

VERBALE TAVOLO IMOLESE 05/06/2020

Inizio: 10.00

Fine: 11.30

Coordina Rita Lugaresi, referente del tavolo turismo per l'area imolese

ODG

1. Introduzione di Matteo Lepore, Presidente Destinazione Turistica Bologna Metropolitana
2. Saluti di benvenuto del Sindaco di Dozza Luca Albertazzi, delegato al Turismo del Nuovo Circondario imolese
3. Giovanna Trombetti, Direttore Destinazione turistica: *Turismo e sicurezza nella fase 2*
4. Patrik Romano, Direttore Generale Bologna Welcome: *Attività prevista dalla Destinazione per la ripartenza*
5. Marcella Pradella, Direttore IF Tourism Company: *Ruolo e programma IF 2020 post Covid*
6. Giovanni Arata, Responsabile Contenuti e comunicazione Bologna Welcome: *Restyling eXtraBo*
7. Stefano D'Aquino, Responsabile Incoming Bologna Welcome: *Nuovi prodotti e attività promo-commerciali*
8. Interventi degli operatori privati

Matteo Lepore: Bologna Welcome e la Destinazione presenteranno le idee per lo sviluppo futuro. Come già detto ai sindaci che hanno avuto modo di partecipare al comitato di indirizzo, questo è un momento importante perché dobbiamo superare la prova della ripartenza in un momento difficile dal punto di vista turistico e dei protocolli di sicurezza. È molto importante provare ad utilizzare questi mesi per costruire un futuro. In questa fase è importante comunicare soprattutto che la sicurezza e la buona organizzazione delle destinazioni sono elemento fondamentale e imprescindibile, poiché i visitatori e i turisti, anche quelli di prossimità, dei territori circostanti, si muoveranno sulla base della garanzia della sicurezza e la qualità dei servizi. La natura sarà un elemento molto importante, per gli spazi e per il fatto che è ciò che le persone in questo momento cercano. Il territorio Imolese ha sicuramente grandi cose da offrire in questo senso, ma quest'anno, più che l'anno dei grandi numeri, sarà quello in cui sperimentare quello che si vorrà fare anche negli anni futuri. Affiniamo il lavoro sui prodotti e sui servizi e strutturiamo meglio il lavoro, per fortuna già iniziato, con Bologna Welcome e la Destinazione. Il Comune di Bologna continuerà ad investire anche sull'offerta culturale, con il bando della promozione di Bologna Estate che continuerà ad avere le risorse.

Rita Lugaresi prende la parola per salutare e ringraziare il presidente della Destinazione Turistica Bologna Metropolitana e l'assessore Matteo Lepore e lascia la parola al sindaco di Dozza, Luca Albertazzi, il delegato al turismo del nuovo circondario imolese.

Luca Albertazzi: il Sindaco di Dozza prende la parola, ringraziando tutti i partecipanti e gli interlocutori istituzionali, le società di promozione turistica e i privati. Il Tavolo viene riaperto a seguito della pausa che era stata presa, già prima dell'emergenza Covid-19, per fare il punto su quale possa essere il

metodo più opportuno di coinvolgimento per generare una vera sinergia tra pubblico e privato, in materia di turismo.

Dal punto di vista pubblico, è ormai in dirittura d'arrivo la gestione associata del turismo, quindi i 10 Comuni circondariali inizieranno a lavorare in sinergia. Questo aspetto è molto importante, perché permetterà di fare sintesi, avanzare progettualità comuni su un Tavolo che viene definito e organizzato in maniera chiara e istituzionalmente coordinata con la Città Metropolitana. Nelle prossime settimane, verrà emesso un bando per la promo-commercializzazione turistica del nostro territorio, che potrà contare su due aspetti importanti: da una parte il tempismo, che in uscita da una situazione di emergenza sanitaria, permette di integrare il bando con delle iniziative e proposte che calzano molto bene con quelle che sono le opportunità di questo momento. Dall'altra parte, la promo-commercializzazione che verrà avviata sarà strutturata su più anni, arrivando fino alla fine del 2024. Questo permetterà di uscire dall'epoca in cui gli incarichi venivano assegnati in maniera contingente di anno in anno e consentirà di sviluppare una progettualità che si distribuisce su una temporalità pluriennale, consentendo ai comuni di tenere monitorata la situazione di anno in anno, a vantaggio anche di tutti gli operatori privati.

