

“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 2024

Il presente documento illustra il generale andamento delle attività svolte dalla società “IMOLA FAENZA TOURISM COMPANY Società Consortile a responsabilità limitata” nel periodo 1.01.2024-31.12.2024.

Con l’approvazione del bilancio di IF - Imola Faenza Tourism Company s.c.ar.l. dell’esercizio chiuso al 31.12.2024 scade anche il mandato dell’attuale Consiglio di Amministrazione che ritiene, pertanto, doveroso ripercorrere brevemente l’operato del periodo di governo societario.

Nell’ultimo triennio di mandato, pur tra difficoltà e ostacoli esogeni, dal post pandemia, ai danni legati all’emergenza idrogeologica, ai conflitti mondiali e all’impennata dell’inflazione, la società con resilienza e capacità di innovazione, ha dato seguito alle indicazioni strategiche definite nella sua fase di costituzione, evidenziando una continua crescita in termini di servizi svolti, di progettazione, ed anche di fatturato. 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 gestito le decisioni strategiche, le operazioni quotidiane e hanno rappresentato la società all'esterno, contribuendo al suo sviluppo e al raggiungimento dei suoi obiettivi con il fondamentale supporto del personale interno.

In questi anni, IF – Imola Faenza Tourism Company ha dimostrato di essere uno strumento indubbiamente utile e funzionale all’economia turistica per il territorio nel quale opera. Questo nonostante la discontinuità di “esecutività” nei rapporti con gli Enti Locali e la mancanza di certezza economica a medio respiro. Tuttavia, oggi è necessario che le organizzazioni turistiche siano fortemente strutturate, in grado di pianificare il futuro con certezza finanziaria, oltre ad essere partecipate attivamente dai reali stakeholders del territorio (enti, istituzioni e privati). Non è possibile restare alla finestra, riservando il massimo delle energie a disposizione solo alla gestione operativa day time. Auspichiamo, pertanto, che chi seguirà si soffermi su questa considerazione, per comprendere come e cosa fare per garantire un futuro di corretta governance operativa al territorio, nella piena consapevolezza che tale riflessione può anche portare ad una valutazione non gradita ma, certamente, professionalmente valida a garantire un futuro di crescita all’economia turistica dell’area.

Egregi signori soci, un sincero ringraziamento a tutti voi. La vostra collaborazione e il vostro supporto sono stati e saranno sempre preziosi per il lavoro di IF – Imola Faenza Tourism Company.

PRINCIPALI ATTIVITA'

Il 2024 è stato un anno cruciale per IF – Imola Faenza Tourism Company: un anno di crescita sia in termini di attività sia di fatturato, ma anche di riorganizzazione; ciò con l'obiettivo primario di consolidare il ruolo della società nel panorama territoriale, rispondendo alle aspettative di azionisti e stakeholder, costruendo una struttura solida e flessibile, in grado di supportare le ambizioni di sviluppo territoriale. Sfide ambiziose che hanno indirizzato le decisioni strategiche secondo tre direttrici principali: consolidamento interno, presidio territoriale, crescita delle professionalità in forza a IF. Importante poi il rapporto, rafforzatosi nel 2024, con Formula Imola con cui è stato stipulato un contratto biennale per la fornitura di servizi a supporto dell'organizzazione degli eventi motoristici. Inoltre, a seguito delle nuove direttive regionali in materia di informazione turistica, il Nuovo Circondario Imolese ha affidato ad IF la gestione dello IAT-R di Imola che si configura quale hub turistico dell'intera area imolese. In quest'ottica abbiamo investito nel capitale umano, implementando il nostro team e introducendo nel nostro organigramma figure strategiche come il responsabile sviluppo aziendale e commerciale.

Nel corso dell'anno le azioni di promo-commercializzazione sono state indirizzate sia al mercato nazionale sia all'area europea dei mercati di prossimità quali i Paesi DACH (Germania, Austria e Svizzera), ampliando anche a Francia e Gran Bretagna e Nord America. Inoltre, si è investito in maniera prioritaria verso il mercato del Brasile in virtù del trentennale di Ayrton Senna.

