

“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 2025

Il presente documento illustra il generale andamento delle attività svolte dalla società “IMOLA FAENZA TOURISM COMPANY Società Consortile a responsabilità limitata” nel periodo 1.01.2025-31.12.2025.

IF - Imola Faenza Tourism Company s.c.ar.l. è una società operante nella promo-commercializzazione e nella fornitura di servizi nell’ambito strategico della valorizzazione delle risorse turistiche del territorio imolese-faentino anche in connessione con gli aspetti culturali, paesaggistici, ambientali, enogastronomici e sportivi a supporto di tutti i soggetti coinvolti nel settore, sia pubblici, sia privati. In particolare, Imola Faenza Tourism Company, in primis nell’interesse dei propri associati e degli Enti territoriali persegue lo scopo di:

- valorizzare le risorse turistiche, le iniziative sportive e le produzioni enogastronomiche dell’area, al fine di favorire la loro trasformazione in prodotti turistici collocabili in modo concorrenziale sui mercati turistici nazionali e internazionali;
- realizzare una gestione delle attività di promozione turistica secondo criteri che consentano una ottimizzazione dell’uso delle risorse e un miglioramento dell’efficacia delle azioni di sostegno del turismo anche in compartecipazione con i soggetti pubblici e privati interessati allo sviluppo del settore;
- agevolare, affiancando gli Enti locali e regionali, il raccordo con i territori per la programmazione di azioni di valorizzazione dell’area imolese-faentina al fine di incrementare i flussi turistici e partecipare alla definizione di obiettivi e azioni strategiche in tema di turismo.

In sintesi, la gestione 2025 ha mirato alla crescita qualitativa – tramite lo storytelling territoriale e l’offerta di esperienze personalizzate - piuttosto che puramente quantitativa, per rispondere a un mercato turistico esigente e incerto. In un contesto che da anni si contraddistingue per elevata complessità e volatilità, IF Imola Faenza Tourism Company ha dimostrato una significativa resilienza e una solida capacità di adattamento a uno scenario esterno in continua evoluzione. In tale quadro, la società continuerà a valorizzare la propria distintiva combinazione di competenze strategiche e operative per intercettare le opportunità che emergeranno in un mercato sempre più selettivo, inevitabilmente accelerate dalle discontinuità tecnologiche e geopolitiche.

L’impegno verso l’innovazione, la qualità dell’offerta turistica e la soddisfazione dei visitatori rimangono al centro della missione di IF – Tourism Company, unitamente al confronto con tutti i Soci, gli enti e gli operatori del territorio, nella certezza di poter affrontare le prossime sfide e confermare, così, la validità del percorso strategico intrapreso negli ultimi anni.

PRINCIPALI ATTIVITA'

