



Destination
is Bologna



CITTÀ
METROPOLITANA
DI BOLOGNA

Destinazione turistica Bologna metropolitana

Destinazione Bologna metropolitana



Con l'approvazione del Consiglio metropolitano del 25 maggio 2016, si è concluso il percorso istituzionale della Città metropolitana che ha portato all'individuazione del territorio metropolitano di Bologna come Area Vasta a finalità turistica.

La Regione, successivamente, con Delibera di Giunta Regionale n. 2175 del 13/12/2016 ha riconosciuto il territorio metropolitano come Area vasta a finalità turistica e la Città metropolitana come **Destinazione turistica Bologna metropolitana**.

E' quindi iniziato il lavoro insieme alle Unioni e al Comune di Bologna, in accordo con il sistema delle imprese, per definire congiuntamente le strategie e le priorità su cui opererà il nuovo soggetto.

Convenzione con la Provincia di Modena



Come previsto dalla nuova normativa regionale, la **Città metropolitana di Bologna** e la **Provincia di Modena** hanno firmato il 31 luglio 2017 una **Convenzione** per la condivisione di funzioni della destinazione turistica.

La Convenzione ha la durata di tre anni e definisce le modalità di collaborazione per la promozione turistica di un ambito territoriale comune.

I segmenti turistici di particolare interesse per i quali si ritiene strategico collaborare riguardano:

- Motor Valley
- Agroalimentare ed enogastronomia
- Appennino bianco
- Grandi eventi

Organi della Destinazione turistica



La **Destinazione turistica** è costituita dai seguenti organi: Comitato di Indirizzo e Cabina di Regia.

Il **Comitato di Indirizzo** è l'organo esecutivo della Destinazione, il centro di rappresentanza delle istanze territoriali: svolge compiti istruttori proponenti ed esprime gli orientamenti relativi alle attività della Destinazione turistica.

E' composto dai **7 Presidenti delle Unioni di Comuni dell'area metropolitana bolognese**, dal Consigliere della Città metropolitana delegato allo Sviluppo economico e al Turismo, da 1 rappresentante della Provincia di Modena.

Il Comitato è **presieduto dal Sindaco del Comune capoluogo**, che coincide con il Sindaco metropolitano, o da un suo delegato. Il sindaco Virginio Merola ha deciso di delegare in modo permanente l'assessore al Turismo e Promozione della città del Comune di Bologna Matteo Lepore, che assume così il ruolo di Presidente del Comitato di Indirizzo.

Organi della Destinazione turistica



La **Cabina di Regia** è l'organo che assicura il raccordo dell'azione pubblica con i soggetti privati rappresentativi del settore turistico locale, svolgendo funzioni di concertazione sulle linee strategiche e programmatiche per lo sviluppo delle attività di promozione e commercializzazione turistica.

E' composta da:

- il Consigliere della Città metropolitana delegato allo Sviluppo economico e al Turismo;
- un rappresentante della **Camera di Commercio di Bologna**;
- un rappresentante del **GAL Appennino bolognese**;
- un rappresentante scelto congiuntamente da **Fiera e Aeroporto**;
- 9 membri designati dalle **associazioni di categoria maggiormente rappresentative sul territorio**;
- 2 rappresentanti delle amministrazioni pubbliche locali della Provincia di Modena e
- **4 rappresentanti dell'imprenditoria turistica modenese.**

E' presieduta dal Sindaco metropolitano tramite delega al Presidente del Comitato di Indirizzo, che viene affiancato nell'attività di gestione dal **Coordinatore** designato dalle organizzazioni del turismo e del commercio.



DMO per una gestione integrata

La Destinazione turistica ha trovato il suo braccio operativo in una **DMO (Destination Management Organization) unitaria** che gestisce le attività di promo-commercializzazione, le funzioni di Marketing (attrarre i visitatori) e di Management (far crescere la competitività) del sistema turistico.

Il 23 aprile 2018 è stato sottoscritto il contratto con **Bologna Welcome srl**, la società che si è aggiudicata il bando per la promozione e la promo-commercializzazione turistica della Destinazione.