Nel territorio, durante il 2024, si sono svolti eventi di grande importanza nazionale ed internazionale: tutti gli appuntamenti presso l'Autodromo Internazionale Enzo e Dino Ferrari (non solo il Gran Premio di Formula 1), i tanti altri eventi di grande rilevanza sportiva dal Tour de France al Giro d'Italia, senza dimenticare quelli legati al mondo dell'arte e della ceramica (focalizzati a Faenza come ad esempio Argillà). Da un lato è stato, quindi, fondamentale proseguire nello sviluppo e nella commercializzazione di tutte le attività outdoor, soprattutto quelle legate al bike, certi che nel prossimo triennio saranno ripristinate tutte le infrastrutture danneggiate dagli eventi della primavera/autunno scorsi. Si è cercato di implementare un cluster di prodotto altamente unico e diversificato, promuovendo in maniera concreta offerte/pacchetti altamente esperienziali e che integrano l'offerta - Motor sport & Motor passion - sviluppando maggiormente contatti con realtà quali Racing Bulls e Gresini Racing per la realizzazione di visite guidate all'interno delle loro aziende in tandem con le visite al circuito di Imola. Come si è detto, un fil rouge che ha consentito di integrare l'offerta con prodotti tematici dedicati ai percorsi enogastronomici, ai percorsi naturalistici ed ambientali alla scoperta della Vena del Gesso Romagnolo patrimonio UNESCO, alla scoperta di borghi e luoghi della cultura, a creare momenti di "camp" e "team building" per le aziende, al wedding in spazi non convenzionali.

Ad inizio 2024, con le premesse di un'annualità in netta crescita rispetto all'anno precedente, sono state messe in campo in maniera incisiva azioni di marketing e pubblicità a supporto dell'attività promo-commerciale (pacchetti turistici, tour guidati e altre esperienze territoriali relativi alla stagione estiva), tramite utilizzo di tutti i canali di comunicazione: cataloghi, campagne pubblicitarie sui principali media, comunicazione via web e partecipazione a fiere di settore.

In particolare, la comunicazione digitale ha rappresentato un elemento imprescindibile per tutte le attività sia nella valorizzazione dei grandi eventi sia per accompagnare nel quotidiano la narrazione del territorio e delle sue peculiarità. E' stata completamente ridefinita la strategia di Social Media Marketing per estendere ulteriormente il bacino di utenti fidelizzato agli eventi ed alle attrattive del territorio attraverso la condivisione periodica con gli utenti di contenuti testuali, foto e video. Sono stati gestiti per tutto il 2024 i profili social @imolafaenza con il Brand/Visual su tutte le principali piattaforme di condivisione: imolafaenzatourism (IG); Imola Faenza Tourism Company (FB); IF Imola Faenza Tourism Company (LK); IF Imola Faenza Tourism Company (YT). Inoltre, è stato aggiornato il profilo LinkedIn aziendale.

Sono state numerose le occasioni di incontro con il travel trade (agenzie di viaggio e tour operator) durante le principali fiere di settore (BIT Milano, ITB Berlino, BMT Napoli, IFTM TOP RESA Parigi, TTG Rimini) e i workshop internazionali (per citarne alcuni BMT Napoli, ENCOUNTER ER Bologna, ITALY AT HAND Live Tour Rimini, BTI Bologna, Good Italy Parma, BITESP Venezia).

L'area accoglienza ha mantenuto il suo ruolo centrale grazie al presidio del territorio con 5 info point turistici e circa 257.000 visitatori accolti; a questi si aggiunge la gestione di welcome desk e presidi in occasione di eventi di portata nazionale e internazionale (village TERRE&MOTORI durante WEC e FORMULA 1).

I dati turistici in tema di arrivi e presenze evidenziano come il territorio abbia saputo reagire con resilienza agli eventi negativi del 2023. L'analisi mensile mostra aumenti di permanenza sia nei primi mesi dell'anno, sia nel periodo autunnale; Questo dato suggerisce un progressivo allungamento della stagione turistica, favorito da strategie mirate di destagionalizzazione e da una maggiore propensione dei viaggiatori a visitare l'Italia anche al di fuori dei periodi tradizionalmente più affollati. Tuttavia, non tutti i mesi hanno raggiunto o superato i livelli pre-Covid. Al di là di fattori climatici o calendari di eventi meno favorevoli, si è potuto riscontrare anche una mancanza o un ritardo nel pieno recupero dei flussi turistici trasmessi all'ufficio statistiche della Regione. Nonostante questo, la traiettoria complessiva resta decisamente positiva, con un progressivo riequilibrio della domanda su tutto l'arco dell'anno rispetto agli anni precedenti.

Come già l'anno precedente, la dinamica inflattiva generale ha fatto registrare incrementi dei costi dei servizi e del personale; l'impatto di tali incrementi è stato attentamente monitorato e contrastato mediante gli opportuni interventi sull'efficienza, sui prezzi di vendita dei prodotti e sulle tariffe dei servizi prestati.

La società, in virtù dell'implementazione delle attività commerciali anche grazie agli eventi di grande importanza nazionale ed internazionale tenutisi nel territorio, nel 2024 ha ottenuto un risultato economico più che soddisfacente, registrando in termini di fatturato derivante da vendite, servizi e prestazioni (dove le attività svolte presso lo store in Autodromo - merchandise, tour guidati in pista, simulatori – hanno un ruolo predominante) oltre un +60% rispetto all'anno 2023.