L'Assemblea dei Soci riunitasi il 28 maggio 2025 ha deliberato in merito al rinnovo delle cariche sociali – Consiglio di Amministrazione e Collegio sindacale – inaugurando un nuovo periodo di governo societario. Nel corso dell'esercizio 2025, Imola Faenza Tourism Company ha fatto tesoro dell'esperienza maturata in questi anni di attività, così da permettere al nuovo management di avere a disposizione una serie di informazioni utili per eliminare eventuali elementi di difficoltà, come pure per perfezionare prodotti ed experiences. In particolare si è lavorato per confermare gli obiettivi del piano triennale, vale a dire il rafforzamento dei prodotti esistenti, la programmazione in maniera condivisa con gli operatori territoriali, l'innalzamento qualitativo dell'offerta, il consolidamento del mercato interno e la conquista di flussi internazionali; il tutto puntando a strutturare prodotti turistici che vanno dal motor sport – visite ad aziende del territorio, partecipazione ad eventi – allo sviluppo di prodotti tematici per matrimoni, percorsi enogastronomici, naturalistici, ambientali nella Vena del Gesso Romagnola, con un ampliamento anche di offerte utili a far allungare il soggiorno di coloro che pernottano in occasione dei grandi eventi motoristici. Importante è stato il lavoro di promoter che nel 2025 ha svolto diversi ruoli, fra cui quello di promo-commercializzare e pubblicizzare il territorio e l'offerta commerciale che rientra nella competenza territoriale di IF, di incentivare ed incoraggiare offerte da svolgere sul territorio, la promozione e la commercializzazione dei prodotti turistici con tema il motor sport, gli eventi 2025, le offerte di ampliamento del soggiorno in occasione degli eventi motoristici, la scoperta di ambienti naturalistici, itinerari enogastronomici, location wedding, etc. Il promoter, inoltre, ha presenziato ad alcuni appuntamenti fieristici, educational, etc., ma soprattutto ha sviluppato e mantenuto contatti e relazioni con gli operatori commerciali. 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/Canada. Inoltre, si è continuato ad investire verso il mercato del Brasile poiché il ricordo di Ayrton Senna rimane un attrattore di visita prioritario. A tal proposito, sono state numerose le occasioni di incontro con il travel trade (agenzie di viaggio e tour operator) durante le principali fiere di settore svoltesi nel 2025 (BIT Milano, ITB Berlino, BMT Napoli, ITW Milano, ITW Vienna, etc.) e i workshop internazionali (per citarne alcuni BMT Napoli, WORKSHOP MERCATO FRANCESE PARIGI, WORKSHOP MICE ITALIA Bologna, etc.). 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; è 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 2025 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. Ad inizio 2025 la società si è aggiudicata il bando pluriennale per la gestione delle attività di promocommercializzazione del Nuovo Circondario Imolese, dello IAT-R di Imola e del punto eXtraBO di Piazza Nettuno a Bologna, mentre sul versante faentino sono state riconfermate anche per l'anno 2025 le gestioni dell'ufficio IAT di Riolo Terme e del Cardello. Inoltre, si evidenzia che tutti i progetti di promo-commercializzazione presentati da IF per l'anno 2025 sono stati ammessi a contributo in fascia alta di co-finanziamento.

L'area accoglienza ha mantenuto il suo ruolo centrale grazie al presidio del territorio con 5 info point turistici e oltre 250.000 visitatori accolti (di cui oltre il 60% stranieri di 72 nazionalità); a questi si aggiunge la gestione di welcome desk e presidi in occasione di eventi di portata nazionale e internazionale (ad esempio: village TERRE&MOTORI durante la FORMULA 1, concerto AC/DC, Monsterland). I dati turistici del 2025 vedono il territorio IF volare ben oltre le 640.000 presenze, con un livello di internazionalizzazione che si è assestato nell'ultimo triennio su un 27% e la permanenza

media su 2,62 notti. L'andamento complessivo resta decisamente positivo, con un progressivo riequilibrio della domanda su tutto l'arco dell'anno rispetto agli anni precedenti ed un evidente 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.

Il primo trimestre del 2025 ha registrato un trend molto positivo rispetto ai mesi analoghi del 2024 per quanto concerne il fatturato (+52%). A partire dal secondo trimestre il fatturato risulta fortemente penalizzato dalla strategia messa in atto da Formula Imola relativamente alla vendita del proprio merchandising in occasione dei grandi eventi motoristici. A cui si è unita l'impossibilità del pubblico ad accedere agli spazi dello store sia durante, sia nelle fasi di allestimento e disallestimento degli stessi, ma anche di quelli minori per periodi di tempo molto più lunghi rispetto agli anni passati. Tale circostanza ha determinato un calo di fatturato complessivo 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) di circa il 9,2% rispetto allo stesso all'anno precedente. Ciò ha reso necessario attuare una gestione oculata delle risorse economiche e professionali e cercare di dare continuità all'offerta implementando il più possibile visite guidate e nolo della sim room per team building aziendali; nonché ideando prodotti turistici accattivanti e rendendoli motivo di scelta da parte del turista con l'obiettivo di raggiungere un risultato economico per l'intero esercizio in sostanziale equilibrio seppur con un fatturato inferiore rispetto al 2024.

La gestione 2025 ha dovuto affrontare l'aumento dei costi operativi (inflazione), la volatilità dei mercati internazionali e le problematiche locali pocanzi descritte; l'impatto di tali criticità è stato attentamente monitorato con l'obiettivo di mantenere i margini attraverso una gestione efficiente e la valorizzazione dei servizi ad alto valore aggiunto.

