

“IMOLA FAENZA TOURISM COMPANY - SOCIETA' CONSORTILE A RESPONSABILITA' LIMITATA" con sede a Imola (BO) Piazza Ayrton Senna Da Silva 2 - Capitale sociale Euro 156.036,85 interamente versato - Iscritta al Registro Imprese di Bologna – Codice Fiscale e n. iscrizione 04044300376 -

RELAZIONE SULLA GESTIONE AL 31 DICEMBRE 2022

Il presente documento illustra il generale andamento delle attività svolte dalla società “IMOLA FAENZA TOURISM COMPANY Società Consortile a responsabilità limitata” nel periodo 1.1.2022-31.12.2022.

Il 2022 è stato un anno importante per Imola Faenza Tourism Company.

Un anno che ha visto anche l’insediamento di un nuovo Consiglio di Amministrazione il cui mandato ha avuto, sin da subito, l’obiettivo condiviso con i Soci, di proseguire nel percorso di crescita declinato nel piano triennale 2022/2024. Una programmazione che vede lo sviluppo di azioni e prodotti in continuità con le annualità precedenti - in particolare sui filoni Outdoor e Green (Bike, Cammini/Trekking) e sulle esperienze legate alla scoperta e alla valorizzazione di borghi storici e centri minori – ma contemporaneamente attenta a cogliere tutte le innovazioni e opportunità che si stanno delineando, con focus primario sulla relazione tra turismo e grandi eventi sportivi.

Abbiamo nuovamente raggiunto e in alcuni casi superato gli obiettivi prefissati. I risultati ottenuti, sono un’ulteriore conferma della validità del percorso strategico intrapreso. In particolare, il risultato di fatturato, con il superamento di un milione di euro, rappresenta un passo importante nel raggiungimento di quell’unico requisito mancante di cui all’art. 20, comma 2, lett. d), del TUSP in tema di società partecipate.

I risultati raggiunti sono ancora più rilevanti alla luce di un quadro economico generale e nazionale caratterizzato da fenomeni inflattivi sui costi energetici e dal conflitto russo-ucraino a testimonianza della capacità di reazione e adattamento alle sfide complesse, come già dimostrato durante il periodo pandemico. In questo contesto, abbiamo continuato a perseguire con determinazione i nostri obiettivi di miglioramento in termini di posizionamento sui mercati internazionali e di creazione di valore nel lungo periodo. Abbiamo cercato di mantenere quanto era stato promesso e continuiamo a essere fiduciosi nel percorso intrapreso. Con questa consapevolezza, e il fondamentale contributo di tutti i Soci, del nostro staff e degli operatori del territorio, siamo certi di poter affrontare le prossime sfide e confermare, così, l’evoluzione positiva degli ultimi anni.

ORGANI SOCIALI E DI CONTROLLO

Consiglio di Amministrazione (1)

Gianfranco Montanari	Presidente
Luca Coffari	Vice Presidente
Beatrice Bassi	Consigliere
Antonella Marchini	Consigliere
Mara Mucci	Consigliere

Vincenzo Palma	Consigliere
Stefano Trazzi	Consigliere

Collegio Sindacale (2)

Cinzia Vignoli	Presidente
Gianfranco Fornelli	Sindaco effettivo
Gian Luca Frattini	Sindaco effettivo

Organismo di Vigilanza (3)

Avv. Luca Mazzanti

- (1) L'Organo Amministrativo è stato nominato con verbale di Assemblea dei Soci del 10.05.2022 con durata triennale, fino all'approvazione del bilancio d'esercizio al 31.12.2024. L'Assemblea ha stabilito che nessun compenso venga erogato agli Amministratori, neanche a titolo di rimborso spese, in quanto il loro incarico è totalmente gratuito.
- (2) Il Collegio Sindacale è stato nominato con verbale di Assemblea dei Soci del 10.05.2022 con durata triennale, fino all'approvazione del bilancio d'esercizio al 31.12.2024. L'Assemblea ha stabilito di attribuire al Collegio Sindacale sia la funzione di controllo sulla gestione, sia la funzione di revisione legale dei conti della Società.
- (3) Il Consiglio di Amministrazione con deliberazione del 15.10.2020 ha accettato l'offerta dello Studio Legale Mazzanti, con sede in Bologna, via Rizzoli n. 4, C.F. MZZLCU69P28A944C, P.I. 02011791205, di istituire in favore di Imola Faenza Tourism Company s.c.ar.l. l'Organismo di Vigilanza ai sensi dell'art. 6, D.Lgs. n. 231/2001 a carattere monocratico, in persona dell'Avv. Luca Mazzanti. La durata dell'incarico è triennale.

PRINCIPALI ATTIVITA'

Nonostante si venga da un biennio complicato a causa dell'epidemia da Sars COV-19, la società ha dimostrato, e lo sta facendo tutt'ora, di lavorare in un'ottica di lungo periodo garantendo serietà e concretezza al territorio – selezionando attentamente le tematiche di prodotto e innalzando il posizionamento. Da tempo, IF Tourism Company ha raccolto nelle sue attività “core”, quelle legate al tema della bicicletta – ossia legate al segmento bike – sviluppando attività allineate anche con la programmazione che il territorio ha individuato per lo sviluppo sostenibile dal punto di vista turistico (un esempio su tutti è dato dalla Ciclovía del Santerno e dalle recenti Ciclovía delle Terme e Ciclovía del Senio). A questa tematica se ne affianca un'altra ad alto livello di sostenibilità, incentrata sull'offerta cammini/trekking - il Parco della Vena del Gesso Romagnola offre innumerevoli possibilità di accrescere questo prodotto. Altra realtà importante, che ha visto IF Tourism Company impegnata già dal 2022, è stata la conferma del Gran Premio di Formula 1 a Imola sino al 2025; un'opportunità

che porterà, infatti, benefici per tutto il sistema territoriale, in termini sia di arrivi e presenze turistiche, sia in termini economici.

Dal 31 marzo 2022 con il cessare delle misure previste dalle varie ordinanze del Ministro della Salute, progressivamente emanate dal settembre 2021 al febbraio 2022, in ossequio alle indicazioni Ue in materia di abrogazione di disposizioni normative e regolamentari circa lo stato di emergenza, che ponevano il divieto di spostamento, le aspettative erano di una ripresa del mercato turistico in primis italiano e, gradualmente, estero.

