



COMUNE DI MODENA

N. 433/2021 Registro Deliberazioni di Giunta

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA COMUNALE SEDUTA DEL 27/08/2021

L'anno 2021 il giorno 27 del mese di agosto alle ore 12:15 nella Residenza Comunale di Modena, si è riunita la Giunta Comunale.

A seguito dell'emergenza Covid-19, la presente seduta si è svolta anche in modalità videoconferenza, ai sensi dell'art. 73 del D.L. 17/03/2020 n. 18. Tutte le votazioni della presente seduta si sono svolte per appello nominale.

Hanno partecipato alla seduta:

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

Assenti Giustificati: Cavazza, Vandelli

Assiste il Vice-Segretario Generale MARCHIANO' LUISA.

Il Presidente pone in trattazione il seguente

OGGETTO n. 433

PROGETTO "PROMOZIONE DEL TERRITORIO E DELLE ECCELLENZE DI MODENA - LA CITTA' RIFLESSA NEL SUO TERRITORIO - FASE 3 STRATEGIA DI LUNGO PERIODO MERCATI ITALIANO E 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 2021

LA GIUNTA COMUNALE

Vista la deliberazione della Giunta della Regione Emilia Romagna n. 756 del 24/05/2021 che ha approvato i criteri, i termini e le modalità di presentazione per l'anno 2021 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. 711 del 17/05/2021;

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. 215158 del 19/7/2021) è stato individuato tra i territori candidati alla presentazione per l'anno 2021 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 euro, nel biennio 2022-2023;

Richiamata la propria deliberazione 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;

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;
- che 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;
- che nel corso dell'anno 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. 1901/2019, è stato progettato, 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 ;
- che nel giugno 2021 il piano di marketing digitale è stato avviato con la campagna "E' TEMPO DI MODENA" che ha raggiunto con il primo slot attuativo quasi 10 milioni di visualizzazioni;
- che al termine della campagna avviata, con il finanziamento ottenuto per la realizzazione del progetto “Promozione del territorio e delle eccellenze di Modena - La città riflessa nel suo territorio - Fase 2 mercato estero” approvato con deliberazione della Giunta regionale n. 1508/2020 da realizzarsi nel biennio 2021/2022 il piano di promozione verrà proseguito al fine di consolidare i risultati raggiunti e sperimentare progressivamente azioni rivolte anche al mercato estero;
- che con il progetto “PROMOZIONE DEL TERRITORIO E DELLE ECCELLENZE DI MODENA - La città riflessa nel suo territorio Fase 3 - Strategia di lungo periodo - mercati italiano e estero” da realizzarsi nel biennio 2022/2023 sarà possibile definire una precisa strategia di lungo periodo finalizzata a consolidare le campagne avviate nei mercati target (interno ed estero);

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'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 dall'offerta naturalistica ed esperienziale delle colline e della montagna meritano uno sviluppo al fine di raggiungere target e mercati più ampi, permettendo al territorio modenese di migliorare il posizionamento a livello nazionale ed internazionale;
- che la promozione e la visibilità mediatica nazionale e internazionale dell'offerta turistica modenese sono ambiti da potenziare fortemente, soprattutto nel biennio 2022-2023, periodo in cui si prevede un forte incremento della mobilità anche a livello internazionale;
- 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 promo-commercializzazione per tutto il territorio provinciale;
- che la realizzazione di una strategia di lungo periodo di promozione e marketing digitale del territorio finalizzata ad incrementare i pernottamenti negli alberghi e/o prolungare i giorni di visita, dedicata ai mercati italiano e estero, da realizzare in collaborazione con APT, in modo assolutamente complementare alle azioni dell'Agenzia di promozione regionale, 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 3 – strategia di lungo periodo mercato italiano e estero” finalizzato a potenziare il valore turistico complessivo dell'intero territorio provinciale, a livello nazionale e internazionale, attraverso un piano di promozione e marketing digitale di itinerari esperienziali che, partendo dalla città, prevedano la correlazione con altri centri del territorio per tematismi o per percorsi o per diversificazione di target, per aumentarne il valore attrattivo;
- che l'obiettivo del progetto è di rilanciare l'offerta e l'attrattività turistica e 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. 756 del 24/05/2021 sopra citata, il Progetto denominato "Promozione del territorio e delle eccellenze di Modena - la città riflessa nel suo territorio Fase 3 – strategia di lungo periodo mercato italiano e estero”;