Si riepilogano le principali azioni intraprese volte alla promo-commercializzazione e allo sviluppo del turismo nel territorio di Imola Faenza Tourism Company nel corso del 2025, azioni coerenti col piano triennale 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 (circuitto nazionale 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;
- implementazioni delle relazioni con altri operatori del settore turismo, in particolare fornitori di servizi che garantiscono la condivisione dell'obiettivo di valorizzare il territorio a 360°;

- conferma delle collaborazioni e rinnovo delle sinergie con i principali partner commerciali strategici quali le altre DMC/DMO dei territori limitrofi (in particolare Bologna e Modena tramite Fondazione Bologna Welcome e Modenatur, Ravenna Incoming e Cervia In, ma in generale tutto il territorio regionale tramite l'adesione alla rete di imprese Emilia Romagna Welcome) in modo da attivare un meccanismo virtuoso di scambi di servizi turistici e condivisione di offerte e pacchetti turistici che coinvolgano un territorio sempre più ampio, come richiesto linee guide Regionali stesse;
- ideazione e realizzazione di 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:

- **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 31.12.2025; 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.
 - Sviluppo dell'attività della Sim Room (quattro simulatori GT più un motion ed un simulatore dinamico formula con un incremento del 54% di fatturato dedicato rispetto al 2024) con incremento delle 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 presso la Sala Senna di prodotti tipici a rotazione (vini dalle cantine del territorio, birre artigianali, olio). Nel corso del 2025 i visitatori che hanno fatto la visita guidata alla pista (di cui i due terzi stranieri hanno portato il prodotto ad un +59 rispetto al 2024);
- 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;
 - **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 ha gestito 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 è occupato 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 2025 IF si è occupata della raccolta e del coordinamento dei dati per la rilevazione del movimento clienti nelle strutture alberghiere ed extralberghiere dei Comuni del proprio territorio in supporto delle locali amministrazioni e 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 2025 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. 12128 del 25/06/2025.
 - **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 2025 si sono registrati 21.031 contatti turistici). Il contratto scaduto nel 2025 è stato prorogato per un anno con scadenza al 31.12.2026.
 - **Gestione del complesso immobiliare “Il Cardello” Casa Museo dello scrittore Alfredo Oriani e Sala Pifferi** – E' stata rinnovata per due anni con decorrenza dal 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 2025 è stata inaugurata il 5 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** – a seguito di aggiudicazione del bando del Nuovo Circondario Imolese, nel corso del 2025 è proseguita la gestione della postazione dedicata alla promozione del territorio dell'Area imolese (che coincide col territorio dei 10 Comuni facenti parte del Circondario imolese) all'interno dello spazio denominato "eXtraBO", ubicato nella centralissima Piazza del Nettuno a Bologna. Tale info point è prevalentemente dedicato 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 32.000 gli accessi alla location in costante incremento rispetto agli anni precedenti, mentre sono stati attivati tutti i tour experiences (cluster Ville & Castelli, Star walks, Fermate del gusto, Foliage, Extrabimbi) per un totale di 337 pax. L'attività di presidio è svolta da personale di IF in coordinamento e con il supporto del Nuovo Circondario Imolese.
- **Gestione info point Museo della Vena del Gesso Romagnola** Nel 2025 è proseguito l'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.

Eventi e Progetti Speciali:

- **Imola Camper Parade** - evento organizzato in collaborazione con la locale Associazione di camperisti/campeggiatori nel weekend dal 21 al 23 marzo. L'Imola Camper Parade 2025, oltre a dare la possibilità agli equipaggi partecipanti di guidare il proprio camper sul famoso tracciato di Imola, è stata l'occasione per promuovere turisticamente il territorio organizzando una serie di iniziative quali tour del vino e dell'olio sulle colline dell'autodromo, cena a Casalfiumanese in occasione dei 100 anni della festa del raviolo, tour guidato in bici sulle colline tra Imola e Dozza, trekking guidato al parco delle Acque Minerali. L'iniziativa ha visto la partecipazione di n. 138 camper per un totale di circa 400 pax.
- **Progetto TERRE&MOTORI** – E' proseguita la collaborazione con Con.Ami per lo sviluppo di azioni dedicate all'implementazione del progetto "TERRE&MOTORI". In particolare, nel corso del 2025, 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 sono state, inoltre, realizzate alcune iniziative promozionali, in accordo con il Comune di Imola, quali l'allestimento di un "Village TERRE&MOTORI" in occasione degli eventi motoristici WEC e GP di Formula1, la **camminata per Roland e Ayrton** in occasione dell'Ayrton Day (1° maggio) e una riedizione in scala ridotta della mostra "MAGIC. Ayrton Senna" con le fotografie di Angelo Orsi e Mirco Lazzari, presso la Sala Senna all'interno degli spazi dell'Hub Turistico dell'Autodromo; allestimento di gazebo promozionali durante i concerti di Max Pezzali (12 luglio) e degli AC/DC (20 luglio) e supporto alla promozione territoriale nell'ambito dell'evento Monsterland (31 ottobre)