Si riepilogano le principali azioni intraprese volte alla promozione e allo sviluppo del turismo nel territorio di Imola Faenza Tourism Company nel corso del 2024, azioni coerenti col piano di promo-commercializzazione in corso.

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;
- Filiera turistica - gestione delle azioni ed attività di promo-commercializzazione turistica nel territorio del Nuovo Circondario Imolese, della redazione locale del Sistema Informativo Regionale Turistico (SITUR) e dello IAT-R di Imola; gestione dell'ufficio di informazione turistica del Comune di Riolo Terme e della redazione locale del Sistema Informativo Regionale Turistico (SITUR) in capo all'Unione della Romagna Faentina
- 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 (circuiti nazionali delle Case Museo), Info point eXtraBO – punto informativo dedicato all'outdoor presso piazza Nettuno Bologna, info point presso Museo Geologico della Vena del Gesso Romagnola di Tossignano;

- Definizione dei driver di sviluppo ed ampliamento delle offerte turistiche correlate in coerenza con le 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: Fondazione Bologna Welcome, Cervia In, Ravenna Incoming, Modenatour, Giratlantide, Emilia Romagna Welcome;
- 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 Ufficio di Informazione ed Accoglienza turistica del Comune di Riolo Terme** – a seguito della scadenza del contratto per i servizi di informazione e accoglienza turistica e di promo-commercializzazione turistica nel territorio dei Comuni dell’Unione della Romagna Faentina, l’Unione, ha stabilito di incaricare IF della gestione del solo ufficio IAT del Comune di Riolo Terme. L’incarico biennale in affidamento diretto è scaduto il 31.12.2024; nell’attesa di nuovo bando, per dare continuità al servizio, è stata data una proroga tecnica.
- **Gestione IAT-R Imola e gestione info point e store presso l’Hub Turistico dell’Autodromo Internazionale Enzo e Dino Ferrari.** IF continua a implementare 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 con l’introduzione di quattro nuovi simulatori GT più un motion che vanno ad aggiungersi ad un simulatore dinamico formula (3.755 sessioni con simulatori di guida realizzate nel 2024) In tal modo è stato possibile incrementare le giornate dedicate all’incentive e team building per clienti corporate e business. Inoltre, sono stati stampati nuovi coupon scontati, distribuiti ai clienti delle strutture ricettive locali ed in occasione di fiere ed eventi promozionali.
 - 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 mini van (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. Inoltre, sono state inserite nuove proposte di visita alla struttura introducendo tour guidati al tramonto con aperitivo e gli speciali

“Cammina e Degusta” che abbinano al walking tour una degustazione di vini tenuta dalle Cantine del territorio presso la Sala Senna. Nel corso del 2024 sono stati circa 5.000, di cui circa due terzi stranieri, i visitatori che hanno fatto la visita guidata alla pista (oltre il 50% in più rispetto al 2023);

- E' stato implementato lo store presso l'Autodromo con nuovo merchandising dedicato ad Ayrton Senna e con quello legato ai principali brand dell'automotive (vendita merchandising ufficiale Formula 1, Ferrari, Pirelli, Mercedes), nonché, in accordo con Formula Imola, della linea di abbigliamento e gadget dedicata all'Autodromo comprendente t-shirt adulto e bambino, polo, felpe e cappellini, calamite, adesivi, pin, etc.
- Nell'ambito della riforma dell'informazione turistica regionale, il Territorio Turistico Bologna-Modena ha definito la strutturazione di un HUB per ogni sub-ambito; uno di questi HUB è stato individuato nell'area imolese, e rappresenta l'ulteriore segnale dell'importanza – ma anche della responsabilità – che il territorio si trova ad assumere. L'HUB rappresenta, infatti, ben più di un ufficio IAT-R, perché per questo territorio diventa un vero e proprio Centro Servizi per il turista. Il fatto che IF, negli anni, si sia sempre più strutturata sotto forma di Centro servizi per l'Ospite nella propria sede all'interno dell'Hub Autodromo (come sopra descritto), in perfetta linearità con le indicazioni regionali e del Territorio Turistico Bologna-Modena, ha fatto sì che il Nuovo Circondario Imolese individuasse nella società il soggetto deputato a svolgere tale funzione conferendole l'incarico per la gestione dello IAT-R di Imola.
- **Gestione S.I.TU.R (Sistema di Informazione Turistica Regionale) in convenzione con Nuovo Circondario Imolese e con Unione della Romagna Faentina** – A seguito degli incarichi 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 2024 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 2024 un progetto di promo-commercializzazione di questo segmento strategico dell'offerta turistica regionale. Il progetto denominato “MOTOR VALLEY: EMOZIONE UNICA” è stato cofinanziato in fascia alta dalla Regione con DGR n. 13192/2024.
- **Castel Guelfo The Style Outlet** – Prosegue la gestione del Punto Informazioni e Centro Servizi 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 (nel corso del 2024 si sono registrati 21.945 contatti turistici). Il contratto in essere scadrà a giugno 2026.
- **Gestione del complesso immobiliare “Il Cardello” Casa Museo dello scrittore Alfredo Oriani e Sala Pifferi** – E' stata rinnovata per due anni con decorrenza del 30.03.23 la convenzione

