

"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

Gentilissimi Signori Soci

con l'approvazione del bilancio di IF - Imola Faenza Tourism Company s.c.ar.l. dell'esercizio chiuso al 31.12.2021 scade anche il mandato dell'attuale Consiglio di Amministrazione che ritiene, pertanto, doveroso ripercorrere brevemente l'operato degli ultimi tre anni di governo societario e il percorso seguito per il raggiungimento degli obiettivi strategici indicati dai Soci stessi.

L'impegno principale della Presidenza e del Consiglio di Amministrazione di IF è stato perseguire il riconoscimento alla società delle funzioni da esercitare sul territorio (16 Comuni di riferimento) conferite dai principali organi deputati alla gestione delle attività turistiche - Assessorato al Turismo, APT Servizi, Destinazioni turistiche (Bologna e Romagna), Circondario imolese, Unione Romagna Faentina – al fine sia del reperimento delle risorse economiche necessarie per l'attuazione dei programmi, sia soprattutto per essere accreditato quale principale interlocutore nella gestione della filiera turistica a livello locale, quale punto di riferimento per i Soci, gli operatori privati e gli amministratori dei propri Comuni. Inoltre, si è operato per amplificare e rafforzare le relazioni avviate con CON.AMI, FORMULA IMOLA e i COMUNI per far sì che gli investimenti strutturali effettuati diventino essi stessi valore e servizio utili a intercettare presenze turistiche. Dal 2019 ad oggi si sono colte diverse sfide che hanno consentito all'azienda di proporsi sul territorio con la grinta che l'ha sempre contraddistinta. Questi anni sono stati caratterizzati anche da una notevole evoluzione normativa proprio nell'ambito delle società a partecipazione pubblica e da ultimo la nuova sfida data dall'emergenza COVID-19.

Ripercorrendo il triennio di mandato non si può fare altro che notare la continua crescita in termini di servizi svolti, di progettazione, ed anche di fatturato seppur penalizzato dagli effetti della pandemia, nonché di capitale umano che ha accettato di percorrere la strada tracciata dalla Presidenza, con fiducia e, non si può negare, sacrifici. I bilanci d'esercizio del triennio hanno chiuso tutti positivamente, è stata fatta un'accurata gestione della situazione debiti/crediti e grazie all'attento controllo della liquidità non si è dovuto ricorrere a proventi di carattere straordinario. La Presidenza ed il CdA hanno vissuto e accompagnato l'azienda in ogni percorso intrapreso, sostenendola nei passaggi più critici insieme ai propri collaboratori e impegnandosi affinché potesse continuare la propria attività al servizio del territorio e delle proprie comunità.

Un ringraziamento particolare va a tutti voi. A chi seguirà l'augurio di far crescere Imola Faenza Tourism Company s.c.ar.l. ancor di più!

PRINCIPALI ATTIVITA'

Dopo alcuni anni di approccio di tipo volutamente generale ai mercati, IF, a seguito della presentazione sulla legge 4/2016 del nuovo progetto triennale di promo-commercializzazione turistica, ha deciso di definire con maggiore precisione le tematiche di prodotto sulle quali operare a partire dal 2021. Definire una progettazione è stata per IF una scelta difficile visto quanto stiamo