- **RACING IN FRAME** - La storia della Gresini Racing in mostra al Museo Checco Costa dell'Autodromo Enzo e Dino Ferrari di Imola; l'allestimento è stato costruito come un viaggio emozionante nella storia del motociclismo mondiale, tra memoria, immagini e passione per le due ruote. Dalla mitica Garelli 125 con cui Fausto Gresini vinse il titolo mondiale nel 1987, fino alla showbike MotoGP 2025 di Alex Marquez, insieme a caschi, tute e cimeli originali; ad affiancare l'esposizione anche una parte multimediale col racconto, tra passato e presente, del team Gresini. Un percorso immersivo arricchito da fotografie, installazioni visive e sonore, oggetti iconici, come la moto, la tuta e il casco di Toni Elias (World Champion Moto2) e Jorge Martin (World Champion Moto3) e moto storiche, per celebrare la straordinaria eredità lasciata da Fausto Gresini al mondo del motorsport. La mostra ha aperto il 1° agosto al Museo Checco Costa, dove è stata visitabile tutti i giorni, fino al 31 agosto. Dopo Imola, "Racing in Frame" si sposta nell'altra città di Fausto (e del territorio IF), a Faenza, dove è rimasta allestita dal 20 settembre al 12 ottobre nelle prestigiose sale del Palazzo del Podestà, in concomitanza con l'Italian Motor Week.
- **Progetto FAENZA CITTA' DEI MOTORI** – a fine 2025 è partita una collaborazione con il Comune con l'obiettivo di consolidare Faenza come hub riconosciuto della cultura motoristica romagnola, capace di integrare tradizione e innovazione, industria e turismo, artigianato e tecnologia. La visione progettuale è stata avvalorata anche dalla realizzazione, nel corso dell'anno, di alcune iniziative propedeutiche quali la serata celebrativa dedicata al Minardi Team (7 aprile 2025), la mostra Racing in Frame precedentemente descritta, l'evento Motor Play (26-28 settembre 2025). Nel corso del 2026 saranno sviluppate azioni atte a rafforzare l'immagine coordinata Faenza Città dei Motori (brand identity) a livello nazionale e internazionale, creare sinergie con l'Autodromo Internazionale di Imola come vetrina promozionale privilegiata, ideare un calendario di eventi e attività esperienziali permanenti legate ai motori, ampliare la comunicazione digitale e la promozione turistica coordinata, favorire la collaborazione ed il coordinamento permanente tra pubblico, privato e istituti formativi per iniziative congiunte.
- **SPETTRA 2025 (SPecialized Training in Technologies for Radio Astronomy)** supporto all'organizzazione della prima edizione dell'evento di formazione avanzata per giovani ricercatori e tecnologi, tenutosi con grande successo dal 15 al 19 settembre 2025 presso la Stazione Radioastronomica di Medicina dell'INAF. 30 studenti e 26 docenti hanno partecipato a una settimana di lezioni, laboratori e scambi di idee sulle tecnologie per la radioastronomia, includendo momenti di visita alle eccellenze del territorio e degustazioni di prodotti tipici.
- **A TAVOLA CON...IMOLA, AROMI DI BACCANALE** - durante la manifestazione, IF si è occupata della realizzazione di alcune iniziative, tra cui "cene evento" (25 ottobre, 4 novembre e 16 novembre) con importanti personaggi che hanno fatto della gastronomia l'elemento chiave per estendere la conoscenza dei territori e prodotti locali e del Made in Italy; inoltre è stata realizzata una campagna di comunicazione digitale, in sinergia con i portali web istituzionali e i canali social del territorio.
- **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 sia da privati sia da agenzie specializzate in wedding, molto incuriositi dalla particolarità del luogo. Nel corso del 2025 sono stati celebrati due matrimoni (15 marzo e 23 agosto) con la formula del pacchetto wedding.