Pertanto, le azioni di marketing e pubblicità a supporto dell'attività promo-commerciale (pacchetti turistici, tour guidati e altre esperienze territoriali relativi alla stagione estiva) sono state realizzate in maniera incisiva nel primo semestre 2022, tramite utilizzo di tutti i canali di comunicazione: cataloghi, campagne pubblicitarie sui principali media, comunicazione via web, sponsorizzazione di eventi e partecipazione a fiere di settore.

Per tutta la durata dello stato d'emergenza ed ordinanze successive sono state rispettate le modalità di accesso – ingressi contingentati, esibizione green pass, etc. - agli Info Point gestiti da IF (Hub Turistico Autodromo, IAT di Faenza e Riolo Terme, UIT di Brisighella e Casola Valsenio, Outlet di Castel Guelfo, eXtraBO). La normativa è stata rispettata anche per le visite guidate agli spazi tecnici dell'Autodromo e per l'accesso alla Casa Museo Il Cardello.

A partire dal secondo trimestre 2022, soprattutto grazie alla ripresa dei grandi eventi in Autodromo, si evidenzia un trend positivo per il comparto turistico del territorio che prosegue il recupero delle perdite causate dalla pandemia, nonostante il persistere di rischi per l'economia causati dal protrarsi della guerra in Ucraina, dall'inflazione e dalle tensioni sui prezzi delle materie prime e dell'energia.

In forte ripresa sia il turismo nazionale sia, soprattutto, quello estero. Risultati positivi per tutti i mesi del periodo considerato rispetto agli stessi mesi del 2021, mentre rispetto al periodo pre covid i numeri rimangono negativi, anche se, alcuni mesi evidenziano risultati positivi in termini di arrivi e presenze rispetto al 2019.

Si riepilogano le principali azioni intraprese volte alla promozione e allo sviluppo del turismo nel territorio di Imola Faenza Tourism Company nel corso dell'anno 2022, azioni coerenti col piano di promo-commercializzazione triennale.

Attività strategiche:

- Attività di promo-commercializzazione coordinata sul territorio dei 16 Comuni di riferimento (10 Comuni del Nuovo Circondario Imolese e 6 Comuni dell'Unione Romagna Faentina), come richiesto dalla nuova legge regionale n. 4 del 2016;
- Gestione della filiera turistica - promozione, sviluppo del turismo, uffici informazione turistica, Situr - nel territorio dell'Unione della Romagna Faentina a seguito dell'aggiudicazione del Bando per la gestione del sistema di Informazione ed Accoglienza Turistica (Uffici IAT di Faenza e Riolo Terme e Uffici UIT di Brisighella e Casola Valsenio) e delle attività di promo-commercializzazione;
- Gestione delle azioni ed attività di promo-commercializzazione turistica nel territorio del Nuovo Circondario Imolese e relativa gestione del Situr a seguito dell'aggiudicazione tramite bando;
- Messa in rete del sistema di informazione turistica ed accoglienza sul territorio di riferimento anche degli altri info point in gestione: info Point Hub Turistico Autodromo Internazionale Enzo e Dino Ferrari, Info Point Outlet di Castel Guelfo; info point presso la Casa Museo "Il Cardello" di Casola Valsenio (circuitto nazionale delle Case Museo), Info point eXtraBO – punto informativo dedicato all'outdoor presso piazza Nettuno Bologna, info point presso la

Casa del Fiume di Borgo Tossignano (uno dei centri visita del Parco della Vena del Gesso Romagnola);

- Definizione dei driver di sviluppo ed ampliamento delle offerte turistiche correlate in coerenza con le nuove linee guida triennali della Regione Emilia Romagna, del T.T. Bologna Modena e della D.T. Romagna;
- Conferma delle collaborazioni e rinnovo delle sinergie con i principali partner commerciali strategici e specializzati in settori tra loro complementari: Bologna Welcome, Cervia Turismo, Ravenna Incoming, Modenatour, Giratlantide, Il Treno di Dante srl, InRomagna/Aeroporto di Forlì;
- Ideazione e realizzazione del nuovo materiale promozionale coordinato e definizione delle strategie di comunicazione in linea con le azioni messe in campo da APT Servizi e dalla Regione Emilia Romagna;
- Sviluppo delle capacità progettuali e partecipazione a bandi regionali, nazionali ed europei per reperimento risorse aggiuntive;
- Organizzazione e gestione servizi turistici sul territorio anche in collaborazione con Tour Operator (visite guidate per gruppi ed individuali, offerte commerciali, proposte turistiche, etc.).

Gestioni e progetti speciali:

- **Gestione Uffici di Informazione ed Accoglienza turistica dell'Unione Romagna Faentina: UIT di Brisighella e UIT di Casola Valsenio, Uffici IAT di Faenza e di Riolo Terme** – a seguito del rinnovo del contratto per il biennio 2021-2022 per “l’affidamento dei servizi di informazione e accoglienza turistica e di promo-commercializzazione turistica nel territorio dei Comuni dell’Unione della Romagna Faentina”. L’incarico viene svolto in forma di ATI con le società Atlantide e Giratlantide.
- **Gestione Info Point e Store presso l’Hub Turistico dell’Autodromo Internazionale Enzo e Dino Ferrari.** IF ha strutturato ed implementato i servizi da erogare ai turisti, al pubblico dell’autodromo ed alla società Formula Imola (come centro servizio dell’Autodromo). In particolare si segnalano i seguenti servizi:
 - Accoglienza ed informazione turistica, grazie agli allestimenti funzionali a tale attività ed al materiale informativo realizzato (programma eventi, aggiornamento mappe del territorio e dell’Autodromo, etc.); si evidenzia la continuità che viene data all’apertura degli uffici durante tutto l’anno, con particolare riguardo alle aperture speciali durante eventi ed iniziative.
 - È stata implementata l’attività della Sim Room grazie ad una nuova partnership che ha consentito di aumentare il numero dei simulatori a disposizione del pubblico così da poter ampliare l’offerta di giornate dedicate all’incentive e team building per clienti corporate e business. La promozione dell’attività è proseguita con la stampa e distribuzione di coupon scontati, distribuiti ai clienti delle strutture ricettive locali ed in occasione di fiere ed eventi promozionali. Inoltre, questa esperienza di simulazione di guida è stata proposta anche in abbinamento alla visita guidata all’Autodromo. E’ stato rinnovato anche per il 2022 il contratto con la BCC Ravvenate, Forlivese e Imolese per l’acquisto di sessioni di simulazione per i propri clienti.
 - Affitto Conference Room Ayrton Senna in occasione dei principali eventi e anche per attività incentive aziendali.

