delle entrate) e soprattutto nel corso degli anni è via via diminuita l'incidenza delle partecipazioni dei Soci pubblici, passata dal 40% sul totale delle entrate del 2003 al 19% nel 2010.

Il 2010 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 il turismo d'affari e l'Autodromo come confermato dalla ricerca effettuata da S.T.A.I. nel corso del 2010 in cui sono state intervistate l'85% delle strutture ricettive dell'area imolese.

Da queste basi per il 2010 è stato realizzato un piano promozionale che ha coinvolto tutto il Circondario imolese e che è stato supportato dal progetto approvato dalla Regione (*STAI 2010*) 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.

Infine per quanto concerne l'aspetto economico del bilancio, in un contesto generalizzato di risorse ridotte per il turismo, si è cercato per quanto possibile di contenere i costi pur avendo raggiunto importanti obiettivi che hanno comportato conseguenti investimenti economici. Sul fronte entrate, nel corso del 2010 si sono drasticamente ridotte le risorse derivanti dall'attività svolta dalla S.T.A.I. per la

Strada dei Vini e dei Sapori (- 40%) a causa del recesso dei soci pubblici da quest'ultima e non è stato possibile incassare il corrispettivo per il progetto realizzato da S.T.A.I. per il Museo in Autodromo a causa dell'ulteriore rinvio dell'inizio lavori richiesto dal Comune di Imola. Nonostante questo si è raggiunto un lieve avanzo prima delle imposte che comunque non è stato sufficiente per raggiungere un ulteriore utile dopo le imposte dato che queste ultime hanno determinato una perdita di 2.889,79 Euro

Ringrazio infine i Consiglieri di amministrazione S.T.A.I. e i Soci che di volta in volta si sono attivati al fine di raggiungere gli obiettivi preposti e un sentito "grazie" va anche alla Fondazione Cassa di Risparmio di Imola, al ConAmi, alla Provincia di Bologna e al Nuovo Circondario imolese per la sensibilità dimostrata verso il settore del turismo.

ATTIVITA' PROMOZIONALE

Nel **2010**, S.T.A.I. 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 2010 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**

A. Sviluppo sito www.stai.it

E' stata implementato il sito www.stai.it 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 2010***

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 2010.

Tale folder è stato stampato in 25.000 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 2010 divisi per aree tematiche 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 implementata l'archivio fotografico con immagini riguardanti il territorio imolese e gli eventi locali. L'aggiornamento e la presenza di una Bank images è infatti indispensabile per la realizzazione degli strumenti promo-commerciali, sia per una migliore comunicazione dell'offerta turistica, ma anche per il potere evocativo delle foto. Le immagini sono disponibili sia su CD – ROM nei diversi formati da fornire in particolare ad operatori e giornalisti del settore che scaricabili direttamente da internet attraverso un link.

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):

26-27 Marzo 2010 OPERATORI IRLANDESI

Rivolto a 15 operatori stranieri tema Golf

Programma: visita guidata Autodromo Internazionale Enzo e Dino Ferrari, tour in Auto d'epoca, light lunch e visita Azienda Cesari, visita Golf Club, visita guidata città di Bologna, pranzo al Ristorante Monte del Re

In collaborazione con Golf Club Le Fonti

26 Aprile 2010 IN OCCASIONE DEL BUY EMILIA-ROMAGNA

Rivolto a 11 operatori stranieri tema Enogastronomia

Programma: Degustazione vino e prodotti dell'Azienda Agricola Cà Monti presso Cantina Tre Monti, pranzo presso Ristorante Naldi con dimostrazione di piatto tipico da parte dello chef.

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

27 Aprile 2010 IN OCCASIONE DEL BUY EMILIA-ROMAGNA

Rivolto a 14 operatori stranieri tema Terra di Motori

Programma: Site inspection presso Ville Panazza, tour in auto d'epoca, visita guidata Autodromo Imola con auto epoca, light lunch presso Azienda Cesari

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

23-24 Settembre 2010 OPERATORI RUSSI

Rivolto a 14 operatori russi

Programma: Site inspection Monte del Re, visita guidata Dozza, shopping tour Castel Guelfo The Style Outlets, light lunch presso Monte del Re, cena presso ristorante tipico La Scuderia

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 2010.