Visto che tale candidatura deve pervenire alla Regione Emilia-Romagna entro il 15 settembre 2021, 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 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 della somma prevista quale quota di co-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 3 – strategia di lungo periodo mercato italiano e 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 2022-2023; nella misura del 50% nell'annualità 2022 ed in misura del 50% nell'annualità 2023;
- 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 sopra evidenziata, 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 3 – strategia di lungo periodo mercato italiano e estero”;
- subordinare la realizzazione del progetto “Promozione del territorio e delle eccellenze di Modena - la città riflessa nel suo territorio Fase 3 – strategia di lungo periodo mercato italiano e 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.

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.;

Acquisito il visto di congruità della Dirigente Responsabile del Settore Cultura, sport, giovani e promozione della città, dott.ssa Giulia Severi, ai sensi degli articoli 24 e 25 del Regolamento di Organizzazione dell'Ente;

Visto il parere favorevole del Responsabile del Servizio Finanze, Economato e Organismi partecipati del Settore Risorse Finanziarie e patrimoniali, dott. Davide Manelli, 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., come da disposizione prot. 9487 del 10/01/2019;

Ad unanimità di voti espressi in forma palese;

D e l i b e r a

Per i motivi riportati in premessa, qui interamente richiamati:

1) di approvare il progetto “Promozione del territorio e delle eccellenze di Modena - la città riflessa nel suo territorio Fase 3 – strategia di lungo periodo mercato italiano e estero” ”, allegato al presente atto 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 2022-2023; nella misura del 50% nell'annualità 2022 ed in misura del 50% nell'annualità 2023;

2) 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 3 – strategia di lungo periodo mercato italiano e estero”;

3) di subordinare la realizzazione del progetto “Promozione del territorio e delle eccellenze di Modena - la città riflessa nel suo territorio Fase 3 – strategia di lungo periodo mercato italiano e 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.

4) 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 della somma prevista quale quota di cofinanziamento a carico del Comune di Modena.

Inoltre

LA GIUNTA COMUNALE

Vista l'urgenza della presentazione della domanda alla Regione Emilia Romagna;

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 Vice-Segretario Generale
MARCHIANO' LUISA



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 del turismo per il
Progetto:

PROMOZIONE DEL TERRITORIO E DELLE ECCELLENZE DI MODENA
La città riflessa nel suo territorio
FASE 3
Strategia di lungo periodo mercati italiano e 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 del Turismo

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. 756 del 24/05/2021 ha approvato i criteri, i termini e le modalità di presentazione per l'anno 2021 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. 711 del 17/05/2021;

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. 215158 del 19/7/2021) è stato individuato tra i territori candidati alla presentazione per l'anno 2021 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;
- la campagna, avviata a giugno 2021 ha raggiunto con il primo slot quasi 10 milioni di visualizzazioni;
- al termine della campagna avviata, con il finanziamento ottenuto per la realizzazione del progetto “Promozione del territorio e delle eccellenze di Modena - La città riflessa nel suo territorio - Fase 2 mercato estero” approvato con deliberazione della Giunta regionale n. 1508/2020 da realizzarsi nel biennio 2021/2022 è intenzione del Comune di Modena proseguire con l'attività di promozione digitale continuando a indirizzarla oltre al mercato estero anche al mercato nazionale, essendo la mobilità tra stati ancora molto condizionata dalla campagna vaccinale in corso.
- con il progetto “PROMOZIONE DEL TERRITORIO E DELLE ECCELLENZE DI MODENA - La città riflessa nel suo territorio Fase 3 - Strategia di lungo periodo - mercati italiano e estero” da realizzarsi nel biennio 2022/2023 sarà possibile definire una precisa strategia di lungo periodo finalizzata a consolidare le campagne avviate nei mercati target (interno ed estero);