- Implementazione delle visite guidate in autodromo con il servizio di Navetta (navetta Motor Site), definite in accordo con Formula Imola nelle giornate conciliabili con l'attività di pista. Anche quest'anno le visite guidate sono state integrate con la formula del Walking Tour che, ad un costo inferiore, consente l'accesso agli spazi tecnici dell'Autodromo, ad una passeggiata guidata in "griglia di partenza" e all'accesso alla terrazza della Torre per foto panoramiche.
- Implementazione e vendita del merchandising dell'Autodromo in accordo con Formula Imola (in previsione di un anno ricco di eventi è stata realizzata una nuova linea di abbigliamento comprendente t-shirt adulto e bambino, felpe e cappellini), vendita del merchandising dedicato a Senna con autorizzazione della Fondazione Ayrton Senna, vendita merchandising ufficiale Formula 1, Ferrari e Alpha Tauri. In occasione del Gran Premio di F1 e dei concerti di Pearl Jam e Cremonini sono stati predisposti degli ulteriori punti vendita in prossimità degli accessi al pubblico.
- **Gestione S.I.TU.R (Sistema di Informazione Turistica Regionale) in convenzione con Nuovo Circondario Imolese e con Unione della Romagna Faentina** – A seguito dell'aggiudicazione dei bandi per i servizi di promo-commercializzazione del Nuovo Circondario Imolese e dell'Unione della Romagna Faentina, IF gestisce i portali dedicati al turismo, Sistema informativo del Turismo "S.I.TU.R", iniziativa regionale inerente la realizzazione di redazioni locali a carattere informatico. Il personale IF, in coordinamento con i 16 Comuni, si occupa dell'aggiornamento continuo del Data Base Turistico (revisione, verifica e aggiornamento del patrimonio attuale di schede, inserimento nuove schede, traduzione di nuove schede in inglese, etc.).
- **Rilevazione flussi turistici arrivi/presenze** – Anche nel corso del 2022 IF si è occupata della raccolta e del coordinamento dei dati per la rilevazione del movimento clienti nelle strutture alberghiere ed extralberghiere dei 16 Comuni del proprio territorio, oltre che a supporto del Servizio statistiche della Regione Emilia Romagna.
- **Gestione progetto Club di Prodotto MOTORSITE LA TERRA DEI MOTORI scarl** – IF e Modenatur che detengono entrambe il 50% del Club di prodotto "Motor Site – la Terra dei Motori", hanno presentato sul bando L.R. 4/2016 - anno 2022 un progetto di promo-commercializzazione di questo segmento strategico dell'offerta turistica regionale. Il progetto denominato "LA MOTOR VALLEY.....CHIAVI IN MANO" è stato cofinanziato in fascia alta dalla Regione con DGR n. 1332/2022.
- **Castel Guelfo The Style Outlet** – Prosegue la gestione del Punto Informazioni all'interno dell'Outlet di Castel Guelfo tramite personale IF, formato ad hoc anche per consentire azioni di promozione del territorio, dare tutte le informazioni richieste dai visitatori concernenti i luoghi e gli eventi maggiormente rappresentativi, nonché di fornire servizi agli affittuari del Centro.
- **Gestione del complesso immobiliare "Il Cardello" Casa Museo dello scrittore Alfredo Oriani e Sala Pifferi** – In ottemperanza a quanto previsto dalla convenzione in essere tra il Comune di Casola Valsenio ed Imola Faenza Tourism Company "per attività di sviluppo e qualificazione del territorio tramite il complesso immobiliare museale denominato Il Cardello", ad inizio aprile è stata inaugurata la stagione 2022 di aperture ed eventi presso la casa museo dello scrittore Alfredo Oriani. La gestione del Cardello avviene in maniera diretta per alcune attività (aperture al pubblico del Museo, noleggio della Sala Pifferi per eventi e cerimonie, supervisione), mentre vengono utilizzati fornitori terzi per i servizi relativi alla manutenzione ordinaria del verde, le pulizie, la guardiania. IF, come da convenzione e in

accordo con la Fondazione Oriani proprietaria degli immobili, si occupa anche della promozione del Museo attraverso stampa di materiali, realizzazione di eventi, attività di Ufficio Stampa, etc.

- **Gestione punto eXtraBo** – A seguito della manifestazione d’interesse indetta da Bologna Welcome e dalla Destinazione Turistica Bologna Metropolitana, a marzo 2021 e per il triennio 2021-2023, Imola Faenza Toursim Company si è aggiudicata la gestione di una delle postazioni dedicate alla promozione del territorio dell’Area imolese (che coincide col territorio dei 10 Comuni facenti parte del Nuovo Circondario imolese) all’interno dello spazio denominato "eXtraBO", ubicato nella centralissima Piazza del Nettuno a Bologna. Tale info point è prevalentemente dedicato al green e alle attività en plein air ed abbina alla promozione del territorio anche la commercializzazione di prodotti turistici legati alle tematiche outdoor, borghi, arte, cultura, natura, enogastronomia e sport: tour culturali ed artistici, attività esperienziali legate alle eccellenze del territorio, wine tour, prodotti tematici legati al wellness, trekking e bike tour. La commercializzazione è coordinata da Bologna Welcome in stretta sinergia con Imola Faenza Tourism Company, che ha il compito di selezionare e definire le principali proposte commerciali inerenti al territorio rappresentato e confezionarle secondo le linee guide della Destinazione Turistica. Il 2022 ha evidenziato un trend molto positivo di ingressi eguagliando, e in alcuni casi superando, i numeri del 2019. Gli ingressi totali sono stati 21.201. Tra gli internazionali si evidenzia il ritorno dei turisti di lungo raggio con grande interesse dimostrato dal mercato statunitense. L’attività di presidio è svolta da IF in coordinamento e con il supporto del Nuovo Circondario Imolese.
- **Gestione info point Centro Visite Casa del Fiume** – Nel mese di aprile è stata sottoscritta una convenzione (durata annuale con tacito rinnovo sino ad un massimo di tre anni) con l’Ente di gestione Parchi e Biodiversità Romagna che impegna IF a prestare servizi di informazione e accoglienza in favore degli utenti del Centro Visite della Casa del Fiume di Borgo Tossignano da erogarsi presso Il Punto Informazioni del Centro messo a disposizione dall’Ente Parco stesso. Questo incarico rappresenta il primo step di un progetto più ampio che, con il coinvolgimento di vari soggetti del territorio, deve mirare a rinnovare la strategicità geografica ed ambientale della struttura, dove appunto ci si può informare, si può apprezzare, conoscere, fare esperienza di quanto hanno da offrire il Parco e la Vallata del Santerno: i gessi, i calanchi, il fiume e tutti quei sentieri e percorsi che si incrociano proprio presso la Casa del Fiume, ulteriormente valorizzati dalla ciclabile del Santerno, che collega Imola a Castel del Rio, passando proprio dalla Casa del Fiume. Il Centro Visite, quindi, dovrà diventare il nuovo fulcro della fruizione sostenibile, del turismo slow e ambientale del territorio in connessione con le vicine vallate del Senio e del Lamone. Nell’ambito della collaborazione instauratasi con l’Ente Parchi, nel corso del 2022 è stato affidato ad IF Tourism Company il coordinamento e la gestione logistica inerente l’ospitalità della **delegazione UNESCO** venuta a novembre ad ispezionare i geositi candidati patrimonio dell’umanità. Inoltre a settembre, è stata affidata ad IF la gestione dell’apertura straordinaria del **Museo della Vena del Gesso Romagnola** che è, poi, proseguita fino a fine anno con aperture nei weekend e visite guidate alla struttura e al museo diffuso.
- **Progetto Terre&Motori** - Il ritorno dei grandi eventi in Autodromo vede IF impegnata per sviluppare, in collaborazione con Con.Ami e Formula Imola, il progetto “Terre&Motori”. Partendo dall’ottimizzazione degli spazi presso l’hub turistico dell’Autodromo “Enzo e Dino Ferrari”, al fine di innalzare la qualità percepita da chi “transita”, è stato realizzato un riallestimento della galleria con un percorso guidato dedicato ai grandi campioni del passato e una sezione destinata alla promozione del bike con particolare focus su circuito turistico permanente dei Mondiali di Ciclismo 2020 e Ciclovía del Santerno. Inoltre, al fine di dare una