vivendo in ambito turistico. Il covid-19, infatti, ha obbligato tutti gli operatori della filiera turistica (dai singoli operatori alle catene alberghiere, dai vettori aerei ai Tour Operator) a rivedere completamente la propria attività, adattandosi on time all'andamento del mercato ed alle sue richieste. E' infatti evidente che il settore del turismo è in grado di ripartire immediatamente appena la situazione legata al coronavirus da segnali positivi. IF- IMOLA FAENZA TOURISM COMPANY senza le competenze acquisite negli anni, avrebbe ancor più faticato a reggere le innegabili ripercussioni negative degli eventi. La società ha, pertanto, deciso di riprogrammare, rimpiazzando azioni promozionali storicizzate con nuove modalità di approccio, pur mantenendo il sostegno ai prodotti *core* e rafforzando quelli in grado di rispondere alle esigenze dei nuovi viaggiatori post Covid-19. A seguito di un'analisi effettuata è emersa con chiarezza l'esigenza di identificare quegli elementi sui quali lavorare per lo sviluppo turistico del futuro, elementi che portano a guardare con estrema attenzione al tema della natura, dell'outdoor e della sostenibilità. La valutazione complessiva porta ad individuare il "mondo delle due ruote" come quello sul quale puntare per il futuro turistico del territorio a cui affiancare un ulteriore tema sempre ad alto livello di sostenibilità: si tratta dell'offerta cammini/trekking, che si interseca perfettamente con l'experience bike. Tale azione progettuale risulta essere in stretta correlazione con il sistema regionale e le sue politiche, ma – oltre a ciò – si allinea 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 ciclovia del Santerno o dal Riolo Terme Cycling Hub). Naturalmente, l'operatività è stata rivolta anche alle altre iniziative promocommerciali ormai istituzionalizzate legate ai prodotti trasversali quali Food Valley, Wellness Valley e, in primis, i temi legati alla Motor Valley che, a seguito del ritorno della Formula 1, non possono che incidere positivamente su tutto il territorio.

Nel primo semestre 2021, l'attività turistica è stata pesantemente condizionata dal perdurare dell'emergenza sanitaria connessa alla diffusione del COVID-19, che ha determinato una stasi del settore e quindi un calo del fatturato della società. I veti ancora presenti nella maggior parte delle destinazioni turistiche estere, hanno fatto registrare un notevole interesse per la nostra destinazione tra gli italiani stessi, portando l'azienda ad investire in azioni di marketing e pubblicità (cataloghi, campagne pubblicitarie sui media, comunicazione web, partecipazione a fiere di settore) in prospettiva di una conferma in tal senso nella stagione. Si porta all'attenzione che, già a partire dal secondo trimestre 2021, è emerso un trend di ripresa anche se con un fatturato ancora lontano dai livelli pre-Covid; trend positivo che è stato mantenuto anche nella seconda parte dell'anno per quanto riguarda le attività legate alla mobilità turistica (tour guidati, merchandising, etc.) facendo registrare nei mesi di luglio (+13%) e agosto (+38%) percentuali superiori rispetto al 2019 e un aumento complessivo nell'anno di + 53% rispetto al 2020.

Per quanto riguarda le attività di gestione in carico ad IF nel corso dell'anno, l'ordinanza regionale che ha istituito la zona rossa nel mese di marzo 2021 ha imposto di rivedere le modalità di apertura degli Info Point in (Hub Turistico Autodromo, IAT di Faenza e Riolo Terme, Outlet di Castel Guelfo, eXtraBO). Nel periodo di totale chiusura al pubblico, gli operatori impiegati presso tali uffici hanno continuato regolarmente le attività di back office (aggiornamento SITUR, gestione e aggiornamento siti e pagine social, monitoraggio, raccolta ed elaborazione dati statistici relativi ai flussi turistici, disbrigo mail, etc.), nonché, naturalmente, il servizio di risposta telefonica.

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 2021, azioni coerenti col piano di promo-commercializzazione in corso e precedentemente descritto (progetto triennale 2021-2023 "Bike Valley").

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 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;
- 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 (circuito nazionale delle Case Museo), Info point eXtraBO – punto informativo dedicato all'outdoor presso piazza Nettuno Bologna;
- 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: Viaggi Erbacci Faenza, Bologna Welcome, Cervia Turismo, Ravenna Incoming, Modena Tour, 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** – ad inizio anno è stato rinnovato il 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 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 sala simulatori (Sym Room) con giornate dedicate all'incentive e team building per clienti corporate e business e con la stampa e distribuzione di coupon scontati, distribuiti ai clienti delle strutture ricettive locali ed in occasione di fiere ed eventi promozionali. Inoltre è stato stipulato un contratto con la BCC Ravennate, Forlivese e Imolese per l'acquisto di sessioni di simulazione per i propri clienti. (percentuale sessioni in più rispetto al 2019/2020)
 - 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. Da 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, vendita del merchandising dedicato a Senna con autorizzazione della Fondazione Ayrton Senna, vendita merchandising ufficiale Formula 1 e Ferrari.