Progetti:

Nel corso del 2025 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.

Si segnala che tutti i progetti di promo-commercializzazione presentati da IF per l’anno 2025 sono stati ammessi a contributo nelle fasce alte di co-finanziamento.

- Progetto “Fil rouge: motor passion” – L.R. 4/2016 (seconda annualità);
- 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 di sviluppo di Promo-commercializzazione Turistica dei Comuni del Nuovo Circondario Imolese: ideazione e gestione di azioni di comunicazione quali sviluppo social, uscite pubblicitarie su stampa locale e nazionale, redazionali, realizzazione video, produzione grafica e stampa flyer e brochure, creazione e gestione 10 experiences da vivere sul territorio tra fine settembre e metà novembre;
- 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.

Fiere, workshop e incontri per la promocommercializzazione :

Nel 2025 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:

FESPO Zurigo: 30 gennaio- 2 febbraio 2025

BIT Milano: 10 – 12 febbraio 2025

ITB Berlino: 4-6 marzo 2025

BMT Napoli: 13 – 15 marzo 2025

ITW MILANO: 20 marzo 2025

ITW WORKSHOP MERCATO FRANCIA Parigi: 1 aprile 2025

WORKSHOP MICE ESTERO ITALY AT HAND HOMEBOUND Modena: 1 aprile 2025

FIERA DEL CICLOTURISMO Bologna: 4-6 aprile 2025

AGRITRAVEL EXPO Bergamo: 4-6 aprile 2025

WORKSHOP ITW NOVA Desenzano del Garda: 7 aprile 2025

WORKSHOP CITIES EMILIA ROMAGNA Bologna: 8 maggio 2025

ROMAGNA WELLNESS EXPERIENCE Rocca Malatestiana Verucchio: 16 – 18 maggio 2025

WORKSHOP MICE ITALIA Bologna: 6 giugno 2025

IBF Italian Bike Festival Autodromo di Misano: 5 – 7 settembre 2025

SALONE DEL CAMPER, Parma: 13 - 21 settembre 2025

GOOD ITALY Reggio Emilia: 30 settembre 2025

TTG TRAVEL EXPERIENCE Rimini – 8 - 10 ottobre 2025

WORKSHOP TRAVEL OPEN DAY BY TRAVEL QUOTIDIANO ED. SPECIALE EMILIA-ROMAGNA Cattolica (RN): 9 ottobre 2025

Romagna Experience: 24-26 ottobre 2025

WORKSHOP BTI (FARETE Bologna fiera BTB Confindustria): 30 ottobre 2025

ITW VIENNA: 19 novembre 2025

BITESP BORSA DEL TURISMO ESPERIENZIALE Venezia: 25 - 26 novembre 2025

Incontri con stakeholders

Grazie all'attività di promoter messa in campo in questi anni, stanno cominciando a concretizzarsi rapporti con aziende ed associazioni a livello nazionale e internazionale che intendono usufruire in primis dell'esclusiva location dell'Autodromo per organizzare loro eventi. In particolare, nel corso del 2025 sono stati organizzati vari appuntamenti di presentazione degli spazi, delle possibilità di ospitalità presso strutture alberghiere e resort del territorio, delle attività di team building e delle offerte commerciali di experiences sul territorio. Si riportano di seguito i principali contatti:

Club Italia Honda Goldwing e Emilia Romagna, Action Group Srl, Surgital, Intercruises - Shoreside & Port Services (TUI Italia), AMAEVENTI, Red Bull Srl, Università degli Studi di Varsavia, San Marino Viaggi e Vacanze, Rudi Travel, ROMANICA Accademia Italiana di Lingua e Cultura, STOWARZYSZENIE Foton Racing