con il Comune di Casola “per attività di sviluppo e qualificazione del territorio tramite il complesso immobiliare museale denominato Il Cardello”. La stagione 2024 è stata inaugurata il 1 aprile con le aperture ordinarie nei weekend 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** – Prosegue la gestione della postazione dedicata 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 Fondazione 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. Complessivamente sono oltre 30.000 gli accessi alla location in costante incremento rispetto agli anni precedenti, mentre sono stati attivati tutti i tour experiences (cluster Ville & Castelli, Trekking, Fermate del gusto, Autunno fuori dal Comune) per un totale di 923 pax. L’attività di presidio è svolta da IF in coordinamento e con il supporto del Nuovo Circondario Imolese.
- **Gestione info point Museo della Vena del Gesso Romagnola** Nel 2024 è stato stipulato un accordo biennale con l’Ente di gestione Parchi e Biodiversità Romagna per la gestione del Museo della Vena del Gesso presso il palazzo baronale di Tossignano. Il contratto prevede un calendario di aperture al pubblico comprensive di visita guidata e la realizzazione di iniziative di supporto all’informazione quali materiale cartaceo promozionale, etc. ed organizzazione di eventi per incentivare la visita non solo al Museo, ma anche a tutto il territorio del Parco in una sorta di museo diffuso.
- **Progetto Senna 30YEARS** - Nel 2024 IF ha investito in un progetto di promo-commercializzazione legato al Trentennale di Ayrton Senna: l’1 maggio 2024 ha segnato i trent’anni dall’incidente mortale sulla pista di Imola che fece del pilota A. Senna un mito rimasto nell’immaginario collettivo anche di chi ai tempi non era nemmeno nato. Tutto ciò racchiude in sé un grande potenziale in termini culturali e umanitari, nonché di promozione turistica nazionale ed internazionale, muovendo flussi nuovi ed importanti, legati ad una tematica che coinvolge da vicino. Nel corso dell’anno è stato realizzato un ricco calendario di iniziative – promosso con una conferenza stampa tenutasi lunedì 11 marzo presso la sede della Regione Emilia Romagna e presieduta del Presidente Bonaccini - al fine di incoraggiare la domanda turistica nei periodi di bassa stagione e permettere di promuovere le attività promo-commerciali e i prodotti turistici del territorio di IF. Tra le principali iniziative si evidenzia la mostra “MAGIC. Ayrton Senna – Imola 1994-2024. Fotografie di Angelo Orsi e Mirco Lazzari”, allestita al Museo di San Domenico, l’esposizione con 94 scatti inediti che raccontano con gli occhi dei fotografi Angelo Orsi e Mirco Lazzari le gesta indimenticabili di Senna, è stata inaugurata il 21 marzo per concludersi il 9 giugno ed essere, poi, riallestita

presso il museo C. Costa in Autodromo dal 5 agosto al 15 settembre. Naturalmente, momento clou del programma di attività è stato proprio il 1° maggio, con il “Ayrton and Roland Day” con iniziative che si sono sviluppate in tutta la giornata e un momento commemorativo che ha visto la presenza del Vice Presidente del Consiglio dei Ministri e Ministro degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, Antonio Tajani, del Ministro delle Relazioni Esterne della Repubblica Federativa del Brasile, Mauro Vieira, del Ministro degli Affari Esteri dell’Austria, Alexander Schallenberg, del sindaco di Imola, Marco Panieri, del CEO di Formula One, Stefano Domenicali e del Presidente di Formula Imola, Gian Carlo Minardi. Una giornata che ha visto la presenza di circa 20.000 persone provenienti da tutto il mondo tra appassionati, blogger e giornalisti, e addetti ai lavori.