sempre maggiore visibilità al brand Terre&Motori e per meglio raggiungere i target identificati a cui comunicare i valori, tangibili ed intangibili, del territorio e la sua attrattività, su incarico di CON.AMI, IF si è occupata del completo restyling del sito web dedicato - www.terremotori.it.

- **Progetto Motor Arena** – Il progetto “Motor Arena” si pone l’obiettivo di realizzare un grande polo attrattivo nel quale ogni persona può trovare una molteplicità di opportunità ed esperienze uniche legate al mondo motorsport. Motor Arena, che troverà la sua location naturale ai margini del nuovo shopping park faentino, rappresenta un trait d’union tra Faenza, che concentra competenze nel settore delle due e quattro ruote, e Imola con l’Autodromo Enzo e Dino Ferrari; un progetto che mette a sistema il territorio. Finora, infatti, erano rimaste inespresse le opportunità legate a Faenza e alle sue eccellenze (Gresini, Alpha Tauri e Minardi), di cui il valore aggiunto dal punto di vista turistico rimaneva latente e ancora inespresso. La Motor Arena, mettendo in rete queste eccellenze, darà la possibilità di viverle in un’ottica di accessibilità turistica. IF, su indicazione del Comune di Faenza e in accordo con il Comune di Imola, si è occupata in via preliminare di tutte le azioni di coordinamento e di comunicazione propedeutiche all’effettivo coinvolgimento delle aziende territoriali (in primis Alpha Tauri, Gresini Team, Minardi, Formula Imola), sino alla sottoscrizione di una lettera di intenti tra i vari soggetti coinvolti. IF, in collaborazione con la società JFC, ha messo a disposizione del Comune di Faenza le proprie professionalità e competenze per la realizzazione dei vari step che porteranno alla completa realizzazione del progetto.
- **Progetto “MOTORcycle in Emilia Romagna”** – progetto promo-commerciale supportato da Apt Servizi, sul tema del mototurismo, con valorizzazione delle eccellenze del nostro territorio (collaborazione con il gruppo Turisanda per lo sviluppo di una proposta commerciale che insista sul nostro territorio e possa rispondere a due target, uno medio per l’Italia e uno medio alto per l’estero in particolare Stati Uniti). L’itinerario partendo da Rimini arriva a Bologna passando per il parco delle Foreste Casentinesi, Brisighella, il Parco della Vena del Gesso, Riolo Terme, Imola, etc. Abbiamo curato una proposta che prevede una tappa a Brisighella con pernottamento, visita guidata al borgo storico e degustazione di olio e una successiva tappa a Imola con parata in pista presso l’Autodromo e visita alla città.
- Nel corso del 2022 IF ha potenziato ed ha messo a sistema le capacità progettuali interne implementando la propensione alla partecipazione a bandi regionali, nazionali ed europei, anche in sinergia con altri partner, con l’obiettivo di attrarre ulteriori risorse economiche da investire sulle azioni di sviluppo turistico e promozione.

Sintesi azioni promo-commerciali anno 2022

Si segnala che tutti i progetti di promo-commercializzazione presentati da IF per l’anno 2022 sono stati ammessi a contributo ottenendo i massimi punteggi.

- Progetto “Bike Valley” – L.R. 4/2016 (annualità 2022)
- Progetto “Heritage collection: passeggiate patrimoniali nell’area imolese” – PTPL Territorio Turistico Bologna Modena (il progetto prevede la realizzazione di esperienze legate al “turismo del paesaggio culturale”, percorsi che includono paesaggi, produzioni tipiche, artigianato, etc. oltre a monumenti e musei).

- Progetto "Walking and bike paths nella Romagna Faentina" – PTPL Destinazione Turistica Romagna (in continuità con lo scorso anno, il progetto prevede di integrare le due tematiche - bike e trekking -, attorno alle quali vengono poi costruite tutta una serie di offerte sinergiche sul territorio).

A seguire si riassumono le principali attività di promo-commercializzazione realizzate nel corso del 2022, molte delle quali sono, appunto, inserite nei progetti di promo-commercializzazione triennale.

