



COMUNE DI MODENA

N. 507/2020 Registro Deliberazioni di Giunta

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA COMUNALE SEDUTA DEL 22/09/2020

L'anno 2020 il giorno 22 del mese di settembre alle ore 09:30 nella Residenza Comunale di Modena, si è riunita la Giunta Comunale nelle persone dei signori:

MUZZARELLI GIAN CARLO	Sindaco	Presente
CAVAZZA GIANPIETRO	Vice-Sindaco	Assente
PINELLI ROBERTA		Presente
VANDELLI ANNA MARIA		Assente
FILIPPI ALESSANDRA		Presente
LUCA' ANNA MARIA		Presente
BARACCHI GRAZIA		Presente
BOSI ANDREA		Presente
FERRARI LUDOVICA CARLA		Presente
BORTOLAMASI ANDREA		Presente

Assenti Giustificati: Cavazza Gianpietro, Vandelli Anna Maria.

Assiste il Segretario Generale DI MATTEO MARIA.

Il Presidente pone in trattazione il seguente

OGGETTO n. 507

PROGETTO "PROMOZIONE DEL TERRITORIO E DELLE ECCELLENZE DI MODENA - LA CITTA' RIFLESSA NEL SUO TERRITORIO - FASE 2 MERCATO ESTERO" - APPROVAZIONE PROGETTO E CONVENZIONE CON LE ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA PER LA PRESENTAZIONE DELLA CANDIDATURA ALLA REGIONE EMILIA ROMAGNA AI SENSI DELLA L.R. 41/97 ART. 10 - ANNO 2020

LA GIUNTA COMUNALE

Vista la deliberazione della Giunta della Regione Emilia-Romagna n. 844 del 13/07/2020 che ha approvato i criteri, i termini e le modalità di presentazione per l'anno 2020 dei progetti di riqualificazione e valorizzazione della rete commerciale ai sensi dell'art. 10 comma 1, lettere b), c), d) della L.R. 41/97 realizzati dagli Enti locali individuati a seguito della procedura di concertazione e condivisione territoriale approvata con la Deliberazione della Giunta Regionale n. 803 del 06/07/2020;

Considerato che il Comune di Modena sulla base della procedura di concertazione e condivisione territoriale approvata con la Deliberazione della Giunta Regionale sopra richiamata (comunicazione della Provincia di Modena – PG. N. 232495 del 16/09/2020) è stato individuato tra i territori candidati alla presentazione per l'anno 2020 di progetti di promozione e marketing del territorio e che la misura delle risorse massime assegnabili al Comune di Modena è quantificata dalla Regione Emilia Romagna nell'80% di un budget di progetto totale di € 80.000,00, pari quindi a € 64.000,00 nel biennio 2021-2022;

Richiamata la Delibera di Giunta n. 262 del 7/5/2019 che ha approvato il documento “Primo Piano per il Turismo a Modena - Linee Guida”; per proseguire il percorso condiviso con i soggetti pubblici e privati e avviare una nuova fase di condivisione degli obiettivi strategici ponendo Modena al centro di una rete di collaborazioni e di un territorio a grande potenzialità turistica;

Premesso:

- il turismo nel territorio modenese a seguito dell'emergenza sanitaria legata al Covid-19, ha registrato un crollo verticale degli arrivi e delle presenze turistiche sia nazionali che internazionali;
- prima dell'emergenza sanitaria Covid-19 il territorio modenese aveva sviluppato, nel corso degli ultimi cinque anni, un progressivo e costante aumento del flusso turistico;
- nel corso dell'anno 2020 è stato progettato, per il biennio 2020-2021, un piano di marketing digitale finalizzato alla promozione e alla ripresa dell'attrattiva turistica della città e del suo territorio, nel mercato turistico italiano, principalmente Emilia-Romagna, Lombardia, Toscana, Veneto, Piemonte, in corso di avvio;
- il citato piano di marketing proporrà strategie e linguaggi comunicativi diversificati in base all'evolversi delle opportunità di fruizione turistica conseguenti alle fasi post emergenziali, graduando nel tempo azioni e tipologie di strumenti in relazione al progressivo, e auspicato, ritorno alla mobilità turistica e di visita;

Ritenuto:

- che il Comune di Modena debba proseguire, potenziandole, le strategie di promozione della città e delle sue eccellenze realizzate in questi ultimi anni e finalizzate ad incrementarne l'attrattiva e la qualità dell'accoglienza, con conseguente creazione di nuove e crescenti opportunità economiche per il sistema imprenditoriale locale;
- che i principali prodotti turistici del territorio quali motori, enogastronomia e cultura-architettura-storia, completati da lirica, artigianato locale e turismo esperienziale (montagna, terme, borghi, ville

e castelli) meritano un approfondimento e uno sviluppo al fine di raggiungere target e mercati più ampi, permettendo al territorio modenese di migliorare il posizionamento anche a livello internazionale;

- che la promozione e la visibilità mediatica internazionale dell'offerta turistica modenese sono ambiti da potenziare fortemente, soprattutto nel biennio 2021-2022, periodo in cui si prevede un incremento della mobilità anche a livello internazionale, in modo particolare europeo;

- che l'attuale sistema di governance della destinazione turistica potrà avvalersi del ruolo di Modena quale hub del territorio, affinché svolga funzioni di accoglienza turistica, marketing e promocommercializzazione per tutto il territorio provinciale;

- che la realizzazione di un piano di promozione e marketing digitale del territorio finalizzato ad incrementare i pernottamenti negli alberghi e/o prolungare i giorni di visita, dedicato ai mercati europei, da realizzare in collaborazione con APT, in modo assolutamente complementare alle azioni dell'Agenzia di promozione regionale, completi in modo sinergico il progetto di marketing digitale dedicato al mercato italiano, in corso di avvio e possa creare opportunità economiche per il tessuto economico locale e influire positivamente sul tessuto commerciale e ricettivo della città, attraverso azioni di coinvolgimento nell'ottica di una strategia di marketing integrato;

Visto e valutato:

- che in considerazione di quanto sopra riportato è stato predisposto il progetto "Promozione del territorio e delle eccellenze di Modena - la città riflessa nel suo territorio Fase 2 – mercato estero" finalizzato a potenziare il valore turistico complessivo dell'intero territorio provinciale, anche a livello internazionale, attraverso un piano di promozione e marketing digitale di itinerari che partendo dalla città prevedano la correlazione con altri centri del territorio per tematismi o per percorsi esperienziali o per diversificazione di target, per aumentarne il valore attrattivo;