Nel corso del 2021 tra pubblico, visitatori e turisti sono transitate all'Autodromo Internazionale Enzo e Dino Ferrari 13.114 persone; di queste 1.018 hanno fatto la visita guidata alla pista (+68% rispetto al 2020) e sono state effettuate circa 1.200 sessioni ai simulatori (+35% rispetto al 2020)

- **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 primo semestre 2021 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 2021 un progetto di promocommercializzazione di questo segmento strategico dell’offerta turistica regionale. Il progetto denominato “LA MOTOR VALLEY.....CHIAVI IN MANO” è stato cofinanziato dalla Regione con DGR n. 1293/2021.
- **Castel Guelfo The Style Outlet** – E’ proseguita 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. Il contratto è stato rinnovato lo scorso anno (giugno 2020) per ulteriori tre anni. I contatti turistici presso l’info point Castel Guelfo Outlet sono stati 16.953
- **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 maggio è stata inaugurata la stagione 2021 di aperture ed eventi presso la casa museo dello scrittore Alfredo Oriani, che ha totalizzato oltre 400 ingressi. 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 Tourism 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 Bologna Metropolitana. L’attività di presidio è svolta da IF in coordinamento e con il supporto del Nuovo Circondario Imolese. Contatti turistici relativi all’area imolese presso info point eXtraBO sono stati 2.838 su un totale ingressi di circa 9.500, con un 20% in più rispetto al 2020.

Nel corso dell’anno 2021 IF ha potenziato ed ha messo a sistema le capacità progettuali interne implementando la propensione alla partecipazione a bandi regionali (por-fesr, gal, psr, bandi delle Camere di Commercio), 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 territoriale.

Sintesi azioni promocommerciali anno 2021

Si segnala che tutti i progetti di promo-commercializzazione presentati da IF per l'anno 2021 sono stati ammessi a contributo ottenendo i massimi punteggi. La Regione Emilia Romagna e le Destinazioni Turistiche, al fine di agevolare il comparto turismo e commercio così duramente colpito dal protrarsi della fase emergenziale legata al covid 19, hanno deliberato per l'anno 2021 la concessione di percentuali di contributo più elevate in base alla graduatoria di ammissione. Pertanto, i progetti presentati da IF, che hanno ottenuto tutti punteggi in fascia "alta", sono stati co-finanziati con percentuali tra il 45 e il 50 per cento. A seguire si riassumono le principali attività di promo-commercializzazione realizzate nel corso del 2021, molte delle quali sono, appunto, inserite nei progetti di promo-commercializzazione triennale 2021-2023. L'esecuzione dei progetti è avvenuta in linea con le azioni descritte, anche se la realizzazione di alcune di queste è stata spostata al secondo semestre 2021, nel rispetto del piano finanziario rimodulato in base alle indicazioni avute dagli Enti preposti.

- **Fiere e Workshop:** la maggior parte degli eventi fieristici del primo semestre 2021 si sono svolti in forma virtuale accedendo a piattaforme opportunamente predisposte per gli incontri tra sellers e buyers –

3-4 FEBBRAIO, ITWEB GERMANIA - AUSTRIA - SVIZZERA & EST EUROPA – virtuale

3 e 8 MARZO, WORKSHOP APPENNINO - virtuale

9-12 MARZO, ITB BERLINO – virtuale

17-18 MARZO, WORKSHOP DIGITALE ITALIA

20 e 21 APRILE, ITWEB TURISMO ECOSOSTENIBILE, SLOW TOURISM & NATURA - virtuale

27 e 28 APRILE "EMILIE ROMAGNE Découverte", workshop in lingua dedicato espressamente al mercato francese - virtuale