Educational per TO, CO e decisori/stakeholders

Anche per il 2025 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, Modenatur, etc. Nel corso dell'anno sono stati realizzati n. 2 educational tour rivolti uno al mercato nazionale dedicato al target "motor e food valley" con Slow Food Italia e l'altro al mercato estero dedicato al target motor& luxury con Club Scuderia Ferrari Irlanda - con l'obiettivo di promuovere e far conoscere il territorio in cui lavora IF, testando i prodotti 2025 sulle tematiche individuate, nonché altre aree del territorio regionale. Sono stati, inoltre, organizzati educational one to one per decisori aziendali e stakeholder di vario titolo, sempre con riferimento ai prodotti individuati. A tutti gli operatori coinvolti è stato fornito materiale relativo alle nuove proposte ed offerte commerciali appositamente predisposte per gestire nel modo più professionale possibile tali azioni.

Azioni di comunicazione

Nel 2025 è stata rafforzata la strategia comunicativa, soprattutto on line, con azioni di implementazione dei siti di promozione turistica già attivi sul territorio di riferimento dei Comuni IF: (www.imolafaenza.it, ma anche www.terremotori.it, <https://www.thesoundofimola.it>, www.ayrton-senna.it, etc.) nell'ottica di favorire il coordinamento e il dialogo delle informazioni e il linkaggio all'offerta commerciale contenuta sui siti di promozione turistica. Per quanto riguarda il portale imolafaenza.it 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.

E' stata confermata l'importanza strategica della **newsletter**, nell'ottica di social media strategy con i seguenti obiettivi: aumentare la fedeltà dell'utente, incrementare il numero dei potenziali utenti, incrementare il traffico sul sito, convertire nuovi utenti, aumentare la brand awareness, coltivare le relazioni con soci ed operatori di settore, introdurre un touch point con il pubblico. Si è, pertanto, proceduto ad ottimizzare il database dei contatti in maniera funzionale (creazione di liste, inserimento tag, suddivisione in cluster di appartenenza, etc.), creare un template funzionale all'invio di newsletter chiare ed accattivanti, bilanciare informazioni utili, curiosità, proposte commerciali, impostare automazioni in base alle azioni fatte dagli utenti sulla newsletter. Nel 2025 sono state inviate un totale di 24 newsletter, circa 2 volte al mese, con lo scopo di: informare gli utenti su eventi, experiences e appuntamenti; approfondire e raccontare curiosità; coinvolgere altri attori del territorio per fare rete; raggiungere un'utenza più istituzionale; raggiungere un'utenza più specifica.

Sono stati gestiti per tutto il 2025 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. Nel periodo compreso tra gennaio e dicembre 2025 sono stati pubblicati complessivamente 171 post su ciascuna piattaforma. I contenuti sono stati articolati in diverse tipologie: focus sugli eventi dei 16 comuni, approfondimenti su iniziative e temi di interesse trasversale che hanno coinvolto più territori, promozione di experiences e rubriche dedicate a comuni, aree tematiche ed eventi di particolare rilievo. Ricondivisioni, menzioni e post realizzati in collaborazione con i comuni di IF, altri enti di promozione e con gli utenti hanno contribuito a stimolare l'interazione, favorendo un incremento del coinvolgimento e dell'interesse del pubblico nei confronti dei contenuti proposti. La grafica coordinata, valorizzata dall'utilizzo di immagini evocative che raccontano il legame con il territorio, è stata progettata per garantire una

forte riconoscibilità del brand IF, trasmettendo solidità e credibilità, insieme a professionalità e affidabilità. (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 (inserzioni tramite le piattaforme Meta) delle attività sul territorio per ampliare e fidelizzare il nostro pubblico di riferimento.