- che l'obiettivo del progetto è di aumentare la permanenza media e i pernottamenti al fine di sviluppare incrementi di spesa complessiva del turista a beneficio di tutto il tessuto economico territoriale;

Considerato che il Comune di Modena intende quindi presentare al finanziamento regionale, di cui alla deliberazione della Giunta della Regione Emilia Romagna n. 844 del 13/07/2020 sopra citata, il Progetto denominato "Promozione del territorio e delle eccellenze di Modena - la città riflessa nel suo territorio Fase 2 – mercato estero";

Visto che tale candidatura deve pervenire alla Regione Emilia-Romagna entro il 30 settembre 2020, completa di atto di approvazione del progetto da parte dell'organo competente e di convenzione fra l'Ente locale richiedente e le Associazioni maggiormente rappresentative delle piccole e medie imprese del commercio e dei servizi in cui vengono definiti e condivisi gli obiettivi generali e specifici dell'intervento;

Dato atto che la quota di finanziamento da parte del Comune di Modena del progetto che si candiderà al finanziamento regionale, sul budget complessivo di progetto di € 80.000,00 per il biennio 2021-2022, è pari almeno a € 16.000,00 (corrispondente al 20% di € 80.000,00), somma che trova copertura come segue:

- per € 8.000,00 sul capitolo 20000 M.P. 14.2 Piano dei Conti 1.03.02.13.000 del Bilancio 2021;

- per € 8.000,00 sul capitolo 20000 M.P. 14.2 Piano dei Conti 1.03.02.13.000 del Bilancio 2022;

Dato atto inoltre che con successivo atto del Dirigente Responsabile, in caso di finanziamento da parte della Regione del progetto candidato, si procederà sulla base degli atti approvati dalla Regione Emilia-Romagna ad assumere i relativi accertamenti e impegni e a confermare la prenotazione della somma prevista quale quota di finanziamento a carico del Comune di Modena;

Ritenuto pertanto opportuno:

- approvare il progetto “Promozione del territorio e delle eccellenze di Modena - la città riflessa nel suo territorio Fase 2 – mercato estero”, allegato alla presente deliberazione quale parte integrante e sostanziale, per una spesa complessiva preventivata di € 80.000,00 finanziabile nella misura massima dell'80% delle spese ammissibili dalla Regione Emilia-Romagna, prevedendo che gli interventi verranno realizzati nell'arco del biennio 2021-2022; nella misura del 50% nell'annualità 2021 ed in misura del 50% nell'annualità 2022;

- approvare lo schema di Convenzione allegato alla presente Deliberazione, tra il Comune di Modena e i rappresentanti delle principali Categorie economiche del commercio e del turismo che, in riferimento alla necessità sopraevidenziata, è stato condiviso in sede di incontri preliminari per la presentazione al finanziamento regionale del Progetto “Promozione del territorio e delle eccellenze di Modena - la città riflessa nel suo territorio Fase 2 – mercato estero”;

- subordinare la realizzazione del progetto “Promozione del territorio e delle eccellenze di Modena - la città riflessa nel suo territorio Fase 2 – mercato estero” al finanziamento da parte della Regione Emilia-Romagna riservandosi di valutare l'opportunità della sua realizzazione in caso tale finanziamento non venga assegnato o che venga assegnato in misura sostanzialmente diversa da quanto previsto;

- prenotare la somma di € 16.000,00 (corrispondente al 20% di € 80.000,00) a copertura della quota di finanziamento a carico del Comune di Modena sulla base di quanto dettagliato nel piano finanziario contenuto nel progetto medesimo:

- € 8.000,00 sul capitolo 20000 M.P. 14.2 Piano dei Conti 1.03.02.13.000 del Bilancio 2021;
- € 8.000,00 sul capitolo 20000 M.P. 14.2 Piano dei Conti 1.03.02.13.000 del Bilancio 2022;

Richiamato l'art. 48 del D.lgs. n. 267/2000 T.U. Ordinamento EE.LL.;

Vista la disposizione della Dirigente del Settore Cultura, sport, giovani e promozione della città, dott.ssa Giulia Severi, prot. 326706 del 4/11/2019, “Delega di funzioni e nomine”, in cui si delega al dott. Giovanni Bertugli anche la formulazione di proposte di deliberazione da sottoporre alla Giunta o al Consiglio di competenza del Servizio Promozione della città e Turismo, corredate del parere di regolarità tecnica, previo visto del Dirigente di Settore, ai sensi dell'art. 49, comma 1, del D.Lgs. n. 267/2000 T.U. Ordinamento EE.LL.;

Visto il parere favorevole del Dirigente Responsabile del Servizio Promozione della Città e Turismo, dott. Giovanni Bertugli, espresso in ordine alla regolarità tecnica, attestante la regolarità e la correttezza dell'azione amministrativa ai sensi degli artt. 49, comma 1 e 147 bis, comma 1° del D.lgs. n. 267/2000, T.U. Ordinamento EE.LL.;

Dato atto che, vista l'assenza della Dirigente Responsabile del Settore Cultura, Sport Giovani e Promozione della Città, dott.ssa Giulia Severi, si considera superata la richiesta di sottoscrizione del visto di congruità;

Dato atto dell'attestazione in merito all'esistenza della copertura finanziaria della spesa, espressa in sede istruttoria dal Responsabile del Servizio Finanze, Economato e Organismi partecipati del Settore Risorse Finanziarie e patrimoniali, dott. Davide Manelli;

Visto il parere favorevole del Ragioniere Capo, dott.ssa Stefania Storti, espresso in merito alla regolarità contabile ai sensi degli artt. 49, comma 1 e 147 bis, comma 1, del D.Lgs. n. 267/2000, T.U. Ordinamento EE.LL.;

Ad unanimità di voti espressi in forma palese;

D e l i b e r a

- di approvare il progetto “Promozione del territorio e delle eccellenze di Modena - la città riflessa nel suo territorio Fase 2 – mercato estero”, allegato alla presente deliberazione quale parte integrante e sostanziale, per una spesa complessiva preventivata di € 80.000,00 finanziabile nella misura massima dell'80% delle spese ammissibili dalla Regione Emilia-Romagna, prevedendo che gli interventi verranno realizzati nell'arco del biennio 2021-2022; nella misura del 50% nell'annualità 2021 ed in misura del 50% nell'annualità 2022;