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):

03 SETTEMBRE 2010

Rivolto a 1 giornalista austriaco (Walther Wuttke) tema Terra di Motori

Programma: Visita al Museo Ducati, visita all'azienda Lamborghini, Test drive, visita con degustazione e light lunch presso l'azienda vinicola Tre Monti Sant'Anna (Imola), visita guidata di Autodromo, Dozza ed Enoteca

In collaborazione con APT

18 DICEMBRE 2010

Rivolto a 6 giornalisti portoghesi

Programma: visita guidata Dozza (Rocca ed Enoteca con degustazione), pranzo presso Agriturismo Frascineti

In collaborazione con APT

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

Sono state utilizzate, a seconda delle informazioni da trasmettere, le seguenti mailing list (redazioni carta e web, e giornalisti singoli) verificate da Rizomedia: Turismo consumer, Turismo trade, Turismo mensili redazioni, Turismo settimanali/quotidiani redazioni, Settimanali generalisti e femminili, Mensili maschili, femminili e Lyfestyle, Stampa Golf, Stampa agroalimentare, liste di stampa regionale e locale. Per alcune informazioni veicolate attraverso altre modalità (direttamente, non con comunicato stampa, ma utilizzando ad esempio le newsletter di Rizomedia) sono state utilizzate delle mailing list di opinion leader. In totale sono circa 600 indirizzi validi e operativi.

Di seguito alcuni fra i destinatari più noti: Rai 2 Sereno Variabile, Tg2 Eat Parade, Plein Air, Itinerari e Luoghi, Viaggi e sapori, Mototurismo, Il Resto del Carlino, Sole 24ore Centronord, Turismo all'aria aperta, Ansa, Terre del Vino, Radio 2 Rai, Isoradio, Intimità, stampa locale imolese.

- ❑ Invio di **Comunicati stampa**
- ❑ Redazione e invio **newsletter periodica STAINforma** (15 invii)
- ❑ 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

- Azioni speciali per evento Fantaveicoli (febbraio 2010)

Su richiesta del Comune di Imola, rimbalzo del comunicato stampa dell'organizzazione alle mailing list sopra- indicate alla voce "contatti". A seguire: invii di informazioni alla stampa che ne farà richiesta (l'ufficio stampa della manifestazione è curato dal Comune di Imola).

- Azioni speciali per evento International Open Le Fonti (giugno 2010)

Ufficio stampa condotto da Rizomedia per conto del Golf Club «Le Fonti», lavorando in modo integrato con S.T.A.I..

- Riprese troupe televisiva per programma Rai 2 «Se... a casa di Paola»

(13 SETTEMBRE 2010) Programma: organizzazione set e interviste a cuoca di Medicina ed esponenti dell'organizzazione della Rievocazione storica «Il Barbarossa»

In collaborazione con Comune di Medicina e Pro Loco di Medicina.

- Riprese troupe televisiva per programma Rai 3 «Ballarò»

(9 OTTOBRE 2010) Programma: organizzazione set e interviste a presidente S.T.A.I. e coordinamento con i rispettivi responsabili comunicazione per interviste a sindaco di Imola e direttore autodromo (tema: servizio sugli autodromi).

In collaborazione con Comune di Imola e Formula Imola spa

- Azioni speciali per evento Bacchanale (al 21 ottobre 2010)

Raccolta informazioni, redazione e invio di un primo messaggio alle mailing lista sopra- indicate alla voce "contatti". A seguire: invii di informazioni alla stampa che ne farà richiesta (l'ufficio stampa della manifestazione è curato dal Comune di Imola).

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 2010** 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 e luglio 2010 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 APT e 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	Luogo
18-21 febbraio 2010	BIT (Borsa Internazionale del Turismo), BUY ITALY E BUY CLUB INTERNATIONAL	Milano
19 marzo 2010	Children's Tour	Modena
26-27 aprile 2010	BMT Borsa Mediterranea del Turismo	Napoli
1-2 luglio 2010	BTC	Rimini

14-17 ottobre 2010	FIERA GOLD AGE	Rimini
22-23 ottobre 2010	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 APT e 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
28 aprile 2010	WORKSHOP BUY EMILIA-ROMAGNA	Bologna
29 maggio 2010	WORKSHOP 100 CITTA' D'ARTE	Ravenna
9 luglio 2010	WORKSHOP BUS OPERATOR	Bologna
23 luglio 2010	WORKSHOP "Turismo sociale & senior" (PREPARATORIO AL BITS)	Rimini
21 ottobre 2010	WORKSHOP MICE ESTERO	Riccione
5 novembre 2010	WORKSHOP CORPORATE EVENTS & INCENTIVE TRAVEL ITALIA	Bologna
23-25 novembre 2010	INTERNATIONAL WORKSHOP BY COMITEL	Helsinki

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

Data	Manifestazione	Luogo
12 aprile	Serata promozionale APT	Milano
13 aprile	Serata promozionale APT	Firenze
14 aprile	Serata promozionale APT	Perugia
10-12 settembre	Mostra Scambio	Imola

24-26 settembre	Mondiale Superbike	Imola
30 settembre	Serata promozionale APT-Unione Appennino e Verde	Torino
6 ottobre	Serata promozionale APT-Unione Appennino e Verde	Terni

G. SPONSORIZZAZIONE E ORGANIZZAZIONE EVENTI

Nel corso del 2010 S.T.A.I. ha supportato, attraverso anche il supporto economico di Castel Guelfo The Style Outlet, sia operativamente che economicamente alcuni eventi di particolare richiamo turistico per il territorio imolese.