29 APRILE CHILDREN'S TOUR - virtuale

9, 10, 11 MAGGIO, BIT – virtuale

26-27 MAGGIO, ITWEB TURISMO ESPERIENZIALE E WELLNESS – digitale

28-30 MAGGIO, BMT, NAPOLI – partecipazione in presenza ai workshop Incoming, Incentive&Congressi, Terme&Benessere

10-12 SETTEMBRE, IBF Italian Bike Festival Rimini – in presenza

11-19 SETTEMBRE, Salone del Camper, Parma – in presenza

20-24 SETTEMBRE, Buy Emilia Romagna – virtuale

28 e 29 SETTEMBRE, Workshop virtuale AGRI & SLOW TRAVEL: Fiera dei Territori

13-15 OTTOBRE, TTG EVENTI Rimini – in presenza

23-25 NOVEMBRE, BITESP Borsa Internazionale del Turismo Esperienziale – virtuale

30 NOVEMBRE-2 DICEMBRE, IBTM World, Barcellona – in presenza

- **Press ed educational tour:**

27-30 maggio e 1-3 luglio – ospitalità, coordinamento e supporto troupe Sky per riprese nel territorio imolese, con focus su Castel San Pietro Terme e Medicina e nel territorio faentino con focus sulla vallata del Senio (serie tv “Una gita fuoriporta” in onda su Sky canale 511 BFC, canale edito da FORBES ITALIA - la prestigiosa rivista statunitense - con guida Sky ed On demand)

6-9 giugno - press tour dedicato alle attività outdoor ed, in particolare, all’itinerario di trekking “La Via dei Gessi e dei Calanchi” che unisce Bologna a Faenza, attraversando due Parchi Regionali – il Parco Regionale dei Gessi Bolognesi e Calanchi dell’Abbadessa e il Parco Regionale della Vena del Gesso Romagnola (entrambi in lizza per il riconoscimento a Patrimonio dell’Umanità UNESCO), facendo tappa in alcuni fra i Borghi più belli d’Italia, in rinomate località termali e in piccole frazioni ricche di autenticità. Il press tour ha preso il via dal punto eXtraBO per proseguire fino a Montecalderaro, San Martino in Pedriolo, Dozza e il Parco della Vena del Gesso tra Casalfiumanese e Borgo Tossignano, nell’area metropolitana. Mentre nel territorio faentino il gruppo di 6 giornalisti ha potuto apprezzare i luoghi collinari di Riolo Terme e Brisighella per poi scendere sino a Faenza.

28-31 ottobre – educational T.O. polacchi target bike. Progettazione e gestione di un educational tour dedicato a 5 operatori target bike provenienti dalla Polonia. L’educational è stato organizzato con il supporto della Camera di Commercio italiana in Polonia che ha fatto un’accurata selezione tra i migliori operatori del target di riferimento.

Inoltre:

- 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 al prodotto bike&hike con realizzazione di campagne promozionali e creazione offerte turistiche ad hoc (Riolo Terme Cycling Hub, Pedalare in rete a Medicina, il Sentiero del Vino di Dozza, la Via dei Gessi e dei Calanchi, i Percorsi del Parco della Vena del Gesso Romagnola, Ciclovía del Santerno, il Cammino e il Treno di Dante, la Strada della Romagna, etc.)

Rilevazione presenze turistiche anno 2021

I dati consolidati 2021 relativi al movimento turistico, resi disponibili dalla Regione Emilia-Romagna, certificano una ripresa del settore, con decisi incrementi negli arrivi e nelle presenze; aumenti che, tuttavia, non riescono a compensare la perdita rispetto all’anno 2019 (pre-covid). In forte ripresa il turismo nazionale, mentre quello estero risulta ancora lontano dai flussi pre pandemia, pur evidenziando un positivo recupero. In crescita anche la permanenza media (rapporto presenze/arrivi). I dati annuali relativi al movimento turistico nel territorio IF, registrano una forte crescita degli arrivi (principali Comuni Circondario imolese 106.571 unità; principali Comuni Unione faentina 65.379 unità) e delle presenze (principali Comuni Circondario imolese 251.712 unità;