- di approvare lo schema di Convenzione tra il Comune di Modena e le Associazioni di Categoria Confesercenti, Confcommercio, CNA e Lapam allegato e parte integrante e sostanziale della presente Deliberazione, per la presentazione al finanziamento regionale del Progetto “Promozione del territorio e delle eccellenze di Modena - la città riflessa nel suo territorio Fase 2 – mercato estero”;

- di subordinare la realizzazione del progetto “Promozione del territorio e delle eccellenze di Modena - la città riflessa nel suo territorio Fase 2 – mercato estero” al finanziamento da parte della Regione Emilia-Romagna riservandosi di valutare l'opportunità della sua realizzazione in caso tale finanziamento non venga assegnato o che venga assegnato in misura sostanzialmente diversa da quanto previsto;

- di prenotare la somma di € 16.000,00 (corrispondente al 20% di € 80.000,00) a copertura della quota di finanziamento a carico del Comune di Modena, sulla base di quanto dettagliato nel piano finanziario contenuto nel progetto medesimo:

- € 8.000,00 sul capitolo 20000 M.P. 14.2 Piano dei Conti 1.03.02.13.000 del Bilancio 2021;
- € 8.000,00 sul capitolo 20000 M.P. 14.2 Piano dei Conti 1.03.02.13.000 del Bilancio 2022;

- di dare atto che con successivo atto del Dirigente Responsabile, in caso di finanziamento da parte della Regione Emilia-Romagna del progetto candidato, si procederà sulla base degli atti approvati dalla Regione Emilia-Romagna ad assumere i relativi accertamenti e impegni e a confermare la prenotazione della somma prevista quale quota di cofinanziamento a carico del Comune di Modena.

Inoltre

LA GIUNTA COMUNALE

Ritenuto che ricorrano particolari motivi di urgenza;

Visto l'art. 134 c. 4 del D.Lgs. n. 267/2000, T.U. Ordinamento EE.LL.;

Ad unanimità di voti espressi in forma palese;

D e l i b e r a

Di dichiarare il presente atto immediatamente eseguibile.

Letto, approvato e sottoscritto con firma digitale:

Il Sindaco
MUZZARELLI GIAN CARLO

Il Segretario Generale
DI MATTEO MARIA



Comune di Modena

Assessorato Città smart, Politiche economiche,
Turismo e promozione della città, Servizi demografici

CONVENZIONE

tra Comune di Modena e le Associazioni di categoria del commercio e dell'artigianato per il
Progetto:

PROMOZIONE DEL TERRITORIO E DELLE ECCELLENZE DI MODENA
La città riflessa nel suo territorio
FASE 2 - MERCATO ESTERO

Il Comune di Modena nella persona di Ludovica Carla Ferrari Assessora alle Politiche economiche Turismo e Promozione della città

e

Le Associazioni di Categoria del Commercio e dell'Artigianato

Confesercenti nella persona di _____

Confcommercio nella persona di _____

CNA nella persona di _____

Lapam nella persona di _____

Premesso che

La Giunta della Regione Emilia Romagna con deliberazione n. 844 del 13/07/2020 ha approvato i criteri, i termini e le modalità di presentazione per l'anno 2020 dei progetti di riqualificazione e valorizzazione della rete commerciale ai sensi dell'art. 10 comma 1, lettere b),c), d) della L.R. 41/97, realizzati dagli Enti locali individuati a seguito della procedura di concertazione e condivisione territoriale approvata con la Deliberazione della Giunta Regionale n. 803 del 06/07/2020;

Il Comune di Modena, sulla base della procedura di concertazione e condivisione territoriale approvata con la Deliberazione della Giunta Regionale sopra richiamata (comunicazione della Provincia di Modena – PG. N. 232495 del 16/09/2020) è stato individuato tra i territori candidati alla presentazione per l'anno 2020 di progetti di promozione e marketing del territorio;

Il Comune di Modena con Delibera di Giunta n. 262 del 7/5/2019 ha approvato il documento “Primo Piano per il Turismo a Modena - Linee Guida”; per proseguire il percorso condiviso con i soggetti pubblici e privati e avviare una nuova fase di condivisione degli obiettivi strategici ponendo Modena al centro di una rete di collaborazioni e di un territorio a grande potenzialità turistica;

Considerato che:

- il turismo nel territorio modenese a seguito dell'emergenza sanitaria legata al Covid-19, ha registrato un crollo verticale degli arrivi e delle presenze turistiche sia nazionali che internazionali;
- prima dell'emergenza sanitaria Covid-19 il territorio modenese aveva sviluppato, nel corso degli ultimi cinque anni, un progressivo e costante aumento del flusso turistico;
- nel corso dell'anno 2020 è stato ideato, appaltato e affidato, per il biennio 2020-2021, un piano di marketing digitale finalizzato alla promozione e alla ripresa dell'attrattività turistica della città e del suo territorio, nel mercato turistico italiano, principalmente Emilia-Romagna, Lombardia, Toscana, Veneto, Piemonte;
- il citato piano di marketing proporrà strategie e linguaggi comunicativi diversificati in base all'evolversi delle opportunità di fruizione turistica conseguenti alle fasi post emergenziali, graduando nel tempo azioni e tipologie di strumenti in relazione al progressivo, e auspicato, ritorno alla mobilità turistica e di visita;

Convengono:

- che il Comune di Modena debba proseguire, potenziandole, le strategie di promozione della città e delle sue eccellenze realizzate in questi ultimi anni e finalizzate ad incrementarne l'attrattività e la qualità dell'accoglienza, con conseguente creazione di nuove e crescenti opportunità economiche per il sistema imprenditoriale locale;
- che i principali prodotti turistici del territorio quali motori, enogastronomia e cultura-architettura-storia, completati da lirica, artigianato locale e turismo esperienziale (montagna, terme, borghi, ville e castelli) meritano un approfondimento e uno sviluppo al fine di raggiungere target e mercati più ampi, permettendo al territorio modenese di migliorare il posizionamento anche a livello internazionale;
- che la promozione e la visibilità mediatica internazionale dell'offerta turistica modenese sono ambiti da potenziare fortemente, soprattutto nel biennio 2021-2022, periodo in cui si prevede un incremento della mobilità anche a livello internazionale, in modo particolare europeo;
- che l'attuale sistema di governance può avvalersi del ruolo di Modena quale hub del territorio, affinché svolga funzioni di accoglienza turistica, marketing e promocommercializzazione per tutto il territorio provinciale;