Fiere e Workshop: Il 2022 segna il grande ritorno delle attività fieristiche in presenza – dopo i due anni di restrizioni dovute alla pandemia – anche se alcuni appuntamenti sono, comunque, stati realizzati in modalità digitale. La partecipazione alle fiere è prevalentemente coordinata con le azioni e le attività di Apt Servizi, delle Destinazioni turistiche di riferimento (Bologna-Modena e Romagna) e di ENIT, perché si ritiene opportuno non disperdere energie e risorse nella partecipazione ad appuntamenti dove non vi sia la matrice degli enti che si occupano di creare brandizzazione e valore territoriale:

2-3 MARZO WORKSHOP DIGITALE ITALIA (digital)

17-20 MARZO SALON DESTINATIONS NATURE, Parigi

18-20 MARZO BMT, Napoli (partecipazione in presenza anche ai workshop Incoming, Incentive&Congressi, Terme&Benessere)

5-11 APRILE WTM Latin America, San Paolo

29 APRILE CHILDREN'S TOUR, Mirabilandia

17 MAGGIO SERATA PROMOZIONALE MICE – Monaco

8 SETTEMBRE BTI - FARETE Bologna fiera BTB Confindustria

9-11 SETTEMBRE IBF Italian Bike Festival - Autodromo di Misano

10-18 SETTEMBRE SALONE DEL CAMPER, Parma

8 OTTOBRE GOOD ITALY, Parma

12-14 OTTOBRE TTG TRAVEL EXPERIENCE, Rimini

27 OTTOBRE Workshop B2B Cities Emilia-Romagna, Bologna

18-20 NOVEMBRE Workshop B2B § Food Challenge, Rimini

23-24 NOVEMBRE ITWeb EUROPA, Workshop B2B digitale

30 NOVEMBRE BITESP, Workshop B2B digitale

- **Fam trip, educational tour e azioni di comunicazione:**

Febbraio 2022 - Adesione alle campagne di comunicazione e promozione della Regione Emilia Romagna sul sito dedicato: "I Love Cammini" (percorsi guidati dal 15 aprile al 30 ottobre 2022) - calendario di esperienze, attività, passeggiate, approfondimenti lungo i Cammini dell'Emilia Romagna; "Cammini di Notte...Emilia Romagna" (percorsi guidati dal 23 giugno al 18 settembre 2022) - calendario di esperienze, attività dal tramonto all'alba lungo i cammini dell'Emilia Romagna con osservazioni del cielo, della fauna notturna, approfondimenti letterari, etc. Per entrambe le campagne sono state costruite proposte sia

in forma di esperienza, sia in forma di pacchetto turistico (prevedendo uno è più pernottamenti nelle strutture del territorio). Le proposte sono visibili e prenotabili, oltre che nel sito della Regione, anche sul sito di IF e su quello di Emilia Romagna Welcome.

5 aprile 2022 – Supporto e coordinamento press tour giornalista Mariateresa Montaruli Sole24Ore (https://www.ilsole24ore.com/art/i-segreti-imola-pista-musei-d-azienda-viaggio-motor-valley-emiliana-AExlyzSB?refresh_ce=1)

25-28 aprile 2022 - In collaborazione con Apt Servizi è stata realizzata un'azione di scouting propedeutica all'organizzazione di un evento Cycle and Summit da tenersi nel 2023. L'evento che coinvolgerà circa 100 ciclisti avrà, se si sceglierà il nostro territorio, notevoli ricadute. A tale scopo, a fine aprile, è stato realizzato un educational per i tre organizzatori dell'evento CycleSummit, finalizzato ad individuare strutture e location che possano essere idonee ad ospitare l'evento di cui sopra, con particolare attenzione alla promozione dei percorsi bike, visita alle strutture ricettive e alle aziende maggiormente rappresentative del territorio per quanto riguarda l'accoglienza turistica, i servizi e le produzioni artigianali ed agroalimentari.

5-6 maggio 2022 - Press tour giornalista USA Kevin Raub espressamente interessato all'enogastronomia locale. Sono stati coinvolti nell'iniziativa i principali produttori del territorio IF.

17-19 maggio 2022 – Ospitalità, coordinamento e supporto della troupe Sky per riprese della puntata di Easy Bike dedicata alla Ciclovía del Santerno. L'episodio è stato trasmesso su BIKE Channel Sky e, visto il successo ottenuto, anche su BFC Forbes canale 511 di Sky.

29 giugno 2022 - Supporto e coordinamento press tour giornalista Francesco Bonfanti GQ (<https://www.gqitalia.it/motori/article/motor-valley-viaggio-storia-cosa-vedere>)

9-11 luglio 2022 - Incontro con stakeholders presso Circolo di Bro Hof (Svezia). Nell'ambito delle azioni promozionali dedicate al mercato estero, in continuità con alcune iniziative realizzate nel corso degli scorsi anni per lo sviluppo di offerte integrate tra più sport, si è deciso di accrescere l'attenzione sui binomi sportivi bike/golf e motor/golf. Ciò grazie alla collaborazione instaurata con il Comune di Castel San Pietro Terme e il Golf Club Le Fonti.

13-15 novembre 2022 - Organizzazione e gestione di un fam trip dedicato a sei giornalisti per promuovere il territorio tramite i propri principali prodotti outdoor abbinati ad food experience.

Inoltre:

Acquisto pagine sulle Guide di Repubblica

Acquisto pagine sulla Guida TCI L'Italia in Bicicletta dedicate ai percorsi della Ciclovía del Santerno e al Circuito permanente dei Mondiali di Ciclismo 2020.

Acquisto pagine su quotidiani quali Il Resto del Carlino e La Repubblica

Gennaio/dicembre 2022 VISITE GUIDATE IN AUTODROMO – pur con le restrizioni del primo trimestre 2022 e, successivamente, l'impossibilità di accedere alla pista anche per lunghi periodi in occasione dei grandi eventi motoristici (F1, DTM, etc.) sono stati realizzati numerosi tour guidati (con navetta o pullman privati per gruppi) per un totale di oltre 1.400 persone.

Campagna di sensibilizzazione fatta sugli operatori del territorio per creare una sinergia sempre più produttiva di effetti benefici per la promozione e per la commercializzazione dei prodotti turistici: supporto ai privati, creazione e commercializzare attraverso agenzia LIFE IN TOUR e i nostri canali web e social di esperienze/proposte da vivere in loco (nuova sezione

sito “experience”, inserimento catalogo offerte commerciali nel sito IF, sezione “itinerari” da cui è possibile scaricare le tracce GPS dei tantissimi percorsi a piedi o in bici del territorio, azioni di e-mail marketing tramite news letter IF inviata periodicamente ad un ampio indirizzario con possibilità di tematizzare gli invii a target mirati, etc)

Messa in rete dei servizi relativi ai principali prodotti turistici (bike&hike, motor, enogastronomia) con realizzazione di campagne promozionali e creazione offerte turistiche ad hoc.