principali Comuni Unione faentina 197.392 unità). Nel confronto col periodo pre-covid 2019, però, i numeri rimangono negativi, segno del calo turistico molto marcato relativo all'anno 2020. Gli aumenti, rispetto al 2020, interessano sia la clientela italiana, sia quella straniera, con conferma di numeri decisamente più alti per la prima. Le misure poste in essere dall'Italia e dai Paesi esteri, relative alla tutela della salute e al contenimento dell'epidemia da Covid 19 ha fatto sì che già a partire dal mese di giugno vi fosse una ripresa dei flussi di clientela straniera; incremento che si è consolidato nel trimestre estivo (luglio/agosto/settembre), sia per il territorio imolese, sia per quello faentino anche grazie alla realizzazione di manifestazioni ed eventi. Per quanto riguarda i Comuni capofila, esaminando l'andamento turistico dell'annualità 2021, si segnala per Imola l'incremento degli arrivi (+ 58,30% sul 2020) e delle presenze (+ 38% sul 2020); anche per Faenza aumento degli arrivi (+ 59,9% sul 2020) e delle presenze (+ 53,3% sul 2020). Tutti i Comuni dell'area IF rilevano un incremento in termini di arrivi e presenze sul 2020 e, in alcuni mesi, anche con valori superiori al 2019 (in particolare il mese di agosto segna un +22% sul 2019 nel circondario imolese e un +14% sul 2019 nell'area faentina). I dati turistici annuali dell'area IF sono in linea con quelli provinciali di Ravenna e di Bologna. Gli utenti che hanno visitato il sito www.imolafaenza.it sono stati il 32% in più rispetto al 2020; la pagina più visitata è risultata essere quella dedicata alle visite guidate in Autodromo, a seguire quella dedicata agli itinerari bike/trekking e alle esperienze.

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;
 - 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;
 - Bologna (BO), Piazza Nettuno n. 1

La società ha affrontato l'anno con determinazione, cercando di incrementare al meglio le proprie consolidate capacità concorrenziali per quanto riguarda la gestione delle attività ed iniziative legate al prodotto "motor" (visite guidate all'Autodromo, merchandising dedicato, Sim Room), nonché all'unicità del prodotto bike "ciclobrevetto Romagna4Bike" e Ciclovía del Santerno e di quello hike con esperienze legate al nuovo percorso "la Via dei Gessi e dei Calanchi" e al Cammino/Treno di Dante. Inoltre, la società ha potuto beneficiare delle misure governative economiche e finanziarie messe a disposizione dallo Stato a sostegno delle attività produttive e dell'occupazione. In particolare, la società ha beneficiato di ammortizzatori sociali a tutela dell'occupazione e del bonus contributo a fondo perduto, previsto dal "decreto Sostegni Bis" (ex art 1 DL n. 73/2021 e successive modifiche-integrazioni) e, a seguito di comunicazione di CON.AMI, della riduzione del 40% del canone di locazione degli immobili ad uso ufficio sul primo semestre 2021.

Inoltre, la società è riuscita a contenere l'impatto dell'emergenza Covid-19 sui risultati operativi, anche in ragione dei bandi e dei progetti aggiudicatasi nei primi mesi del 2021 per la realizzazione di azioni di promo-commercializzazione.

A partire dal mese di giugno si sono manifestati i primi effetti benefici sia grazie alla ripresa degli eventi – in particolare quelli motoristici legati all'autodromo -, sia a seguito della campagna di vaccinazione che ha comportato una graduale ripresa della circolazione in Italia e nei Paesi esteri in termini di movimentazione turistica, con conseguente aumento del fatturato legato alle vendite del merchandising (+50% rispetto al 2020) presso lo store dell'Autodromo e alla vendita di visite guidate e altri servizi turistici sul territorio di Imola-Faenza.