- nella necessità di potenziare il valore turistico complessivo dell'intero territorio provinciale, anche a livello internazionale, attraverso la costruzione di itinerari che partendo dalla città prevedano la correlazione con altri centri del territorio per tematismi o per percorsi esperienziali o per diversificazione di target, per aumentarne il valore attrattivo e perseguire l'obiettivo di aumentare la permanenza media al fine di sviluppare incrementi di spesa complessiva del turista a beneficio di tutto il tessuto economico territoriale;
- che la realizzazione di un piano di promozione e marketing digitale del territorio finalizzato ad incrementare i pernottamenti negli alberghi e/o prolungare i giorni di visita, dedicato ai mercati europei, da realizzare in collaborazione con APT, in modo assolutamente complementare alle azioni dell'Agenzia di promozione regionale, completi in modo sinergico il progetto di marketing digitale dedicato al mercato italiano, in corso di avvio e possa creare opportunità economiche per il tessuto economico locale e influire positivamente sul tessuto commerciale e ricettivo della città, attraverso azioni di coinvolgimento nell'ottica di una strategia di marketing integrato;
- sull'opportunità che l'Amministrazione Comunale presenti alla Regione Emilia Romagna domanda di partecipazione per accedere al contributo per la realizzazione del progetto **PROMOZIONE DEL TERRITORIO E DELLE ECCELLENZE DI MODENA - *La città riflessa nel suo territorio - FASE 2 - MERCATO ESTERO***

Si impegnano:

alla reciproca collaborazione ai tavoli di lavoro in sede di definizione strategica degli interventi, pianificazione delle azioni, monitoraggio dei risultati.

Letto e sottoscritto per accettazione

Comune di Modena

Assessora alle Politiche economiche Turismo e Promozione della Città

Ludovica Carla Ferrari _____

Associazioni di Categoria del Commercio e dell'Artigianato

Rappresentante Confesercenti _____

Rappresentante Confcommercio _____

Rappresentante CNA _____

Rappresentante Lapam _____

RELAZIONE DESCRITTIVA PROGETTO

SOGGETTO RICHIEDENTE (Comune/Unione di Comuni/Ente capofila, specificando gli enti partecipanti)

COMUNE DI MODENA

DENOMINAZIONE DEL PROGETTO

PROMOZIONE DEL TERRITORIO E DELLE ECCELLENZE DI MODENA
La città riflessa nel suo territorio
Fase 2 : Mercato estero

Descrivere il progetto seguendo i punti elencati:

Descrizione del contesto di riferimento, caratteristiche (punti di forza e debolezza) dell'area oggetto di intervento e motivazione dell'intervento proposto.

Il Comune di Modena intende proseguire, potenziandole, le attività di promozione e marketing territoriale finalizzate alla promozione e al rilancio dell'attrattività turistica della città e del territorio provinciale che a seguito dell'emergenza sanitaria Covid-19 ha registrato un crollo.

Nel corso del 2020 dando attuazione al progetto Promozione del territorio e delle eccellenze di Modena - *La città riflessa nel suo territorio*” finanziato con deliberazione della Giunta della Regione Emilia Romagna n. 1901 del 4/11/2019 è stato ideato e affidato, per il biennio 2020-2021, un piano di marketing digitale finalizzato alla promozione e alla ripresa dell'attrattività turistica della città e del suo territorio nel mercato turistico italiano, principalmente: Emilia-Romagna, Lombardia, Toscana, Veneto, Piemonte (città capoluogo e centri più importanti e ben collegate a Modena anche con treno) con profilazione basata sugli interessi dei segmenti turistici individuati dal bando di gara.

In questa direzione il Comune di Modena intende potenziare la campagna digitale in corso di avvio, sempre a favore di tutto il territorio provinciale, con una campagna dedicata ai mercati europei che completi in modo sinergico il progetto di marketing digitale dedicato al mercato italiano. In particolare, previa analisi e continuo monitoraggio dell'evolversi della situazione, verranno sviluppate azioni promozionali verso tutto il mercato europeo con particolare riferimento all'area DACH (Germania, Austria, Svizzera) che rappresenta uno dei principali bacini di provenienza dei flussi esteri verso Modena e, indicativamente, verso Francia, Spagna, Benelux e UK.

Il progetto proseguirà, rafforzandola, la strategia di comunicazione territoriale capace di valorizzare le eccellenze del territorio in relazione all'evoluzione della nuova domanda turistica (post Covid-19).

L'obiettivo è quello di potenziare il valore turistico complessivo del territorio provinciale, attraverso la costruzione di itinerari che, partendo dalla città, prevedano la correlazione con altri centri del territorio per tematismi o per percorsi esperienziali (es. un test drive, una visita ad uno showroom o una collezione privata di auto, una degustazione, un'escursione, un'esperienza di sport, una visita a un caseificio, un' acetaia, un museo, ecc) o per diversificazione di target. In questo modo oltre ad aumentare il valore attrattivo, verrà perseguito l'obiettivo di aumentare la permanenza media al fine di sviluppare incrementi di spesa complessiva del turista a beneficio di tutto il tessuto economico territoriale.

DATI DI CONTESTO SUL TURISMO A MODENA E PROVINCIA

Prima dell'emergenza sanitaria Covid-19 il territorio modenese aveva sviluppato, nel corso degli ultimi cinque anni, un progressivo e costante aumento del flusso turistico. In particolare come si evidenzia nelle tabelle seguenti, arrivi e presenze hanno registrato un andamento fortemente positivo: negli ultimi 5 anni, confrontando il 2015 e il 2019, i turisti nella provincia di Modena sono cresciuti del 45,86%, a fronte della crescita media regionale del 19,16%, i pernottamenti in provincia di Modena hanno registrato una crescita del 37,58% mentre in Regione si è rilevata un crescita media pari al 10,42 %.