Nel corso dell'anno sono state, inoltre, realizzate alcune azioni pubblicitarie su stampa locale e nazionale, nonché comunicati stampa e pubbli-redazionali, ma anche conferenze stampa al fine di presentare le nuove opzioni di soggiorno e/o offerte. L'acquisto di pagine tabellari sulla stampa è stato ridotto rispetto agli anni precedenti, preferendo investire sui canali di promozione online. Nello specifico si è optato per i seguenti interventi pubblicitari:

Pubblicità sulla rivista PLEINAIR

Pubblicità sul magazine TOURING (mensile ufficiale del TCI)

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

Educational per giornalisti - si tratta di un'attività a sostegno della promo-commercializzazione dei prodotti oggetto dell'offerta turistica di IF, pertanto, nel corso del 2025 sono stati organizzati dei press tour per promuovere experiences motor + territorio. E' continuata, inoltre, la collaborazione con l'agenzia di comunicazione Alessia Rizzetto di Milano con il cui supporto sono stati organizzati due mini press tour rivolti uno al mercato nazionale e uno al mercato estero (Svezia, Austria e Grecia) - così da poter accogliere i giornalisti in un piccoli gruppi (2/3 partecipanti) per promuovere un'esperienza autentica e sostenibile, con al centro il valore del patrimonio locale a 360 gradi.

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.

Rilevazione presenze turistiche anno 2025

Anche nel 2025 il nostro territorio si conferma una meta apprezzata da turisti italiani e stranieri. Per quanto riguarda il Circondario, risultano oltre 260mila persone (263.360 per l'esattezza, 40mila in più dello scorso anno, + 17,9%), hanno scelto tale meta.

Esaminando Imola, quale principale Comune dell'ambito circondariale, nel 2025 i turisti totali hanno superato quota 108mila (+19% rispetto al 2024), con 78.515 italiani (+16,5%) e 29.922 stranieri (+26%). I pernottamenti complessivi sono stati 269.046 (+11,8%), a conferma di una crescita diffusa, seppur con intensità diverse tra i vari segmenti e con un peso crescente della componente internazionale. Particolarmente marcato l'andamento delle strutture ricettive. Gli esercizi alberghieri hanno registrato 172.610 presenze totali (+168,5%), mentre gli extra-alberghieri hanno superato le 44mila presenze (+601%), con incrementi significativi sia tra gli italiani sia tra gli stranieri. Un'evoluzione che riflette anche un cambiamento nelle modalità di soggiorno, con una maggiore incidenza delle soluzioni alternative all'hotel tradizionale.

Nel complesso, i dati indicano una capacità della città e del territorio di intercettare flussi diversi, sostenuta dagli eventi in Autodromo e dalle manifestazioni sportive in generale, oltre che dagli arrivi legati ai clienti business e alle manifestazioni dei Testimoni di Geova. Ne deriva una distribuzione

delle presenze più ampia lungo l'arco dell'anno, anche al di fuori dei picchi stagionali, pur restando evidente il ruolo trainante di alcuni eventi.

I dati definitivi, forniti dalla Regione Emilia-Romagna, confermano che l'Unione della Romagna Faentina, non solo ha raggiunto i livelli pre-pandemia e pre-alluvione, ma li ha superati in termini di arrivi, presenze e permanenza media. Per quanto riguarda Faenza, l'andamento evidenzia arrivi pari a 63.829 unità, con un incremento dell'11,8% rispetto al 2024. I pernottamenti raggiungono quota 177.895, segnando un +9,7% e portando la permanenza media in città a quasi tre giorni.

Questo consolidamento è supportato da una decisa diversificazione dell'offerta, che spazia sempre più tra gli eventi culturali e le manifestazioni sportive di portata internazionale, le eccellenze enogastronomiche, senza dimenticare il turismo del benessere e quello all'aria aperta. Anche qui l'efficacia delle strategie di destagionalizzazione emerge dalla tenuta del comparto anche nei mesi primaverili ed autunnali grazie a nuovi eventi di spessore.

La visibilità globale ottenuta attraverso grandi eventi sportivi, su tutti il Gran Premio di Formula 1 tenutosi a Imola negli ultimi anni — che ha visto migliaia di appassionati soggiornare anche nelle strutture dell'area faentina —, ha proiettato l'immagine coordinata del territorio oltre i confini nazionali innalzando il livello di internazionalizzazione.