La DMO si rapporta col territorio seguendo il principio della collaborazione con operatori turistici locali e attivando meccanismi di delega e sussidiarietà.



Tavoli territoriali

La Destinazione si configura come una **destinazione “community”**, nella quale la relazione tra domanda ed offerta turistica si concretizza attraverso il modello della rete, dove i diversi attori combinano la propria offerta per assicurare al turista sinergia, varietà e standard qualitativi.

Nella logica di una “governance partecipata”, per ciascuno dei vari ambiti locali, sono stati istituiti dei **“tavoli di concertazione”** di natura tecnico-politica, partecipati dagli stakeholder pubblici e privati, finalizzati a definire gli obiettivi locali e disegnare coerentemente i contenuti.

Ad oggi sono già stati attivati il Tavolo per il turismo in Appennino che condivide la strategia attuativa del GAL Appennino bolognese, il Tavolo della Pianura Bolognese e il Tavolo del Circondario imolese per l'area di Imola.

Obiettivi: permanenza e stagionalità



Obiettivo della Destinazione contenuto nelle Linee d'indirizzo pluriennali è quello di una **crescita qualiquantitativa del turismo** e la durata dei soggiorni su tutta l'area, attraverso tre direttrici:

- innalzamento della componente di **turismo leisure** (di piacere);
- innalzamento della **componente straniera**;
- attivazione di **azioni che estendano l'offerta di esperienze** (escursioni, attività, tali da rendere la Destinazione attrattiva per soggiorni più lunghi).

Tra gli altri obiettivi:

- **redistribuzione della curva stagionale** rinforzando possibilmente i periodi deboli (principalmente il primo bimestre dell'anno) attraverso eventi e manifestazioni di richiamo.
- una crescita qualitativa della **ricettività extra alberghiera** attraverso forme coerenti con il contesto e di appoggio ai percorsi di **mobilità lenta** (abitazioni, borghi, casali, aziende agricole, ville e dimore storiche, agricampeggi, ecc.)

Brand Destinazione turistica



Si sta, inoltre, lavorando sul posizionamento e la penetrazione della marca Destinazione per renderla:

- **da destinazione urbana a destinazione "mista"**, che combina soggiorni city a soggiorni tour, cultura, natura, attivi, slow;
- da singola destinazione a centro di una **destinazione policentrica**, dove **le varie aree (Appennino, Imolese, Pianura) potranno identificare i concetti-chiave che le contraddistinguono** e le caratterizzano meglio.

I concetti chiave identitari del territorio sono e verranno valorizzati attraverso contenuti dettagliati, racconti esaustivi, costruzione e offerta specifica di attività, servizi, eventi, promozioni.

Appennino, Imolese, Pianura sono fondamentali per coltivare la **percezione di una destinazione che regga soggiorni fino all'intera settimana**: rappresentano l'inizio del percorso per approfondire gli elementi socio-culturali tipici delle mete.

Direttrici operative



Le macro-direttrici da perseguire per accrescere la capacità competitiva sono:

- **Integrazione SMART dei servizi** attraverso un'unica piattaforma digitale di Destinazione
- **Intermodalità lenta e trasporti** per lo sviluppo dello "slow tourism"
- Sempre più **Tour, Attività, Esperienze, Eventi** (TAEE)
- **Manutenzione e messa in sicurezza** del contesto (strutturazione e manutenzione dei tracciati e delle aree di sosta/ristoro, segnaletica, copertura wi-fi..)
- Qualità e Competenza del **capitale umano**
- **Qualità/varietà dell'offerta** turistico-ricettiva
- Creazione di **reti locali e tematiche**

Immagine della Destinazione



La Destinazione, per connotarsi come **slow** e **smart**, deve essere:

- **Autentica** lavora su elementi originali, non riproducibili, fortemente ancorati ai valori locali
- **Esperienziale** propone momenti coinvolgenti, memorabili, da raccontare e da cui ritornare con qualcosa in più
- **Sicura** assicura sicurezza (fisica) e comfort psicologico (senso di sicurezza, certezza di ricevere il promesso/dovuto)
- **Sostenibile** attenta ai vari aspetti di qualità ambientale: aria, acque, rifiuti, territorio, energia, mobilità, cioè orientata a migliorare costantemente gli standard
- **Responsabile e accessibile** attenta alle esigenze di tutti i segmenti di popolazione (sia residenti sia turisti) ed in particolare quelli più sfavoriti
- **Tecnologica, connessa e integrata** attraverso infrastrutture e soluzioni avanzate di comunicazione (ICT) e trasporto

Programma attività



Le attività di promozione e valorizzazione turistica della Destinazione sono contenute nel **Programma Annuale delle Attività Turistiche**.

Il **Programma**, che viene approvato dal Consiglio della Città metropolitana, si articola in:

- **Linee di indirizzo pluriennali**, il documento strategico che definisce le direttrici di sviluppo turistico a Bologna e nell'area metropolitana, assieme alle linee di prodotto da supportare e promo-commercializzare.
- **Programma turistico di promozione locale (PTPL)** che comprende le attività di sostegno ai Servizi turistici di base dei Comuni ed ai progetti pubblici e privati di Promozione turistica di interesse locale, ovvero le iniziative realizzate per promuovere l'immagine, le peculiarità e le caratteristiche di qualità dei servizi e dei prodotti turistici locali.
- **Programma operativo annuale di promo-commercializzazione turistica**, nel quale sono indicati gli obiettivi da perseguire e i prodotti da promo-commercializzare nei relativi mercati nazionali e internazionali.

Ad oggi sono stati approvati i Programmi relativi al 2019, in fase di attuazione, e quello del 2020.

Adesione alla Destinazione e al suo programma



La Destinazione turistica adotta, per lo svolgimento delle proprie attività, un Programma di promo-commercializzazione. Le **imprese turistiche** e gli **altri operatori economici del settore** turistico possono **partecipare all'attuazione delle azioni del Programma 2020** attraverso una **manifestazione di interesse**.

L'**adesione** al programma avviene su **2 livelli**; come da tabella seguente:

* l'adesione al **1° livello** è la condizione necessaria per poter partecipare ai bandi regionali e la quota di adesione è pari a 300 euro;

* l'adesione al **2° livello**, che sarà sottoposta a verifica dalla Cabina di Regia, comprende quanto incluso nell'adesione di 1° livello più la possibilità di essere coinvolto in specifiche azioni; per il 2020, i cluster individuati sul territorio sono:

Musica, Outdoor Active & Slow, Motori ed Eccellenze enogastronomiche.

La quota di adesione è pari a 500 euro.

Sul sito della Città metropolitana-Destinazione turistica è disponibile l'**avviso pubblico** per la **manifestazione di interesse** che ha **scadenza 31 dicembre 2019**.

Adesione alla Destinazione e al suo programma



DESCRIZIONE	QUOTA	REQUISITI NECESSARI	VANTAGGI
ADESIONE I LIVELLO	300 €	--	<ul style="list-style-type: none">• Soddisfacimento della condizione necessaria ma non sufficiente per la partecipazione ai bandi di co-marketing RER• Programmazione di 2 o 3 momenti di aggiornamento delle attività con DT e DMO
ADESIONE II LIVELLO (I LIVELLO + CLUSTER)	500 €	DEFINITI DALLA DT PER OGNI CLUSTER	<ul style="list-style-type: none">• Accesso alla banca immagini della DMO possibilità di utilizzo gratuito (con comunicazione alla DMO)• Presenza con referenza sul sito BW• Accesso a studi, analisi, report informativi sull'evoluzione del settore• Azioni di formazione mirate al cluster per la crescita degli operatori

Sul sito della Città metropolitana-Destinazione turistica è disponibile l'**avviso pubblico** per la **manifestazione di interesse** che ha **scadenza 31 dicembre 2019**.