Arrivi per Italiani/Stranieri e Anno – provincia di Modena dal 2015 al 2019

Italiani/Stranieri	2015	2016	2017	2018	2019	Variazione % 2015-2019
Italiani	341.060	406.318	463.141	473.293	501.500	47,04
Stranieri	153.388	185.939	199.734	206.923	219.717	43,24
Totale	494.448	592.257	662.875	680.216	721.217	45,86

Presenze per Italiani/Stranieri e Anno – provincia di Modena - dal 2015 al 2019

Italiani/Stranieri	2015	2016	2017	2018	2019	Variazione % 2015-2019
Italiani	849.535	981.043	1.085.942	1.155.041	1.203.605	41,67
Stranieri	360.974	432.985	447.984	463.375	461.829	27,93
Totale	1.210.509	1.414.028	1.533.926	1.618.416	1.665.434	37,58

Fonte: Regione Emilia-Romagna

Complessivamente nel contesto regionale la provincia di Modena presenta il più alto tasso di crescita

dei turisti negli ultimi 5 anni, mentre si colloca al terzo posto per la crescita dei pernottamenti.

TURISTI – Confronto tra province tra il 2015-2019

Provincia	2015	2019	Variazione %
Piacenza	221.979	271.365	+ 22,25
Parma	688.991	717.163	+ 4,09
Reggio Emilia	284.762	402.373	+ 41,30
Modena	494.448	721.217	+ 45,86
Bologna	1.736.241	2.408.818	+ 38,74
Ferrara	534.377	589.083	+ 10,24
Ravenna	1.384.874	1.552.891	+ 12,13
Forlì-Cesena	1.040.337	1.144.405	+ 10,00
Rimini	3.346.839	3.790.613	+ 13,26
Totale	9.732.848	11.597.928	+ 19,16

Fonte: Regione Emilia-Romagna

PRESENZE – Confronto tra province tra il 2015-2019

Provincia	2015	2019	Variazione %
Piacenza	444.317	533.530	+ 20,08
Parma	1.673.590	1.636.384	-2,22
Reggio Emilia	552.741	844.529	+ 52,79
Modena	1.210.509	1.665.434	+ 37,58
Bologna	3.298.736	4.822.448	+ 46,19
Ferrara	3.052.072	2.607.099	-14,58
Ravenna	6.204.923	6.576.896	+ 5,99
Forlì-Cesena	4.791.241	5.436.119	+ 13,46
Rimini	15.322.874	16.237.603	+ 5,97
Totale	36.551.003	40.360.042	+ 10,42

Fonte: Regione Emilia-Romagna

Per quanto riguarda i mercati nazionali le principali regioni di riferimento, dati 2019, sono nell'ordine: Emilia-Romagna, Lombardia, Toscana. Il totale dei turisti Italiani arrivati a Modena è stato 501.500.

ARRIVI ITALIANI - anno 2019

Regione	Turisti	Variazione % 2018-2019
Emilia-Romagna	84.257	4,4
Lombardia	83.141	4,4
Toscana	53.912	4,7
Lazio	45.201	8,2
Piemonte	43.520	8,1
Campania	32.860	8
Veneto	32.584	5,2
Puglia	25.726	1,4

Marche	14.895	7,3
Sicilia	14.599	9,5
Liguria	12.051	7,7
Abruzzo	11.545	7,7
Umbria	8.865	5,7
Calabria	8.714	12,2
Friuli V.G.	8.568	8,3
Sardegna	5.024	0,3
Trento	4.274	6,8
Basilicata	4.176	9,8
Bolzano	3.369	6,4
Molise	2.373	23
Valle d'Aosta	1.846	21,1

Fonte: Regione Emilia-Romagna

PRESENZE ITALIANE - anno 2019

Regione	Presenze / pernottamenti	Variazione % 2018-2019
Emilia-Romagna	267.423	11,1
Lombardia	161.796	2,6
Toscana	118.212	6,9
Campania	101.805	3,1
Lazio	93.529	7,8
Piemonte	93.504	5,7
Puglia	75.139	-3
Veneto	63.882	-0,7
Sicilia	44.613	-5
Marche	28.833	1,2
Calabria	26.243	-6,8
Abruzzo	22.025	-6,9
Liguria	21.067	-4,9
Umbria	20.238	8,1
Friuli V.G.	16.865	2,4
Basilicata	13.547	12,4
Sardegna	12.331	-3,4
Trento	7.139	1,7
Molise	6.584	28,7
Bolzano	5.362	-7,1
Valle d'Aosta	3.468	17,1

Gli arrivi dall'estero sono stati 219.717 per il 75% europei e per il restante 25% extraeuropei. I mercati principali di riferimento esteri nell'ordine sono: Germania, Stati Uniti d'America, Francia, Regno Unito, Svizzera e Liechtenstein, Spagna, Svezia, Paesi Bassi, Cina, Belgio, Brasile, Austria, Romania, Polonia, Russia, Australia, Giappone, Canada, India, Argentina.

A seguito dell'emergenza sanitaria Covid-19 le dinamiche del mercato turistico del territorio modenese si sono completamente fermate.

Arrivi per Italiani/Stranieri Anno 2020– provincia di Modena.

Italiani/Stranieri	2020	Variazione % 2019-2020
Italiani	137.689	-53,4
Stranieri	32.007	-74,9
Totale	169.696	-59,9

Presenze per Italiani/Stranieri Anno 2020– provincia di Modena.

Italiani/Stranieri	2020	Variazione % 2019-2020
Italiani	376.314	-46,7
Stranieri	85.343	-68,6
Totale	461.657	-52,8

Fonte:

n

e

Emilia-Romagna

Regio-

I quesiti ricorrenti pongono unanime attenzione a quando e come si potrà riavviare l'attività turistica e il suo indotto e a come sarà la ripresa in termini domanda e profilo del turista post Covid-19. Ogni possibile scenario sarà comunque caratterizzato da:

- un notevole impatto sulla domanda con sensibile diminuzione delle presenze turistiche, sicuramente almeno nel medio-breve periodo;
- un "nuovo" turista - viaggiatore che cercherà esperienze e destinazioni fruibili (ovvero compatibili con le limitazioni probabilmente saranno vigenti per tempo) ma capaci di far superare l'attuale periodo di stress all'insegna della ritrovata socialità e del tempo libero.