- **Progetto Terre&Motori** – E’ proseguita la collaborazione con Con.Ami e Formula Imola per lo sviluppo di azioni dedicate all’implementazione del progetto “TERRE&MOTORI”. In particolare, nel corso del 2024, IF si è occupata di gestire ed implementare il sito web www.terremotori.it coordinando la raccolta delle informazioni e degli eventi dedicati alle eccellenze del territorio con i Comuni consorziati CON.AMI. Per dare massima visibilità al brand è stato, inoltre, realizzato un progetto, in accordo con il Comune di Imola, che ha visto l’allestimento di un “Village Terre&Motori” in occasione degli eventi motoristici WEC e GP di Formula1.
- **Gestione matrimoni in Autodromo** – Dal 2023 è in essere una convenzione con il Comune di Imola per la concessione in comodato d’uso gratuito della sala “Ayrton Senna” per la celebrazione dei matrimoni civili e per la costituzione delle unioni civili. Tale iniziativa consente di andare a sviluppare un vero e proprio pacchetto wedding, proponendo una serie di attività extra da abbinare alla cerimonia (parata in pista, foto sul podio, sessioni di simulatori per sposi e ospiti, “bomboniere” personalizzate a tema Autodromo, ricevimento negli spazi dell’hub, etc.). Nel corso dell’anno si sono registrate numerose richieste di informazioni soprattutto da parte wedding planner molto incuriositi dalla particolarità del luogo. Il 29 giugno è stato celebrato un matrimonio con la formula del pacchetto wedding e vi sono già tre conferme per il 2025.
- Nel corso del 2024 IF ha potenziato e 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 2024

Si segnala che tutti i progetti di promo-commercializzazione presentati da IF per l’anno 2024 sono stati ammessi a contributo nelle fasce alte di co-finanziamento.

- Progetto “Fil rouge: motor passion” – L.R. 4/2016 (prima annualità)
- Progetto “Parco della Vena del Gesso Romagnola patrimonio dell’umanità: una nuova opportunità territoriale di turismo sostenibile”–PTPL Territorio Turistico Bologna Modena (nel corso del 2024 sono state sviluppate nuove proposte per coinvolgere il territorio della Vallata del Santerno, del Parco della Vena del Gesso e dei Comuni limitrofi andando ad organizzare eventi tematici)
- Progetto “Il Piatto Verde – Food Experience” – PTPL Destinazione Turistica Romagna (il

progetto, oltre a prevedere l'organizzazione della rassegna gastronomica in collaborazione con l'Istituto Alberghiero di Riolo Terme, ha visto anche l'organizzazione di iniziative alla scoperta delle eccellenze del territorio).

- Progetto COOL NOONS – si tratta di un progetto triennale (2024-2026) cofinanziato dal Programma di Cooperazione Territoriale INTERREG EURO-MED che vede IF quale partner di altre 6 realtà europee, oltre che di Città Metropolitana. Il progetto prevede la realizzazione di azioni che vadano ad individuare modalità alternative di accessibilità e visita a location turistiche tenendo conto dei cambiamenti climatici. Ogni partner ha un proprio ruolo all'interno del progetto; ad IF è stato assegnato il compito di delineare e realizzare la strategia comunicativa e di marketing per tutti i partner. La prima annualità di è conclusa con grande soddisfazione da parte di tutti i partner.

A seguire si riassumono le principali attività di promo-commercializzazione realizzate nel 2024, molte delle quali inserite nei progetti di promo-commercializzazione triennale. Si segnala che l'esecuzione dei progetti è avvenuta per lo più in linea con le azioni previste, salvo alcune rimodulazioni legate all'emergenza idrogeologica e nel rispetto del piano finanziario preventivato.

- **Fiere e Workshop:** nel 2024 la partecipazione alle fiere è stata prevalentemente coordinata con le azioni e le attività di Apt Servizi, delle Destinazioni turistiche di riferimento (Bologna-Modena e Romagna) e di ENIT, per 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; la società ha operato la scelta di presenziare sia ad eventi rivolti al B2B, ovvero alle agenzie di viaggio, sia B2C ovvero rivolti al cliente finale:

BIT Milano: 4 – 6 febbraio 2024

ENCOUNTER ER, Bologna: 19 febbraio 2024

ITB Berlino: 5-7 marzo 2024

BMT Napoli: 14 – 16 marzo 2024

FIERA DEL CICLOTURISMO Bologna: 5-7 aprile 2024

WORKSHOP ITW NOVA Desenzano del Garda: 12 aprile 2024

WORKSHOP ITALY AT HAND Live Tour, Rimini: 16 aprile 2024

WORKSHOP CITIES EMILIA ROMAGNA Bologna: 17 aprile 2024

WORKSHOP BTI (FARETE Bologna fiera BTB Confindustria): 5 settembre 2024

IBF Italian Bike Festival Autodromo di Misano: 13 – 15 settembre 2024

SALONE DEL CAMPER, Parma: 14 - 22 settembre 2024

IFTM TOP RESA (International & French Travel Market) Parigi: 17-19 settembre 2024