Con riferimento alla liquidità, si evidenzia che nel corso del primo semestre 2021 la società ha ottenuto l'erogazione delle quote di co-finanziamento su progetti di promo-commercializzazione presentati a Enti ed Istituzioni nel 2020, acquisendo così le risorse che, unitamente ai contributi annuali deliberati a carico dei soci, hanno consentito alla società di soddisfare i fabbisogni derivanti dalla gestione delle attività e, successivamente, di contare sui flussi di cassa generati dalla ripresa delle attività di esercizio stesse.

In data 04.01.2022 l'Organismo di Vigilanza che opera in forma monocratica nella persona dell'avv. Luca Mazzanti, del Foro di Bologna ha presentato alla società la relazione relativa all'attività svolta nel corso dell'anno 2021. L'OdV ritiene che la società Imola Faenza Tourism Company s.c.ar.l. rispetti diligentemente le prescrizioni di cui al Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi del D.Lgs. n. 231/2001 nonché le procedure in esso richiamate.

INVESTIMENTI

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

ATTIVITA' DI RICERCA E SVILUPPO

Nel corso dell'esercizio 2021 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 31/12/2021 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 31/12/2021. In particolare:

Redditività del capitale proprio

$$ROE = R_n / N = -5.315 / 177.384 = +0,03$$

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

Ind. = $K / N = 725.045 / 177.384 = 4,09$

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

Current ratio = $C / p = 657.173 / 230.847 = 2,85$

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 2021 è di complessive n. 8 unità. A seguito del licenziamento volontario di una dipendente impiegata presso l’info point di Castel Guelfo, si è proceduto alla sostituzione tramite nuova assunzione a tempo determinato con decorrenza dal 3 maggio 2021. Sino al mese di aprile 2021 la società ha fatto ricorso agli ammortizzatori sociali messi a disposizione dalle normative di Stato. Il personale risulta mediamente ben qualificato e in grado di rispondere alle esigenze dell’azienda.

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 31/12/2020 dà un utile di Euro 6.610,00.

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

Tenuto conto della persistente incertezza circa l'evoluzione della pandemia e del contesto geopolitico, a seguito della crisi russo-ucraina, che produrrà ricadute negative anche nel comparto turistico, restiamo cauti sulle previsioni a medio termine. La società continuerà comunque 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 (acquisizione di professionalità, economie di scala, etc) e sulle collaborazioni istaurate (Formula Imola/Con.Ami partnership per sviluppo azioni Terre&Motori; Comune di Faenza/Faenza Shopping Park partnership per realizzazione Motor Area). Inoltre, proprio il 2022 apre una stagione di consolidamento di grandi eventi motoristici – ad esempio con la conferma del GP di Formula 1 fino al 2025 - che non potranno che incidere positivamente su tutto il territorio e che vedranno certamente IF impegnata per sviluppare nuove azioni. La società si aspetta, infine, di contenere l'impatto dell'emergenze in corso sui risultati operativi, anche in ragione dei bandi e dei progetti aggiudicati nei primi mesi del 2022 per la realizzazione di azioni di promo-commercializzazione. I primi mesi del 2022 hanno registrato un trend positivo rispetto ai mesi analoghi del 2021, legato soprattutto alla ripresa dei grandi eventi presso l'Autodromo di Imola, facendo auspicare l'evolversi di ulteriori opportunità di crescita.

La società manterrà forte l'impegno sul piano delle relazioni con le Istituzioni pubbliche, le Destinazioni Turistiche, L'APT Servizi, le Associazioni di categoria e i principali soggetti operanti in ambito turistico per un costante monitoraggio delle esigenze legate allo sviluppo del settore e del territorio, per perseguire l'interesse dei soci consorziati.

FATTI DI RILIEVO AVVENUTI DOPO LA CHIUSURA DELL'ESERCIZIO

Non sussistono fatti di rilievo avvenuti dopo la chiusura dell'esercizio al 31/12/2021.

DESTINAZIONE DEL RISULTATO D'ESERCIZIO

A conclusione della presente relazione, evidenziamo che l'esercizio 2021 si chiude con un utile d'esercizio di € 5.314,70.

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, 5 aprile 2022

Il Presidente
del Consiglio di Amministrazione