Rilevazione presenze turistiche anno 2022

I dati dell’anno relativi al movimento turistico, resi disponibili dalla Regione Emilia-Romagna, confermano la buona ripresa per il turismo nel nostro territorio, con decisi incrementi negli arrivi e nelle presenze, nonostante non si siano recuperati pienamente i risultati pre-pandemia. Tali dati rappresentano un segnale positivo che permette di guardare al futuro con più ottimismo e con il dovere di impegnarsi per consolidare un trend che il territorio aveva già registrato nel 2021. In forte ripresa sia il turismo nazionale, sia quello estero. In crescita la permanenza media (rapporto presenze/arrivi). I dati relativi al movimento turistico nel periodo gennaio-giugno 2022, per il territorio IF, registrano una forte crescita degli arrivi – raddoppiati rispetto allo stesso periodo dell’anno precedente - per Imola, l’incremento degli arrivi è + 80% sul 2021 e delle presenze + 79,9% sul 2021, mentre per Faenza aumento degli arrivi + 90,6% sul 2021 e delle presenze + 44,5% sul 2021. Nel confronto col periodo pre-covid gennaio-giugno 2019, però, i numeri rimangono negativi, anche se, con la ripresa dei grandi eventi presso l’Autodromo di Imola, alcuni mesi evidenziano risultati positivi in termini di arrivi e presenze. Gli aumenti, rispetto ai primi sei mesi del 2021, interessano sia la clientela italiana, sia quella straniera, con conferma di numeri più alti per la prima. Il secondo semestre 2022 conferma il trend positivo dovuto alla pressoché totale ripresa delle attività e della movimentazione turistica: grande ritorno degli stranieri non solo nei mesi in cui il territorio ha ospitato importanti eventi, ma anche nei mesi estivi classicamente dedicati alle vacanze, a conferma della riacquistata visibilità a livello internazionale di cui gode il territorio. Anche per l’ultimo periodo dell’anno, si evidenzia l’aumento della permanenza media sia da parte degli italiani, sia da parte degli stranieri con valori nei mesi estivi di agosto e settembre nettamente superiori al 2019.

Nel corso del 2022 è stato realizzato, in collaborazione con la società Jfc, uno studio sulle ricadute dei grandi eventi svoltisi nell’anno presso l’Autodromo Internazionale Enzo e Dino Ferrari; sono stati presi in esame tre eventi che si differenziano per tipologia, sui quali si è misurato l’impatto economico generato sul territorio comprensoriale Imola-Faenza. Nello specifico, sono stati sottoposti a monitoraggio il Formula 1 Rolex Gran Premio del Made in Italy e dell’Emilia Romagna (evento di eccellenza internazionale), il Concerto dei Pearl Jam (evento musicale) e l’Imola Mostra Scambio del Crame (evento fieristico sulla passione che caratterizza questo territorio). Per ogni evento sono state analizzate tre tipologie di benefici:

- diretti, vale a dire il valore relativo ai consumi dei vari cluster/target di partecipanti all’evento, in relazione alla loro spesa in termini di beni e servizi. Si tratta dei benefici a caduta immediata sulle aziende del territorio, derivanti dalle spese sostenute da ogni tipologia di partecipante all’evento;
- indiretti, cioè il valore complessivo della spesa generata dall’insieme delle imprese che sono state coinvolte nella produzione dei beni e servizi utilizzati dai partecipanti. Spese necessarie per fare fronte alle richieste della domanda di prodotti e servizi, inducendo quindi le imprese stesse ad incrementare i loro acquisti;

- indotti, vale a dire il valore che l'evento è in grado di produrre sul livello di occupazione e sull'incremento dei consumi in ambito locale. Si tratta di una catena di reazione che si genera grazie all'incremento della capacità di spesa della forza lavoro.

Formula 1 Rolex Gran Premio del Made in Italy e dell'Emilia Romagna (22/24 aprile)

L'evento ha generato 9.897 arrivi turistici per complessive 42.614 presenze, con una permanenza media di 4,3 notti. Gli spettatori che hanno preso parte all'evento nelle tre giornate di gara (22, 23 e 24 aprile) sono invece stati ben 129.656. Di questi l'84,9% ha soggiornato nell'area territoriale di IF con una percentuale del 67,4% di stranieri e 32,6% di italiani. Il comprensorio del Nuovo Circondario Imolese ha registrato un'occupazione di camere complessiva del 97%, mentre quello dell'Unione della Romagna Faentina del 95%. Gli altri ospiti hanno soggiornato nell'area di Ravenna, nel lughese, nella città di Bologna, ma anche a Rimini e Cervia.

Il livello di internazionalizzazione degli Ospiti che hanno soggiornato è stato pari al 67,4%.

Il profilo primario degli spettatori all'evento è caratterizzato da persone di genere maschile nel 79,9% dei casi, con un'età compresa tra i 50 ed i 59 anni (27,2%), giunti all'evento con la propria famiglia (33,3%) e con auto propria nel 67,4% dei casi.

Complessivamente, i benefici economici generati grazie alla realizzazione del Formula 1 Rolex GP del Made in Italy e dell'Emilia Romagna sono quantificabili in 274Milioni 167mila Euro. Di questi, i benefici diretti, quindi i valori economici rilasciati sul territorio da tutti coloro che hanno partecipato all'evento, sono stati pari a poco più di 30Milioni di Euro, mentre i benefici indiretti, ossia quelli attivati per rispondere alle esigenze di beni e servizi per l'organizzazione dell'evento ed i servizi territoriali di vario genere, sono stati pari a 22Milioni 700mila Euro. Ammontano complessivamente a circa 13Milioni di Euro i benefici indotti. Altri valori sono quelli generati sulla filiera – legacy – e sulla valorizzazione del brand Imola nonché il media ADV value: si tratta soprattutto di benefici a lungo termine, quantificati rispettivamente in 36Milioni e 172Milioni di Euro.

Concerto dei Pearl Jam (25 giugno)

L'evento ha generato 10.420 arrivi turistici per complessive 18.644 presenze, con una permanenza media di 1,8 notti. Di questi, 8.052 Ospiti hanno soggiornato per una media di 1,9 notti presso le strutture alberghiere ed extra-alberghiere (generando 15.298 presenze turistiche), mentre 2.368 sono stati gli Ospiti che hanno alloggiato in formule di alloggio più friendly (a casa di amici o conoscenti parenti, in camper, roulotte, tenda, etc.) per una media di 1,4 notti, generando così ulteriori 3.346 presenze. Degli 8052 ospiti l'84,9% ha soggiornato nell'area territoriale di IF Tourism Company. Il comprensorio del Nuovo Circondario Imolese ha registrato un'occupazione di camere complessiva del 91,7%, mentre quello dell'Unione della Romagna Faentina pari all' 89,6%. Gli spettatori che hanno preso parte al Concerto dei Pearl Jam sono invece stati 60.000, di cui 4.500 residenti nel territorio d'ambito.