SERATA WORKSHOP A RAVENNA (MERCATO ITALIA): 25 settembre 2024

GOOD ITALY Parma: 1 ottobre 2024

TTG TRAVEL EXPERIENCE Rimini – 9 - 11 ottobre 2024

Romagna Experience: 25-27 ottobre 2024

BITESP BORSA DEL TURISMO ESPERIENZIALE Venezia: 25 novembre 2024

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

Nel 2024, nell'ottica di realizzare un sistema più efficiente, semplice e razionale che consenta all'utenza, sia locale sia ai turisti, di poter conoscere le varie realtà del territorio e per favorire l'indotto su tutto il tessuto economico e produttivo dei vari Comuni, come già anticipato, si è proceduto con un rafforzamento della strategia comunicativa, soprattutto on line, con azioni di implementazione dei siti di promozione turistica già attivi sul territorio di riferimento dei Comuni IF: (naturalmente www.imolafaenza.it, ma anche www.terremotori.it, <https://www.cicloviadelsanterno.net>, etc.) nell'ottica di favorire il coordinamento e il dialogo delle informazioni e il linkaggio all'offerta commerciale contenuta sui siti di promozione turistica. Dopo l'importante restyling del portale imolafaenza.it fatto l'anno precedente, è stata prestata particolare cura alla revisione dei contenuti delle varie sezioni, ponendo una particolare attenzione anche alle sezioni rivolte alla commercializzazione con sincronizzazione offerte con canale Treksoft e booking.imolafaenza.

Per quanto riguarda il Social Media Marketing, nel corso del 2024, in base ad un mirato piano editoriale Facebook e Instagram, sono stati pubblicati oltre 200 post su ognuna delle piattaforme, suddivisi in "Focus su eventi nei 16 Comuni", "Focus su itinerari nei 16 Comuni", "Promozione di experience", "rubriche di approfondimento su comuni, aree tematiche, eventi di particolare interesse"; inoltre ricondivisioni, menzioni, e post in collaborazione con i comuni di IF, gli enti di promozione territoriale e con gli utenti ci hanno permesso di creare interazione e aumentare il coinvolgimento e l'interesse del pubblico verso i nostri contenuti. La grafica coordinata è stata studiata in modo da dare riconoscibilità a IF e richiamare nell'utente affidabilità, autorevolezza oltre a sottolineare attraverso l'utilizzo di immagini suggestive il legame con il territorio. Il numero di visualizzazioni e copertura in crescita su entrambe le piattaforme sono indicatori di un forte interesse nei confronti dei contenuti pubblicati, così come anche le interazioni con i contenuti - leggermente in calo su Facebook per un fisiologico diverso utilizzo della piattaforma da parte degli utenti (tendenzialmente spettatori passivi); visite in crescita su entrambe le piattaforme, numero di follower acquisiti nel periodo leggermente in calo su Facebook a causa della progressiva migrazione degli utenti da questa piattaforma, ma fortemente in crescita su Instagram. E' stato utilizzato lo strumento di sponsorizzazione (oltre 150 inserzioni tramite le piattaforme Meta) delle attività sul territorio per ampliare e fidelizzare il nostro pubblico di riferimento.

Per quanto riguarda la pubblicità su riviste di settore e quotidiani sono stati acquistati i seguenti spazi:

Pubblicità nel magazine della Compagnia aerea "GO TO FLY" (Aeroporto di Forlì)- sono stati acquistati spazi pubbliredazionali sull'inflight magazine ufficiale della Compagnia che, nel corso del 2024, è stato distribuito su tutti i loro voli nella tasca posteriore dei sedili. Sui voli e all'interno dell'aeroporto di Forlì sono state distribuite 12.000 copie, nel periodo da maggio a ottobre 2024. La rivista, stampata totalmente a colori, con foto e ampio uso di QRCode di collegamento ai siti, è stata distribuita su tutte le tratte della compagnia tra cui citiamo Catania, Trapani, Lampedusa e Pantelleria, Olbia e Cagliari, le isole greche, l'Albania e la Polonia. All'interno è stato dato grande risalto a redazionali inerenti la cultura, la storia, l'arte e l'enogastronomia del territorio (magazine sfogliabile anche sul sito della Compagnia con link automatico ai siti degli inserzionisti).

n.1 pagina sulla Guida di Repubblica dedicata all'area imolese uscita nel periodo primaverile (marzo 2023). La pagina pubblicata con il titolo "Scopri i Comuni del Nuovo Circondario Imolese" ha messo in evidenza la nuova identità turistica (BEINWONDERLAND) dei 10 Comuni del Nuovo Circondario.

n. 1 pagina su Guida di Repubblica "IMOLA - storie e motori" edizione speciale dedicata al territorio imolese (uscita fine maggio 2024). La Guida di Imola anno 2024, in versione digitale, prevede una ripetizione di quanto pubblicato nel 2023 attraverso una distribuzione on line in lingua Inglese (IMOLA – stories and engines). Tale prodotto editoriale è stato caratterizzato da una veicolazione on line attraverso Qr code (sempre accessibile) e da una distribuzione in tutte le strutture ricettive e della ristorazione, nonché location turistiche del comprensorio Imolese.