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 2025 ha continuato nel proprio percorso di crescita declinato nell'ultimo piano triennale 2024/2026 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 ad un consolidamento del 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 2025 la società ha ottenuto l'erogazione delle quote di co-finanziamento su progetti di promo-commercializzazione presentati a Enti ed Istituzioni nel 2024, 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 2025 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 31/12/2025 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 31/12/2025. In particolare:

Redditività del capitale proprio

$$ROE = R_n / N = 7.265 / 192.742 = +0,04$$

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

$$Ind. = K / N = 980.088 / 192.742 = 5,08$$

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

$$\text{Current ratio} = C / p = 927.179 / 497.440 = 1,86$$

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 2025 è di complessive n. 9 unità a tempo indeterminato; di queste, n.3 unità hanno presentato dimissioni volontarie nel corso dell'anno e sono state momentaneamente sostituite con contratti a tempo determinato. In tal modo, unitamente ai tre contratti attivi in modalità "lavoro intermittente" è stato possibile 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 31/12/2025 dà un utile di Euro 389,75.

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

La società opera e lavora confermando lo sviluppo degli obiettivi previsti nella programmazione triennale di cui si evidenziano i principali:

- ✓ rafforzamento dei prodotti esistenti
- ✓ programmazione in maniera condivisa con enti pubblici e operatori/imprese private territoriali
- ✓ innalzamento qualitativo dell'offerta
- ✓ consolidamento dei flussi turistici nazionali ed internazionali

A tal proposito, nel 2026 sarà ulteriormente sviluppato il 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. Si intende supportare tali attività anche investendo in un mini shuttle elettrico (con contratto di noleggio) nell'ottica di mettere in campo un servizio che coniughi rispetto dell'ambiente e valorizzazione del territorio. Risulta evidente che, 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: la collaborazione tra i due principali strumenti del CON.AMI continua ad essere altalenante, senza arrivare mai a consolidare un vero sodalizio, in un contesto dove la mancanza di grandi eventi dovrebbe generare una naturale evoluzione di iniziative ed attività. In tal senso è stato presentato e condiviso con Formula Imola, CON.AMI e Comune di Imola, un progetto di riqualificazione degli spazi all'interno dell'Hub Turistico che riguarda la hall del Museo Checco Costa, pur mantenendo inalterata la polifunzionalità di tale location e si intende operare un restyling di Sala Senna, con allestimenti non invasivi per mantenerne il principale uso quale sala convegni/conferenze, con la realizzazione di bacheche espositive di memorabilia dedicate al grande pilota e una sorta di percorso visivo con i colori del Brasile che condurrà dallo store alla sala sino alle pareti di quest'ultima creando un contesto di grande impatto emozionale. Interventi di questo tipo contribuiscono sia a migliorare l'immagine dell'hub, sia ad aumentarne la fruizione nei periodi in cui non vengono disputate gare internazionali, sia ad arricchire le esperienze di visita. Nel 2026 proseguirà la gestione delle attività di promocommercializzazione del Nuovo Circondario Imolese e dello IAT-R di Imola e quelle dell'ufficio IAT di Riolo Terme e del Cardello.

Il primo trimestre 2026 ha registrato una flessione negativa rispetto ai mesi analoghi del 2025 sia in termini di movimentazione turistica, sia per quanto concerne il fatturato (-20%). A partire da fine febbraio, infatti, il settore turistico ha risentito dell'instabilità derivante dai nuovi conflitti internazionali, i cui esiti rimangono incerti. In particolare, la tensione geopolitica e il conseguente rincaro dei costi energetici e del carburante che ne deriverà potrebbero contrarre il reddito disponibile delle famiglie. Ciò potrebbe determinare una riduzione della movimentazione internazionale che richieda di adeguare l'offerta commerciale ad un'utenza estera più di prossimità e nazionale. Sarà, pertanto, necessario attuare una gestione oculata delle risorse economiche e professionali, cercando di rimodulare l'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 ed un fatturato in linea con quello del 2025.

FATTI DI RILIEVO AVVENUTI DOPO IL 31/12/2025

Non si evidenziano fatti di rilievo avvenuti dopo la chiusura dell'esercizio al 31.12.2025.

DESTINAZIONE DEL RISULTATO D'ESERCIZIO

A conclusione della presente relazione, evidenziamo che l'esercizio 2025 si chiude con un utile d'esercizio di € 7.265,21.

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, 31 marzo 2026

Il Presidente del Consiglio di Amministrazione

Gianfranco Montanari