Il livello di internazionalizzazione degli Ospiti che hanno soggiornato sul territorio in occasione del Concerto dei Pearl Jam è stato pari al 34,9%.

Il profilo primario degli spettatori all'evento è caratterizzato da persone di genere maschile nel 62,3% dei casi, con un'età compresa tra i 30 ed i 39 anni (30,9%), giunti all'evento in gruppo con amici e/o conoscenti (43,9%) e con auto propria nel 62,3% dei casi.

Complessivamente, i benefici economici generati grazie alla realizzazione del concerto dei Pearl Jam sono quantificabili in 15Milioni 709mila Euro. Di questi, i benefici diretti, quindi i valori economici

rilasciati sul territorio da tutti coloro che hanno partecipato all'evento, sono stati pari a poco più di 9 Milioni 200 mila Euro, mentre i benefici indiretti, ossia quelli attivati per rispondere alle esigenze di beni e servizi per l'organizzazione dell'evento ed i servizi territoriali di vario genere, sono stati pari a poco meno di 5 Milioni di Euro. Ammontano a circa 1 Milione 500 mila Euro i benefici indotti.

Imola Mostra Scambio del Crame (9/11 settembre)

L'evento ha generato 8.002 arrivi turistici per complessive 25.340 presenze, con una permanenza media di 3,2 notti. Di questi, 6.191 Ospiti hanno soggiornato per una media di 3,2 notti presso le strutture alberghiere ed extra-alberghiere (generando 19.605 presenze turistiche), mentre 1.811 sono stati gli Ospiti che hanno alloggiato in formule di alloggio più friendly (a casa di amici o conoscenti/parenti, in camper, roulotte, tenda, etc.) per una media di 3,1 notti, generando così ulteriori 5.735 presenze. Gli ingressi complessivi all'Imola Mostra Scambio del Crame nelle tre giornate sono stati complessivamente 29.914, di cui 4.248 residenti nel territorio d'ambito. Dei 6.191 ospiti il 93,7% ha soggiornato nell'area territoriale di IF Tourism Company. Il comprensorio del Nuovo Circondario Imolese ha registrato un'occupazione di camere complessiva del 84%, mentre quello dell'Unione della Romagna Faentina pari all' 81,1%.

Il livello di internazionalizzazione degli Ospiti che hanno soggiornato è stato pari al 30,4%.

Il profilo primario degli spettatori all'evento è caratterizzato da persone di genere maschile nell'81,3% dei casi, con un'età compresa tra i 40 ed i 49 anni (26,7%), giunti all'evento in gruppo con amici e/o conoscenti (35,5%) e con auto propria nell'89,3% dei casi.

Complessivamente, i benefici economici generati grazie alla realizzazione dell'Imola Mostra Scambio del Crame sono quantificabili in 6 Milioni 790 mila Euro. Di questi, i benefici diretti, quindi i valori economici rilasciati sul territorio da tutti coloro che hanno partecipato all'evento, sono stati pari a poco più di 3 Milioni 600 mila Euro, mentre i benefici indiretti, ossia quelli attivati per rispondere alle esigenze di beni e servizi per l'organizzazione dell'evento ed i servizi territoriali di vario genere, sono quantificati in poco meno di 2 Milioni 200 mila Euro. Ammontano a circa 1 Milione di Euro i benefici indotti.

SITUAZIONE DELLA SOCIETA'

Ai sensi dell'articolo 2428 si segnala che l'attività viene svolta nelle seguenti sedi:

- sede principale in Imola (BO), Piazza Ayrton Senna da Silva n. 2, presso l'Autodromo Internazionale "Enzo e Dino Ferrari"
- altre sedi:
 - Brisighella (RA), Via Naldi n. 2;
 - Bologna (BO), Piazza Nettuno n. 1
 - Castel Guelfo (BO), Via del Commercio n. 20/D;
 - Casola Valsenio (RA), Via Cardello n. 5;
 - Casola Valsenio (RA), Via Roma n. 50;
 - Faenza (RA), Voltone della Molinella n. 1.
 - Riolo Terme (RA), Corso Matteotti n. 40;

IF Tourism Company ha affrontato l'anno con determinazione, cercando di incrementare al meglio le proprie consolidate capacità concorrenziali e di unicità che riguardano i prodotti di punta del territorio (motor e bike/trekking) e con l'obiettivo di raggiungere un risultato in equilibrio con un significativo aumento di fatturato.

La società ha continuato, pertanto, nel proprio percorso di crescita declinato nell'ultimo piano triennale 2022/2024 con l'obiettivo di aumentare i ricavi commerciali e le opportunità di co-finanziamento, contando sull'efficienza raggiunta e sulle collaborazioni istaurate.

L'aggiudicazione di bandi e progetti per la realizzazione di azioni di promo-commercializzazione contestualmente all'aumento di fatturato da attività commerciali ha consentito di contenere l'effetto delle emergenze (caro energia e conflitto russo-ucraino), dei costi di personale e soprattutto l'impatto sul bilancio 2022 della rivalutazione del fondo TFR.

Con riferimento a potenziali rischi di liquidità, si evidenzia che nel corso del primo semestre 2022 la società ha ottenuto l'erogazione delle quote di co-finanziamento su progetti di promo-commercializzazione presentati a Enti ed Istituzioni nel 2021, acquisendo così le risorse che, unitamente ai flussi di cassa generati dalla ripresa delle attività di esercizio e ai contributi annuali deliberati a carico dei soci, hanno consentito di soddisfare i fabbisogni derivanti dalla gestione delle attività stesse.

INVESTIMENTI

Nel corso dell'esercizio la società non ha effettuato investimenti significativi.

ATTIVITA' DI RICERCA E SVILUPPO

Nel corso dell'esercizio 2022 l'azienda non ha sostenuto spese di ricerca e sviluppo.

INFORMAZIONI RELATIVE AI RISCHI E ALLE INCERTEZZE

La società non è esposta a particolari rischi di variazione dei tassi e non è esposta a rischi di cambio in quanto il fatturato è totalmente nazionale. La società non fa pertanto uso di strumenti finanziari per la gestione di tale tipologia di rischio. Rischio di credito: La società sta mantenendo un elevato livello di attenzione sui crediti, monitorando costantemente la situazione degli stessi. A tal fine è stanziato un fondo di svalutazione degli stessi.

Rischio di liquidità: Anche la liquidità è continuamente monitorata, e per far fronte al rischio di liquidità la società dispone di due fidi su conto corrente a revoca per Euro 25.000 ciascuno, che al 31/12/2022 non erano utilizzati.