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 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 nazionale e internazionale dell'offerta turistica modenese siano ambiti da potenziare fortemente, soprattutto nel biennio 2022-2023, periodo in cui si prevede un forte incremento della mobilità anche a livello internazionale;
- 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 una strategia di lungo periodo di promozione e marketing digitale del territorio finalizzato ad incrementare i pernottamenti negli alberghi e/o prolungare i giorni di visita, dedicata ai mercati italiano e estero, da realizzare in collaborazione con APT, in modo assolutamente complementare alle azioni dell'Agenzia di promozione regionale, 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 la 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 3 Strategia di lungo periodo mercati italiano e 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 del Turismo

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 3

Strategia di lungo periodo mercati italiano e 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, rafforzandola, la strategia di comunicazione e di marketing territoriale finalizzata al rilancio dell'attrattività turistica della città e del territorio provinciale avviata nel 2020 in relazione all'evoluzione della nuova domanda turistica post Covid-19. Con il finanziamento in oggetto, in sinergia con quelli ottenuti con il medesimo canale di finanziamento (L.R 41/97 anni 2019 e 2020) si darà continuità al piano strategico avviato e definire una precisa strategia di lungo periodo che traguarda i prossimi 24 mesi, con la possibilità di aumentare l'*awareness* di Modena (città e territorio), di realizzare nuovi contenuti, nonché di utilizzare nuovi strumenti e canali di comunicazione (a titolo esemplificativo ma non esaustivo: nuovi contenuti video in chiave *branded content*, rivolgendosi sia al mercato italiano che estero.

Il piano di promozione pluriennale

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. 1901/2019 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 il treno) con profilazione basata sugli interessi dei segmenti turistici individuati dal bando di gara.

La richiesta del Comune di Modena si è orientata da subito alla ricerca di strategie e linguaggi comunicativi diversificati in base all'evolversi delle opportunità di fruizione turistica conseguenti alle fasi post emergenziali, con la possibilità di graduare nel tempo azioni e tipologie di strumenti in

relazione al progressivo ritorno alla mobilità turistica e di visita.

E' stato quindi realizzato un progetto integrato che ha previsto un set di azioni strategiche, creative e di PR, orientate a contenere l'impatto della pandemia Covid-19 sui flussi turistici della destinazione, senza tuttavia tralasciare l'obiettivo del prolungamento della permanenza media, allargando e integrando fra loro le differenti opportunità di fruizione turistica, anche riprogettate alla luce delle conseguenze portate dall'emergenza sanitaria.

Il progetto inoltre ha perseguito anche l'obiettivo di acquisire nuova conoscenza dei mercati della domanda interna attraverso l'attività di *tuorism intelligence*, al fine di penetrare e posizionare meglio il prodotto Modena, sempre inteso città e territorio, su nuovi cluster di target.

Dal punto di vista degli insight creativi la proposta è centrata sul TEMPO, quale elemento connotativo e distintivo della fruizione della destinazione, sia rispetto alla modalità di visita (modalità VELOCE, LENTA, TAYLOR-MADE cioè su misura) che come simbolo di Modena ed elemento unificante dei quattro segmenti di offerta proposti: Gusto (Melodia di sapori, come il tempo che deve trascorrere un grande aceto balsamico); Arte e Cultura (Misura della bellezza, il tempo della storia che si cristallizza nell'arte, nella cultura, nell'opera musicale); Motor Valley (Battito della partenza), Natura e Benessere (Armonia del paesaggio): **È TEMPO DI MODENA**, inteso come territorio.