PUNTI DI FORZA E DI DEBOLEZZA DELL'AREA

Modena è una meta interessante ed appetibile per diverse tipologie di viaggiatore identificabile in base all'interesse prioritario e alla motivazione del viaggio: turista culturale attirato dal sito UNESCO, dal tema dei castelli, dalla storia del Ducato Estense e che vede Modena anche come base per esplorare altre mete provinciali e regionali data la posizione baricentrica in regione; turista food & lifestyle che ama conoscere prodotti tipici, tradizioni e sperimentare i gusti del territorio molto conosciuto per la grande concentrazione di prodotti DOP e IGP; turista "motorvalley" amante delle auto e moto attirato dalla grande concentrazione di fabbriche, musei, circuiti e collezioni private di auto d'epoca della zona;

turista bleisure che unisce viaggio di affari alla scoperta del territorio; turista in famiglia/piccoli gruppi, turista della musica ispirato dall'immagine e dal ricordo per Luciano Pavarotti; turista interessato alla natura, al benessere e allo sport.

Di seguito un elenco di tipo esemplificativo, ma non esaustivo, dei principali punti di forza e mix di tematiche legate al capoluogo e ai luoghi del territorio che dovranno essere oggetto e contenuto del piano di comunicazione digitale rivolto al mercato europeo.

Modena si trova in una una posizione baricentrica nella Regione Emilia Romagna, facilmente raggiungibile in auto, treno e aereo e base ideale per la scoperta del territorio provinciale e regionale. Una destinazione non toccata dal turismo di massa, che propone esperienze autentiche di conoscenza e contatto con la comunità locale, con il territorio in un mix di arte, sapori, motori e natura.

	Temi	Risorse Modena	Risorse territorio
Arte, storia e cultura	Il Romanico	Duomo di Modena, sito Unesco (Duomo, Piazza Grande, Torre Ghirlandina)	Abbazia di Nonantola e museo Benedettino. La pieve di Santa Maria in Castello (La Sagra) a Carpi, la Pieve di Trebbio a Guiglia L'abbazia di Frassinoro, la Pieve di Rubbiano e le altre pievi romaniche dell'Appennino
	Sulle tracce degli Estensi	Palazzo Ducale di Modena, Galleria Estense, Palazzo dei Musei, Ago (Modena Fabbriche culturali)	Palazzo Ducale di Sassuolo
	I castelli e borghi del territorio modenese		Rocca di Vignola, Castello di Spezzano (Museo della Ceramica), Castello di Formigine, Palazzo dei Pio e Piazza Martiri gioielli del Rinascimento di Carpi, Borgo di Castelvetro, Castello di Levizzano, Borgo di Savignano sul Panaro, Castello di Montecuccoli, Castello di Sestola, Montefiorino, Fiumalbo, Borghi e paesi in Appennino
	Terra di musica e Belcanto	Teatro Comunale Luciano Pavarotti. Casa Museo Luciano Pavarotti, Progetto Belcanto	Vasco Rossi e Zocca
	Archeologia e antichità	Museo Civico Archeologico di Modena, Museo Lapidario Estense	Parco archeologico e Museo all'aperto della Terramare di Montale, Mummie di Roccapelago
	Arti visive, fotografia	Museo della Figurina Le mostre organizzate da FMAV (Fondazione Modena Arti Visive)	
	I luoghi della memoria		Museo al deportato politico e Razziale a Carpi, Ex Campo di Fossoli
	Terra di Motori	Museo Enzo Ferrari, Maserati Fabbrica e Showroom, Museo Umberto Panini, Museo Stanguellini, Autodromo	Museo Ferrari Maranello, Museo e fabbrica Pagani a San Cesario sul Panaro, Collezione Righini a Panzano di Castelfranco Emilia.

	di Modena	
Terra di sapori	Mercato Albinelli, Acetaia Comunale di Modena	Museo del Balsamico a Spilamberto, MUSA (Museo della salumeria) a Castelnuovo Rangone, Le ciliege di Vignola e la Torta Barozzi
	Su tutto il territorio, prodotti DOP e IGP del territorio, le acetaie, i caseifici, le cantine, il paesaggio rurale, l'artigianato e antichi mestieri	
Natura, sport e benessere	Piste ed itinerari ciclabili, Giardini Ducali	Parco fluviale della cassa d'espansione del Secchia, Villa Sorra, Terme di Salvarola, Salse di Nirano, Parco dei Sassi di Roccamatina, Sport invernali sul Cimone, Palaghiaccio di Fanano, l'Appennino in estate, Parco del Frignano, i parchi avventura sull'Appennino

I singoli prodotti turistici meritano pertanto un approfondimento e uno sviluppo al fine di raggiungere target e mercati più ampi, permettendo a Modena di migliorare il posizionamento anche a livello internazionale.

L'attuale sistema di governance, da segnalare come minaccia, in quanto spesso troppo campanilista, potrà inoltre avvalersi del ruolo di Modena quale hub del territorio, affinché svolga funzioni di accoglienza turistica, marketing e promo-commercializzazione per tutto il territorio provinciale.

Per quanto riguarda i punti di debolezza gli strumenti di promo-commercializzazione off-line e on-line utilizzati per il turismo come i social media, strumento fondamentale per la qualificazione della proposta turistica e la *social-reputation* di Modena, devono essere potenziati e gestiti in forma più coordinata, in particolar modo a livello internazionale.

Definizione della governance dell'area di riferimento con l'individuazione dei soggetti, ruoli, modalità di pianificazione strategica e operativa, formalizzazione degli accordi ecc;

Il modello di governance e la metodologia di lavoro che verranno adottati sono quelli che si stanno sperimentando con il progetto in corso di realizzazione "PROMOZIONE DEL TERRITORIO E DELLE ECCELLENZE DI MODENA - La città riflessa nel suo territorio" presentato alla Regione Emilia Romagna nell'ambito dei finanziamenti L.R. 41/97 (Anno 2019) finanziato con deliberazione della Giunta della Regione Emilia Romagna n. 1901 del 4/11/2019, secondo una logica di sistema e di integrazione fra strumenti di intervento e di partnership pubblico-privata ed avendo come partner privilegiati le Associazioni di categoria del commercio e dell'artigianato, il tavolo degli IAT – UIT della Provincia, la società di promozione del centro storico Modenamoremio e gli operatori economici in campo commerciale, ristorativo, ricettivo e dei servizi.

Con questo progetto ci si pone infatti l'obiettivo di indirizzare l'attuale sistema di governance verso una gestione unitaria della promozione e marketing territoriale con un più strutturato ruolo della città di Modena quale hub del territorio.