Rischio di mercato: Non si ritiene si possano delineare rischi di mercato apprezzabili nel breve termine, soprattutto per l'organizzazione gestionale dell'attività.

INDICATORI ECONOMICO-FINANZIARI

Si evidenziano alcuni indicatori di risultato relativi al bilancio della società per l'esercizio chiuso in data 31/12/2022. In particolare:

Redditività del capitale proprio

$$ROE = R_n / N = 1.608 / 180.846 = +0,009$$

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

$\text{Ind.} = K / N = 786.821 / 180.846 = 4,35$

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 dei finanziamenti attinti dall’impresa e la parte di essi rappresentata dal capitale proprio.

Quoziente di liquidità generale

$\text{Current ratio} = C / p = 853.607 / 350.068 = 2,44$

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.

INFORMAZIONI IN MATERIA DI LAVORO

Il personale dipendente impiegato durante l’anno 2022 è di complessive n. 9 unità. A seguito della completa ripresa delle attività si è proceduto ad integrare il personale di un’unità con contratto a tempo determinato con decorrenza dal 3 gennaio 2022 impiegata presso il punto extrabo. Inoltre, sono stati attivati tre contratti in modalità “lavoro intermittente” per consentire l’adeguata copertura dei vari info point gestiti dalla società.

RAPPORTI CON IMPRESE COLLEGATE

IF detiene una partecipazione di Euro 5.000,00 nella società “MotorSite La Terra dei Motori – Soc. Cons. a r.l.” con sede a Modena in Via Scudari N. 10.

Tale società ha un capitale sociale di Euro 10.000,00 nel quale IF partecipa nella misura del 50%, per cui questa assume la qualità di società collegata.

L’ultimo bilancio approvato dall’Assemblea dei Soci di Motor Site relativo all’esercizio chiuso al 31/12/2021 dà un utile di Euro 379,00.

AZIONI PROPRIE E DI SOCIETA’ CONTROLLANTI

Non sussistono azioni proprie o azioni o quote di società controllanti, possedute dalla società, o acquistate o alienate nel corso dell’esercizio, anche per tramite di società fiduciaria o per interposta persona.

INFORMAZIONI IN MATERIA DI QUALITA’, AMBIENTE E SICUREZZA

La società non rileva avere particolari problematiche di carattere ambientale in quanto la sua attività è proiettata esclusivamente nell’ambito dei servizi al turismo.

Nel corso dell’esercizio non si sono registrati addebiti in ordine a malattie professionali su lavoratori dipendenti o ex dipendenti e cause di mobbing. Non si sono verificate morti sul lavoro del personale iscritto al libro unico del lavoro (LUL), né infortuni gravi sul lavoro. Il responsabile della sicurezza è stato nominato esternamente, ed ha fornito all’azienda la dovuta informazione sui rischi legati all’attività. L’azienda ha effettuato ed aggiornato la formazione generale e specifica sulla sicurezza ed ha individuato alcuni dipendenti che hanno effettuato i corsi di formazione in materia di antincendio,

primo soccorso. Il RSPP ha effettuato la periodica riunione con il legale rappresentante e il medico competente. Sono state svolte le visite mediche come previsto dalla norma.

EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE

Il mercato turistico, benché ancora influenzato dagli eventi sociopolitici in corso e dalle ripercussioni sull'economia dei prezzi dell'energia, sta dando buoni segnali di ripresa. Si prevede, pertanto, che il ritorno al livello di attività pre-Covid possa verificarsi già nel corso dell'esercizio 2023 giungendo a valori prossimi a quelli del 2019. In assenza di fatti e circostanze che rendano il contesto ancora più complesso dell'attuale, i risultati operativi per l'intero esercizio dovrebbero essere in incremento rispetto al 2022. I primi mesi del 2023 hanno registrato un trend positivo rispetto ai mesi analoghi del 2022, sia in termini di movimentazione turistica, sia per quanto concerne il fatturato, facendo auspicare l'evolversi di ulteriori opportunità di crescita. Il triennio 2023/2025, forte della conferma del GP del Made in Italy e dell'Emilia Romagna, unitamente all'appeal generato dal brand Motor Valley deve puntare ad aumentare sempre più le quote di internalizzazione e vedrà IF impegnata in una programmazione sviluppata sulle diverse tematiche di prodotto individuate nell'ultimo periodo, poiché si conferma l'esigenza di continuare nel perfezionamento e nel miglioramento delle attività, permettendo quindi di operare in collaborazione con le programmazioni strategiche locali, della Regione e delle Destinazioni di riferimento ottimizzando i costi. La piena operatività di IF per il prossimo triennio potrà, inoltre, essere garantita solo dal conferimento, da parte degli enti preposti, delle funzioni necessarie per la gestione della filiera turistica a livello locale e per coordinare tutte le attività di promo-commercializzazione rendendole coerenti alle linee guida di sviluppo turistico territoriale e regionale, definite in sinergia con gli enti locali. L'assegnazione di tali funzioni, infatti, afferma una piena legittimità del ruolo di IF per continuare ad accreditarsi come principale interlocutore dell'ambito turistico territoriale. A tal proposito, il prossimo triennio vedrà importanti cambiamenti nella gestione degli uffici di informazione turistica, poiché sarà resa operativa la deliberazione regionale che apporta importanti modifiche al sistema dei servizi di accoglienza ed informazione turistica: da un lato per rispondere ai nuovi e mutati bisogni di turisti e viaggiatori e dall'altro per un'esigenza di efficienza ed economicità del sistema sul territorio regionale. Questo processo che porterà indubbiamente gli enti locali ad una razionalizzazione attraverso una devoluzione verso altre forme organizzative, vedrà in IF uno dei soggetti più accreditati. L'obiettivo della società resta quello di raggiungere un risultato economico in sostanziale equilibrio con un incremento di fatturato rispetto al 2022.

FATTI DI RILIEVO AVVENUTI DOPO IL 31/12/2022

Non si evidenziano fatti di rilievo avvenuti dopo la chiusura dell'esercizio al 31.12.2022.

DESTINAZIONE DEL RISULTATO D'ESERCIZIO

A conclusione della presente relazione, evidenziamo che l'esercizio 2022 si chiude con un utile d'esercizio di € 1.608,02.

Invitiamo l'Assemblea ad approvare il bilancio così come predisposto dal Consiglio di Amministrazione, destinando l'utile d'esercizio come proposto in nota integrativa.

Imola, 4 aprile 2023

Il Presidente del Consiglio di Amministrazione

Gianfranco Montanari