La pandemia in corso ha costretto alla revisione complessiva delle tempistiche ipotizzate in fase di gara con la conseguente revisione del cronoprogramma delle attività; ciò ha permesso però un maggiore coordinamento con altre progettualità in corso con particolare riferimento alla realizzazione e pubblicazione del nuovo portale di destinazione turistica **visitmodena.it** e al progetto **Welcome to Modena** della Camera di Commercio di Modena (che prevede la possibilità da parte del turista che pernotta almeno 2 notti nel territorio di fruire di un voucher da spendere presso le imprese del settore ricettivo e commerciale aderenti al progetto, attualmente in corso).

La campagna vera e propria sul web e sui social è stata avviata i primi di giugno e si prevede di terminarla entro novembre.

Nel periodo precedente è stata svolta una prima attività di analisi, preliminare all'impostazione strategica del piano digitale, di *tourism intelligence*, attraverso un'attività di benchmarking su 3 destinazioni competitor individuate, Bergamo, Verona e Pordenone, con l'analisi e il monitoraggio dei canali digitali delle destinazioni (i siti di destinazione turistica ufficiali e i social network). È stata definita la proposta grafica della campagna, in coordinamento con il nuovo portale Visitmodena.it e sono stati prodotti i 4 spot della campagna (sui tematismi "arte/cultura" e "food", "natura/paesaggio" e "motori") più uno generale. Per la realizzazione di tali prodotti sono stati coinvolti anche gli IAT/UIT dei luoghi del territorio provinciale in cui sono stati girati gli spot in modo che ci fosse un pieno coinvolgimento del territorio.

In parallelo si sono anche avviate le attività propedeutiche alle verifiche di fattibilità di una convenzione con Trenitalia ipotizzata come miglioria nell'offerta tecnica.

Al termine della campagna avviata, in riferimento al finanziamento ottenuto per la realizzazione del progetto "Promozione del territorio e delle eccellenze di Modena - La città riflessa nel suo territorio

Nella **Fase 2 "mercato estero"**, approvato con deliberazione della Giunta regionale n. 1508/2020 da realizzarsi nel biennio 2021/2022 è intenzione del Comune di Modena proseguire con l'attività di promozione digitale indirizzandola al mercato estero ma anche al mercato nazionale, essendo la mobilità tra stati ancora molto condizionata dalla campagna vaccinale in corso. La fase 2 utilizzerà strategicamente tutti i prodotti e i linguaggi della campagna **È TEMPO DI MODENA**, con nuovi contenuti e strategie di promozione basate sui risultati della fase 1.

Il nuovo progetto

Con il progetto "PROMOZIONE DEL TERRITORIO E DELLE ECCELLENZE DI MODENA - La città riflessa nel suo territorio **Fase 3 - Strategia di lungo periodo - mercati italiano e estero**" da realizzarsi nel biennio 2022/2023 sarà possibile definire una precisa strategia di lungo periodo finalizzata a consolidare le campagne avviate nei mercati target (interno ed estero).

L'obiettivo è quello di potenziare il valore turistico complessivo del territorio provinciale, in tal senso si segnala che è attivo nel sito VisitModena un **canale di promo - commercializzazione delle esperienze proposte dal territorio**, che oltre ad aumentare il valore attrattivo, ha 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.

In sintesi la strategia di comunicazione e di marketing territoriale finalizzata al rilancio dell'attrattività turistica della città e del territorio provinciale post Covid 19 progettata dal Comune di Modena si articola in 3 fasi:

Fase 1 biennio 2020-2021, progettazione e realizzazione della campagna digitale **È TEMPO DI MODENA** (inteso come città e territorio), dedicata al mercato turistico italiano, principalmente Emilia-Romagna, Lombardia, Toscana, Veneto, Piemonte, campagna in corso, termine presunto novembre 2021;

Fase 2 biennio 2021/2022 potenziamento della campagna digitale in corso, sempre a favore di tutto il territorio provinciale, dedicata sia al mercato italiano ma con qualche sperimentazione dedicata al mercato estero con particolare riferimento a città dell'area DACH (Germania, Austria, Svizzera) da attivarsi entro dicembre 2021 termine presunto giugno 2022, già finanziata;

Fase 3 biennio 2022/2023 definizione di una strategia di lungo periodo per aumentare l'*awareness* di Modena (città e territorio), e realizzare nuovi contenuti, nuovi strumenti e canali di comunicazione, rivolgendosi sia al mercato italiano che internazionale, che viene candidata a finanziamento.