Acquisto di pubblicità tabellari sui principali quotidiani locali: Il Resto del Carlino e la Repubblica per promuovere le gli eventi del territorio.

Nel corso del 2024 sono stati organizzati dei Press tour per promuovere experience motor + territorio. Grazie alla collaborazione instaurata con un'agenzia di sono stati organizzati due mini press tour rivolti al mercato estero (in particolare Regno Unito, Brasile e Messico) - così da poter accogliere i giornalisti sia singolarmente sia in un piccolo gruppo (3 partecipanti) Grazie ad un accurato lavoro di comunicazione è stato possibile far conoscere e apprezzare anche agli stranieri questo territorio come una destinazione unica, che va oltre le logiche del turismo di massa. Promuovendo un'esperienza autentica e sostenibile, che pone al centro il valore del patrimonio locale, offrendo un viaggio in cui il contatto umano e il rispetto per il territorio assumono un ruolo centrale.

Anche per il 2024 sono rimasti attivi i rapporti e le collaborazioni con operatori della regione Emilia Romagna, in particolare APT Servizi, Fondazione Bologna Welcome, Ravenna Incoming, Motor Site, Associazione Motor Valley, etc. Nel corso dell'anno sono stati realizzati n. 2 educational tour rivolti al mercato estero – uno dedicato al target luxury con Italian Connection Bellagio, l'altro per un tour operator del mercato brasiliano con target motor, outdoor ed enogastronomia con l'obiettivo di promuovere e far conoscere il territorio in cui lavora IF e di testare i prodotti nuovi 2024 sulle tematiche individuate. Sono stati, inoltre, organizzati educational one to one per decisori aziendali e stakeholder di vario titolo, sempre con riferimento ai prodotti individuati.

E' continua la 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)

Rilevazione presenze turistiche anno 2024

Nel corso del 2024 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. Nello

specifico, sono stati sottoposti a monitoraggio il WEC FIA 6 HOURS OF IMOLA (19-21 aprile) e Formula 1 Gran Premio dell'Emilia Romagna (17-19 maggio)

Il WEC FIA 6 HOURS OF IMOLA ha generato 9.180 arrivi turistici per complessive 29.517 presenze, con una permanenza media di 3,2 notti. Di queste, il 70,7% ha soggiornato nell'area territoriale di IF- Imola Faenza Tourism Company.

Il livello di internazionalizzazione di questi Ospiti è stato del 46,6%, con una forte incidenza dei residenti in Germania, Francia e Regno Unito. A seguire, ospiti stranieri sono giunti dal Belgio, dall'Austria, dall'Olanda, dalla Spagna, dalla Svizzera e dall'Irlanda. Questi Ospiti hanno scelto di soggiornare in prevalenza in strutture alberghiere (57,1%), ed in particolare si tratta di team/tecnici/organizzatori per il 52,6% del totale, seguiti da gruppi di amici (17,1%). Analizzando invece gli spettatori che hanno preso parte all'evento nelle tre giornate di gara (19, 20 e 21 aprile 2024), i medesimi sono stati complessivamente 42.500. In questo caso vi è predominanza di clientela italiana (85,8%), ed in particolare residenti in Emilia-Romagna (27,8%) ed in Veneto (18,2%). A questi spettatori si aggiungono ulteriori 31.100 ingressi, nello specifico trattasi di giornalisti, tecnici, personale di servizio, clienti/vip ed ospiti, etc. raggiungendo così complessivamente – nelle tre giornate – 73.600 ingressi.

L'evento Formula 1 Gran Premio dell'Emilia-Romagna ha generato 16.284 arrivi turistici per complessive 52.813 presenze, con una permanenza media di 3,2 notti. Di queste, il 54,5% ha soggiornato nell'area territoriale di IF Tourism Company. Il livello di internazionalizzazione di questi Ospiti è stato del 59,2%, con una forte incidenza dei residenti nel Regno Unito, Germania e Francia. Complessivamente, gli Ospiti stranieri che hanno soggiornato sul territorio grazie all'evento provengono da 39 diverse nazioni. Analizzando invece gli spettatori che hanno preso parte all'evento nelle tre giornate di gara (17, 18 e 19 maggio 2024), i medesimi sono stati complessivamente 167.300. In questo caso vi è predominanza di clientela italiana (72,1%), ed in particolare infraregionale (un italiano su quattro è residente in Emilia-Romagna). A questi spettatori si aggiungono i 400 giornalisti accreditati ed ospitati, gli organizzatori ed il relativo staff per ulteriori 12.000 ingressi, il personale aggiunto allo staff dell'Autodromo e a copertura dei servizi di vario genere, i clienti dell'hospitality, gli ospiti, etc. (complessivi 43.100 ingressi) raggiungendo così – nelle tre giornate – 210.400 ingressi totali.