Ruoli, modalità di pianificazione strategica e operativa, formalizzazione degli accordi ecc;

Il progetto verrà attuato dal Comune di Modena e proseguirà, rafforzandola, la strategia di comunicazione territoriale capace di valorizzare le eccellenze di tutto territorio provinciale, in relazione all'evoluzione della nuova domanda turistica (post Covid-19), verrà elaborato in collaborazione di APT, in modo assolutamente complementare alle azioni dell'Agenzia di promozione regionale e in raccordo con il tavolo degli IAT e UIT del territorio costituito grazie ad una specifica azione progettuale del Comune di Modena nell'ambito del PTPL 2019; la consulta provinciale del Turismo, coordinata dalla provincia di Modena che racchiude i principali attori pubblico privati operanti nel turismo a livello territoriale, costituirà il riferimento di governance con il quale condividere i risultati del progetto nell'ambito e in raccordo con le politiche turistiche locali.

Obiettivi generali dell'intervento e risultati attesi:

Il piano di marketing digitale dovrà promuovere la città di Modena e il territorio provinciale nel mercato turistico europeo, rilanciando la destinazione dopo la crisi provocata dall'emergenza sanitaria e dovrà avere la capacità di "raccontare il territorio" evidenziando gli elementi di autenticità delle tradizioni e tipicità delle eccellenze turistiche. In questa direzione dovrà essere sviluppata una strategia di comunicazione capace di valorizzare le eccellenze del territorio in relazione all'evoluzione della nuova domanda turistica.

Il piano completerà in modo sinergico il progetto di marketing digitale dedicato al mercato italiano, in corso. In particolare, previa analisi e continuo monitoraggio dell'evolversi della situazione, verranno sviluppate azioni promozionali verso tutto il mercato europeo con particolare riferimento all'area DACH (Germania, Austria, Svizzera) che rappresenta uno dei principali bacini di provenienza dei flussi esteri verso Modena e, indicativamente, verso Francia, Spagna, Benelux e UK.

Risultati attesi:

- **migliorare l'attrattività turistico-commerciale nei confronti dei turisti europei del complessivo territorio provinciale promuovendo itinerari e percorsi esperienziali delle numerose eccellenze presenti** (arte, cultura, motori, enogastronomia, ecc...);
- **aumentare i pernottamenti e la durata media del soggiorno a Modena a beneficio degli operatori economici** (attività recettive, ristoranti, negozi, attività di servizi, ecc....);
- **stimolare la qualificazione della rete commerciale e ricettiva**, la crescita della capacità di accogliere e offrire servizi ai visitatori, turisti e clienti attraverso lo sviluppo di servizi aggiuntivi che possano migliorare la competitività delle rete puntando sulla qualità, l'innovatività, la specializzazione e l'unicità dei prodotti e dei luoghi, che dovranno essere efficacemente integrati e avviati alla promozione e commercializzazione sul mercato nazionale ed internazionale;
- **accrescere la competitività del sistema turistico con azioni di marketing e promocommercializzazione efficaci e innovative;**

- **sviluppare nuove opportunità economiche per il sistema imprenditoriale locale** creando condizioni favorevoli per il consolidamento e lo sviluppo del lavoro, delle imprese turistiche e della filiera, la generazione di nuova imprenditorialità e l'occupazione giovanile per un lavoro etico, sicuro e qualificante, anche attraverso la promozione della digitalizzazione e dell'innovazione delle imprese del sistema turistico, la creazione e il rafforzamento delle reti di imprese e delle filiere;
- **rafforzare i sistemi di governance pubblico/privato** e gestire in maniera integrata e sinergica le iniziative di comunicazione e promozione.

Descrizione dettagliata delle azioni progettuali previste (specificando per ciascuna gli obiettivi specifici, le modalità di svolgimento, le risorse necessarie e i tempi di realizzazione in conformità del cronoprogramma di cui al paragrafo 4 dell'allegato A della deliberazione della Giunta regionale di approvazione dei criteri);

PROGETTAZIONE E REALIZZAZIONE DI UN PIANO DI COMUNICAZIONE E MARKETING DIGITALE - MERCATO EUROPEO

Il progetto prevede la progettazione e realizzazione di un piano di marketing digitale che utilizzi strumenti di pubblicità display, campagne SEM, di social media marketing e di social media advertising, geolocalizzati su aree in ambito europeo, principalmente Germania, Austria, Svizzera.

Azioni:

- α) Definizione della strategia di comunicazione multiplatforma e conseguente pianificazione mezzi incentrata sull'analisi particolareggiata dei vari segmenti turistici target prescelti (età, interessi, elementi di profilo), definizione del concept generale di comunicazione e declinazione operativa per i differenti target obiettivo, delle dinamiche di coinvolgimento dei differenti pubblici, degli strumenti utilizzati (ad esempio, content marketing, online advertising, social media marketing, digital PR). La strategia di comunicazione dovrà prevedere azioni di affinamento e ridefinizione degli strumenti del piano in funzione dell'analisi dei risultati e dell'evoluzione delle dinamiche turistiche.
- β) Pianificazione e realizzazione della campagna e dei media.

Definizione del piano mezzi della campagna, la sua articolazione tra attività di promozione "organica", attività di acquisto di spazi pubblicitari, attività di PR, attività di distribuzione di contenuti, attività di engagement e altre attività di digital marketing relativamente ai cosiddetti "pay media", "earned media", "shared media".

- γ) Monitoraggio: individuazione di un serie di indicatori di valutazione; definizione della periodicità delle misurazioni.

Il piano di promozione sarà biennale, il periodo di attivazione della campagna avverrà presumibilmente tra aprile e ottobre degli anni 2021 e 2022, con l'individuazione specifici week end o periodi promozionali a seconda della tipologia di itinerario e/o target.

Per sviluppare il piano di promozione digitale si prevede di utilizzare i principali strumenti / canali web quali GoogleSearch, Google Display network, YouTube Ads, Facebook advertising, in modo da sfruttare al meglio tutte le possibilità del marketing integrato per raggiungere in modo ottimale e qualificato i potenziali turisti e visitatori della città e del territorio.

Il target di riferimento sarà **europeo**.

Il piano di promozione digitale potrà rappresentare per commercianti ed operatori economici un punto di riferimento per l'organizzazione aziendale (aperture, gestione ordini, personale, ecc.) e un riferimento di offerta di visita e intrattenimenti per i propri clienti, inoltre poichè è finalizzato ad incrementare i pernottamenti negli alberghi e/o prolungare i giorni di visita, potrà creare opportunità economiche per il tessuto economico locale.