- **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, 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. 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), e per la parte mercato estero verrà elaborato in collaborazione con 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 inoltre 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;**

La strategia di promozione e marketing digitale di lungo periodo dovrà promuovere la città di Modena e il territorio provinciale nel mercato turistico interno e estero, 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.

Risultati attesi:

- migliorare l'attrattività turistico-commerciale nei confronti dei turisti del complessivo territorio provinciale promuovendo itinerari e percorsi esperenziali delle numerose eccellenze presenti (arte, cultura, motori, enogastronomia, ecc...);
- aumentare i pernottamenti e la durata media del soggiorno a Modena e territorio 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 promo-commercializzazione efficaci e innovative (es. attraverso la promo commercializzazione delle esperienze offerte dal territorio e del progetto Welcome to Modena tramite il portale VisitModena)
 - 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);**

Il progetto prevede la progettazione e realizzazione di una strategia 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 nazionale e internazionale.

Azioni:

1. 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.
2. 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".

3. 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 2022 e 2023, con l'individuazione di specifici 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 **il mercato nazionale e internazionale.**

Il piano di promozione digitale 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.

- **riepilogo delle risorse necessarie per la realizzazione delle singole azioni progettuali previste.**

Spesa prevista per la realizzazione del progetto: euro 80.000 di cui almeno il 20% a carico del Comune di Modena a titolo di cofinanziamento;

Gli interventi verranno realizzati nell'arco del biennio 2022-2023; nella misura del 50% nell'annualità 2022 ed in misura del 50% nell'annualità 2023.

.....li.....

.....
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 3 STRATEGIA DI LUNGO PERIODO MERCATI ITALIANO E 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 2021

Si esprime il parere FAVOREVOLE in ordine alla regolarità tecnica della presente proposta di deliberazione n. 2742/2021, 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, 24/08/2021

Sottoscritto dal Dirigente
(BERTUGLI GIOVANNI)
con firma digitale



COMUNE DI MODENA

**VISTO DI CONGRUITÀ
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 3 STRATEGIA DI LUNGO PERIODO MERCATI ITALIANO E 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 2021

Ai sensi degli articoli 24 e 25 del Regolamento di Organizzazione dell'Ente, si appone il visto di congruità del Responsabile di Settore alla presente proposta di deliberazione n. 2742/2021.

Modena li, 24/08/2021

Sottoscritto dal Responsabile di Settore
(SEVERI GIULIA)
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 3 STRATEGIA DI LUNGO PERIODO MERCATI ITALIANO E 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 2021

NON si attesta l'esistenza della copertura finanziaria della spesa relativa alla presente proposta di deliberazione n. 2742/2021, ai sensi degli artt. 147 bis, comma 1, e 153, comma 5, del T.U. n. 267/2000 ordinamento EE.LL., in quanto NON RICHIESTA.

Modena li, 25/08/2021

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 3 STRATEGIA DI LUNGO PERIODO MERCATI ITALIANO E 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 2021

Si esprime parere FAVOREVOLE in merito alla regolarita' contabile della presente proposta di deliberazione n. 2742/2021, ai sensi degli artt. 49, comma 1, e 147 bis, comma 1, del T.U. n. 267/2000 ordinamento EE.LL.

Modena li, 25/08/2021

Sottoscritto dal Dirigente
(MANELLI DAVIDE)
con firma digitale