Eventi Castel San Pietro 2010

S.T.A.I. ha contribuito allo svolgimento dei seguenti eventi svolti a Castel San Pietro Terme: Castel San Pietro in Blues (giugno 2010), Naturalmiele – Notte Slow (giugno 2010).

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

Imola in Musica 2010

Nel giugno 2010 S.T.A.I. ha contribuito allo svolgimento della manifestazione Imola in Musica attraverso anche il supporto economico di Castel Guelfo The Style Outlet.

Baccanale 2010

Nel novembre 2010 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.

GESTIONE PROGETTI SPECIALI

□ Club di prodotto MOTORSITE LA TERRA DI MOTORI Srl

S.T.A.I. 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 2010 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.**

Detto nell'introduzione delle difficoltà economiche dell'Associazione Strada dei Vini a causa del recesso dei soci pubblici, nel corso del 2010 S.T.A.I. ha comunque svolto funzioni amministrative e promozionali a favore di questo importante comparto turistico del territorio imolese.

In particolare S.T.A.I. si è occupata per conto di SVS di:

- curare la gestione amministrativa dell'Associazione; coadiuvare Strada nella gestione dell'attività commerciale dei prodotti tipici.
- 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 S.T.A.I. presso il Castel Guelfo The Style Outlet
- 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 S.T.A.I. per l'anno 2010 l'importo complessivo di Euro 12.500,00 oltre Iva

□ **Castel Guelfo The Style Outlet**

Per quanto concerne la collaborazione con l'Outlet di Castel Guelfo, le azioni previste per il 2010 hanno riguardato le voci legate al personale e ai servizi di marketing.

Personale e gestione Ufficio Informazioni

S.T.A.I. nel corso del 2010 ha prestato a favore di Castel Guelfo S.r.l. servizi per la gestione del punto Punto Informazioni garantendo la presenza di tre operatrici assunte a proprie spese che si sono occupate di promuovere il territorio Imolese, di dare tutte le informazioni richieste dai visitatori concernenti l'Outlet, nonché di fornire servizio agli affittuari del Centro come distribuzione di reportistica e materiale promozionale della Direzione dell'Outlet.

Per questo servizio Castel Guelfo S.r.l. ha corrisposto a S.T.A.I. un importo totale di Euro 54.000,00 oltre Iva

Servizi di marketing

S.T.A.I. nel corso del 2010 ha prestato a favore di Castel Guelfo S.r.l. servizi di marketing che vengono di seguito descritti:

- Distribuzione di materiale promozionale prodotto dall'Outlet presso gli oltre 100 soci STAI (tra cui alberghi, ristoranti, B&B, luoghi di interesse turistico e di affluenza di pubblico) per almeno 3 volte l'anno;

- Inserzione di una pagina pubblicitaria dell'Outlet all'interno del Folder Eventi STAI prodotto e veicolato in 30.000 copie presso i soci STAI all'interno del territorio Imolese e all'esterno in occasione di fiere, workshop ed eventi promozionali dedicati al turismo;
- Sponsorizzazione, a fronte dell'inserimento del logo dell'Outlet e di STAI nel materiale promozionale, delle manifestazioni del territorio;
- Sponsorizzazione delle manifestazioni del territorio, tra cui in particolare *Imola in Musica*, *Castel San Pietro Blues* e *il Baccanale*;
- Possibilità di ospitare personale di Castel Guelfo S.r.l. presso gli spazi promozionali che saranno acquisiti nel corso del 2010 (con particolare riferimento alle fiere sul turismo) per iniziative mirate a promuovere l'Outlet;
- Realizzazione di campagne promozionali rivolta ai turisti della riviera romagnola;
- Progettazione ed implementazione di proposte turistiche rivolte ai visitatori del Outlet e del territorio circostante;
- Organizzazione di Educational Tour rivolto alla promozione dello shopping in collaborazione con Tour operators

Per questo servizio Castel Guelfo S.r.l. ha corrisposto a S.T.A.I. un importo totale di Euro 20.000,00 oltre Iva

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

S.T.A.I. in coordinamento con Regione, Comune di Castel San Pietro e Comune di Imola ha gestito anche la fase la fase 2010 del progetto SITAI, 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 SITAI, relativamente agli 8 comuni che hanno delegato tale gestione a S.T.A.I.;
- 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.