Definizione di un sistema di monitoraggio con l'indicazione, in relazione agli obiettivi, dei risultati attesi, dei relativi indicatori, delle modalità e tempi di misurazione;

Sulla base dei canali e degli strumenti social che verranno utilizzati, verrà definito un sistema di monitoraggio, con cadenza semestrale, capace di misurare la riuscita tecnica della campagna promozionale europea attraverso la rilevazione dei seguenti dati:

- n. interazioni (commenti, like, condivisioni, reazioni);
- n. impressions (n. di volte in cui il contenuto è stato visto);
- % CTR (percentuale di click in relazione al numero di visualizzazioni di un messaggio pubblicitario);
- n. call to action.

In relazione all'obiettivo dello IAT di Modena di proporsi come "aggregatore" della più ampia Rete degli IAT del territorio si ritiene opportuno monitorare (con cadenza semestrale) l'andamento delle richieste di informazione sul territorio pervenute allo IAT di Modena e i servizi offerti attraverso il sito e gli uffici IAT Modena attraverso tali indicatori:

Indicatori	Risultato atteso	Risultato conseguito
% richieste informazioni pervenute allo IAT Modena da utenti stranieri (front office, e-mail, telefono)	Incremento maggiore o uguale al 10 % rispetto ai dati Anno 2020	
%. accessi fisici di utenti stranieri allo IAT Modena	Incremento maggiore o uguale al 10 % rispetto ai dati Anno	

	2020	
--	------	--

Riepilogo delle risorse necessarie per la realizzazione delle singole azioni progettuali previste

- Spesa prevista per la realizzazione del progetto: euro 80.000 di cui il 20% a carico del Comune di Modena a titolo di cofinanziamento;
- gli interventi verranno realizzati nell'arco del biennio 2021-2022; nella misura del 50% nell'annualità 2021 ed in misura del 50% nell'annualità 2022.

.....lì.....

.....
Il Legale Rappresentante



COMUNE DI MODENA

**PARERE DI REGOLARITA' TECNICA
SETTORE CULTURA SPORT GIOVANI E PROMOZIONE DELLA CITTA'**

OGGETTO: PROGETTO "PROMOZIONE DEL TERRITORIO E DELLE ECCELLENZE DI MODENA - LA CITTA' RIFLESSA NEL SUO TERRITORIO - FASE 2 MERCATO ESTERO" - APPROVAZIONE PROGETTO E CONVENZIONE CON LE ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA PER LA PRESENTAZIONE DELLA CANDIDATURA ALLA REGIONE EMILIA ROMAGNA AI SENSI DELLA L.R. 41/97 ART. 10 - ANNO 2020

Si esprime il parere FAVOREVOLE in ordine alla regolarità tecnica della presente proposta di deliberazione n. 2909/2020, attestante la regolarità e la correttezza dell'azione amministrativa, ai sensi degli artt. 49, comma 1, e 147 bis, comma 1, del T.U. n. 267/2000 ordinamento EE.LL.;

Modena li, 17/09/2020

Sottoscritto dal Dirigente
(BERTUGLI GIOVANNI)
con firma digitale



COMUNE DI MODENA

ATTESTAZIONE DI COPERTURA FINANZIARIA Settore Risorse Finanziarie e Patrimoniali

OGGETTO: PROGETTO "PROMOZIONE DEL TERRITORIO E DELLE ECCELLENZE DI MODENA - LA CITTA' RIFLESSA NEL SUO TERRITORIO - FASE 2 MERCATO ESTERO" - APPROVAZIONE PROGETTO E CONVENZIONE CON LE ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA PER LA PRESENTAZIONE DELLA CANDIDATURA ALLA REGIONE EMILIA ROMAGNA AI SENSI DELLA L.R. 41/97 ART. 10 - ANNO 2020

Si attesta l'esistenza della copertura finanziaria della spesa relativa alla presente proposta di deliberazione n. 2909/2020, ai sensi degli artt. 147 bis, comma 1, e 153, comma 5, del T.U. n. 267/2000 ordinamento EE.LL.

Modena li, 18/09/2020

Sottoscritto dal Dirigente
(MANELLI DAVIDE)
con firma digitale



COMUNE DI MODENA

PARERE DI REGOLARITA' CONTABILE **Settore Risorse Finanziarie e Patrimoniali**

OGGETTO: PROGETTO "PROMOZIONE DEL TERRITORIO E DELLE ECCELLENZE DI MODENA - LA CITTA' RIFLESSA NEL SUO TERRITORIO - FASE 2 MERCATO ESTERO" - APPROVAZIONE PROGETTO E CONVENZIONE CON LE ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA PER LA PRESENTAZIONE DELLA CANDIDATURA ALLA REGIONE EMILIA ROMAGNA AI SENSI DELLA L.R. 41/97 ART. 10 - ANNO 2020

Si esprime parere FAVOREVOLE in merito alla regolarita' contabile della presente proposta di deliberazione n. 2909/2020, ai sensi degli artt. 49, comma 1, e 147 bis, comma 1, del T.U. n. 267/2000 ordinamento EE.LL.

Modena li, 18/09/2020

Sottoscritto dal Dirigente
(STORTI STEFANIA)
con firma digitale



COMUNE DI MODENA

ATTESTAZIONE DI AVVENUTA PUBBLICAZIONE

Deliberazione di Giunta n. 507 del 22/09/2020

OGGETTO : PROGETTO "PROMOZIONE DEL TERRITORIO E DELLE ECCELLENZE DI MODENA - LA CITTA' RIFLESSA NEL SUO TERRITORIO - FASE 2 MERCATO ESTERO" - APPROVAZIONE PROGETTO E CONVENZIONE CON LE ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA PER LA PRESENTAZIONE DELLA CANDIDATURA ALLA REGIONE EMILIA ROMAGNA AI SENSI DELLA L.R. 41/97 ART. 10 - ANNO 2020

La presente Deliberazione è stata pubblicata all'Albo Pretorio di questo Comune per quindici giorni consecutivi a decorrere dal 29/09/2020 ed è immediatamente eseguibile ai sensi dell'art. 134 c. 4 del D.lgs n. 267/2000

Modena li, 15/10/2020

**II SEGRETARIO GENERALE
(DI MATTEO MARIA)
con firma digitale**