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:
 - Bologna (BO), Piazza Nettuno n. 1
 - Castel Guelfo (BO), Via del Commercio n. 20/D;
 - Casola Valsenio (RA), Via Cardello n. 5;
 - Riolo Terme (RA), Corso Matteotti n. 40;
 - Piazza Andrea Costa, n. 9 Borgo Tossignano (BO) c/o palazzo Baronale - Museo della Vena del Gesso Romagnola

La società nel corso del 2024 ha continuato nel proprio percorso di crescita declinato nell'ultimo piano triennale 2023/2025 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 e dei costi di personale.

Con riferimento a potenziali rischi di liquidità, si evidenzia che nel corso del primo semestre 2024 la società ha ottenuto l'erogazione delle quote di co-finanziamento su progetti di promocommercializzazione presentati a Enti ed Istituzioni nel 2023, 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 ha effettuato investimenti coerenti con lo sviluppo della propria attività e in considerazione della gestione di iniziative ed eventi di respiro pluriennale.

ATTIVITA' DI RICERCA E SVILUPPO

Nel corso dell'esercizio 2024 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 a rischi la società dispone di due fidi su conto corrente a revoca per Euro 25.000 ciascuno che al 31/12/2024 non erano utilizzati; la società dispone, inoltre, di un fido di Euro 5.000 per negoziazione assegni.

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 31/12/2024. In particolare:

Redditività del capitale proprio

$$ROE = R_n / N = 7.085 / 185.567 = +0,004$$

dove "R_n" 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

$$Ind. = K / N = 913.343 / 185.567 = 4,92$$

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 = $C / p = 890.847 / 385.649 = 2,31$

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 2024 è di complessive n. 10 unità a tempo indeterminato. Inoltre, sono attivi 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 31/12/2023 dà un utile di Euro 819,16.

AZIONI PROPRIE E DI SOCIETÀ' 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 QUALITÀ, 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

In attesa delle indicazioni strategiche della nuova governance, IF ha fatto tesoro dell'esperienza maturata in questi anni di attività, così da permettere al management di avere a disposizione una serie di informazioni utili per eliminare eventuali elementi di difficoltà, come pure per perfezionare prodotti ed experiences. In un contesto territoriale dove l'appeal generato dall'Autodromo rimane molto forte, emerge ancor più necessaria la messa in rete di ruoli e funzioni con Formula Imola per pianificare in sinergia l'ampliamento dell'offerta, la realizzazione di azioni sempre più incisive e l'ottimizzare delle risorse. Se la condivisione nel corso del 2024 di una figura professionale con funzioni di promoter ha portato all'avvio nel 2025 del progetto INSIDE THE TERRITORY - Proposte di esperienze Dentro e Fuori gli eventi all'Autodromo Enzo e Dino Ferrari di Imola (esperienze realizzate con l'obiettivo di far conoscere il territorio IF a persone appassionate di motorsport e non solo, partendo dall'idea di un "fuori evento dentro il territorio" poiché il punto di partenza per la promozione saranno gli eventi in autodromo), la collaborazione tra i due principali strumenti del CON.AMI è solo all'inizio del percorso che, si auspica, possa portare ad un vero e proprio sodalizio. Ad inizio 2025 la società si è aggiudicata il bando pluriennale per la gestione delle attività di promocommercializzazione del Nuovo Circondario Imolese e dello IAT-R di Imola, mentre sul versante faentino sono state riconfermate anche per l'anno 2025 le gestioni dell'ufficio IAT di Riolo Terme e del Cardello.

I primi tre mesi del 2025 hanno registrato un trend molto positivo rispetto ai mesi analoghi del 2024 sia in termini di movimentazione turistica, sia per quanto concerne il fatturato (+52%). La strategia messa in atto da Formula Imola relativamente alla vendita del proprio merchandising in occasione dei grandi eventi motoristici è certamente una circostanza che può rendere il contesto più complesso dell'attuale. Sarà, pertanto, necessario attuare una gestione oculata delle risorse economiche e professionali, cercando di dare continuità all'offerta, ideando prodotti turistici accattivanti e rendendoli motivo di scelta da parte del turista con l'obiettivo di raggiungere un risultato economico in sostanziale equilibrio seppur con un fatturato inferiore rispetto al 2024.

FATTI DI RILIEVO AVVENUTI DOPO IL 31/12/2024

Non si evidenziano fatti di rilievo avvenuti dopo la chiusura dell'esercizio al 31.12.2024.

DESTINAZIONE DEL RISULTATO D'ESERCIZIO

A conclusione della presente relazione, evidenziamo che l'esercizio 2024 si chiude con un utile d'esercizio di € 7.084,82.

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 2025

Il Presidente del Consiglio di Amministrazione

Gianfranco Montanari