Per questo servizio il Comune di Castel San Pietro Terme ha corrisposto a S.T.A.I. un importo totale di Euro 7.500,00 oltre Iva

❑ **Rilevazione prezzi e flussi turistici arrivi/presenze**

Nel corso del 2010, S.T.A.I. ha assicurato le seguenti attività per conto della Provincia di Bologna e del Nuovo Circondario Imolese:

- **Rilevazione dei flussi turistici**

S.T.A.I. 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**

S.T.A.I. ha curato nel corso del 2010 la ricezione delle schede mediante le quali le attività turistiche ricettive alberghiere ed extra-alberghiere comunicano le proprie tariffe.

Per questo servizio il Nuovo Circondario imolese ha corrisposto a S.T.A.I. un importo totale di Euro 3.300,00 oltre Iva

ATTIVITA' DI FORMAZIONE PER GLI ASSOCIATI

Nel corso del 2010 S.T.A.I. 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, Cavini Salvatore, Samoggia Luigi, Landi Massimo e Nannetti Marco in quanto non più rappresentante di C.I.A.

Per cui al 31.12.2010 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;
- **BELLAVIA ROBERTA** nata a Vicenza, il 10/04/1955, residente a Castel San Pietro Terme, in Via Caduti di Cefalonia, 227, C.F. BLLRRT55D50L840V
- **BORGHI ANTONIO** nato a Bologna il 24.11.1957 e residente a Dozza (BO) in Via Circonvallazione n. 3 - Codice fiscale BRGNTN57S24A944T
- **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;
- **GALAVOTTI VALTER** nato a Imola (BO) in 22.7.1949 ed ivi residente in Via Noiret n. 14 - Codice fiscale GLVVTR49L22E289Z
- **MONTANARI MATTEO** nato a Medicina, il 29/11/1982, residente a Medicina, in Via Idice, 92, C.F. MNTMTT82S29F083L
- **SCALA ALESSANDRO** nato a Bologna, il 03/02/1971, residente a Monterenzio, in Via San Benedetto, 408, C.F. SCLLSN71B03A944P
- **SANGIORGI SAVIO**, nato a Imola il 15/12/1949, residente a Imola, in Via Montecarbone, 5/a, C.F. SNGSVA49T15E289W
- **VERZELLI VANNA** nata a Fontanelice, il 31/05/1958, residente a Fontanelice, in Via Risorgimento 26, C.F. VRZVNN58E71D668C

ORGANIGRAMMA

L'attuale struttura organizzativa della S.T.A.I. è composta dalle seguenti figure professionali:

- Gian Luca Brasini** (libero professionista) - Coordinamento progettazione e attività commerciali
- Elisa Mazzini** (dipendente a tempo indeterminato) – Responsabile Marketing e Strada dei Vini
- Sara Romeo** (collaboratrice a progetto) – Respons. Amm.va e Progetti Speciali
- Stefano Calamelli** (libero professionista) - Web master/grafica/photo editor
- Claudia Cavina** (collaboratrice a progetto) - Operatrice Info Point C.G. Outlet
- Elisa Camaggi** (collaboratrice attraverso incarico SVS) - Operatrice Info Point C.G. Outlet
- Ambra Pezzoli** (collaboratrice attraverso incarico SVS) - Operatrice info point C.G. Outlet
- Max Calvi** (Rizomedia) - Addetto stampa

ALTRE NOTIZIE

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

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.

Non è stato fatto uso, da parte della Società, di strumenti finanziari.

Non sono intervenuti fatti di rilievo avvenuti dopo la chiusura dell'esercizio.

Per quanto attiene le informazioni sul personale dipendente in forza alla Società, questo è formato da n. 3 donne, di cui n. 1 impiegata a tempo indeterminato e n. 2 collaboratrici a progetto aventi un'età media pari a 31 anni.

Da ultimo, evidenziamo alcuni indicatori di risultato relativi al bilancio della società per l'esercizio chiuso in data 31/12/2010. In particolare:

Redditività del capitale proprio

$$\text{ROE} = R_n / N = -2.890 / 75.417 = -0,038$$

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

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

Rapporto di indebitamento

$$\text{Ind.} = K / N = 142.877 / 75.417 = 1,89$$

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

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

Quoziente di liquidità generale

$$\text{Current ratio} = C / p = 118.933 / 44.293 = 2,69$$

dove “C” rappresenta le attività correnti di fine periodo e “p” rappresenta le passività correnti di fine periodo.

Detto indice segnala l’attitudine della Società a far fronte alle uscite future derivanti dall’estinzione delle passività correnti, con i mezzi liquidi a disposizione e con le entrate future provenienti dal realizzo delle attività correnti.

L’esercizio 2010 si chiude con una perdita di € 2.889,79 che proponiamo di portare a nuovo.

Imola, 11 Maggio 2011

Per il Consiglio di Amministrazione

IL PRESIDENTE