I privati devono essere loro stessi soggetti propositivi, esponendo idee, suggerimenti, domande che possono avere, sfruttando l'occasione dei tavoli che si riuniranno più volte durante l'anno e che sono il momento più opportuno, vista la presenza, allo stesso tavolo, delle istituzioni pubbliche, assessori e quindi Comuni, e tutti gli enti che si occupano della materia in modo coordinato e territoriale. Come sottolineato dall'Assessore Lepore, quest'anno deve essere l'occasione per puntare su quegli aspetti meno battuti nel passato, mirando a far riscoprire soprattutto le bellezze del territorio ai locali, puntando sul turismo di prossimità, poiché saranno proprio gli abitanti dei dintorni a diffondere il passaparola quando la situazione tornerà alla normalità.

Rita Lugaresi lascia ora la parola a Giovanna Trombetti, direttore della Destinazione Turistica, che parlerà di turismo e sicurezza nella fase 2.

Giovanna Trombetti: Introduce ribadendo il ruolo del tavolo, in termini di vicinanza e supporto operativo agli operatori privati. Trombetti delinea le attività in corso in tema di sicurezza all'interno delle imprese per la ripartenza, specificando che verranno forniti anche i riferimenti e le indicazioni su come muoversi.

Sul tema dei protocolli di sicurezza per la ripartenza, la Regione ha definito i protocolli principali per il settore del turismo, che sono quelli per i pubblici esercizi, le attività ricettive e attività commerciali e c'è un'ulteriore attività intrapresa dalla Città Metropolitana in accordo con la Regione, di perfezionamento e maggior dettaglio in relazione ad ulteriori attività in tema sicurezza che sembra opportuno realizzare. In particolare, si sta lavorando con le guide turistiche per la definizione di un protocollo specifico per le visite turistiche sia all'interno che all'esterno, c'è una commissione tecnica che si occupa dell'ambito culturale, quindi dei musei, delle biblioteche e del tema, molto critico, degli spettacoli e tutte quelle attività che prevedono una concentrazione significativa di persone. Nella giornata di ieri è stato licenziato anche il protocollo relativo a tutte le attività sportive, che ha portato grande soddisfazione.

Tutto questo lavoro ha visto la presenza insieme, oltre alle istituzioni che hanno un ruolo di regolatori, dei rappresentanti delle associazioni imprenditoriali, dei rappresentanti delle associazioni dei lavoratori, ma anche degli enti preposti al controllo. Questa compresenza ha permesso di stilare

protocolli e linee guida conformi alle esigenze di sicurezza, sia per i lavoratori che per i fruitori dei servizi, ma anche compatibili con la capacità delle imprese di mettere in piedi questo tipo di sicurezza. Trombetti rende disponibile il link al quale scaricare i protocolli e i contatti a cui rivolgersi per ulteriori informazioni.

Rita Lugaresi da ora la parola a Patrik Romano, direttore di Bologna Welcome, che parlerà delle attività previste dalla Destinazione turistica per la ripartenza.

Patrik Romano: Romano riprende le parole del Sindaco Albertazzi, sottolineando come questa debba essere un'occasione di ripartenza anche per il Tavolo, soprattutto per le attività e le proposte nei confronti dei privati. In questi mesi, Bologna Welcome e la Destinazione hanno lavorato molto dietro le quinte, perché sono stati mesi molto complessi dal punto di vista turistico, per una situazione inaspettata per la quale non eravamo preparati. In questi mesi è stato fatto un grosso lavoro di ascolto del territorio e di preparazione alla ripartenza, a quello che sarà l'avvio di un'attività che ci auguriamo ritorni in maniera importante in ambito turistico. In concreto, il 3 giugno sono stati riaperti sia la Torre Asinelli, che il punto informativo eXtraBO e quello di Bologna Welcome in Piazza Maggiore. Il periodo della ripartenza è stato diviso in due momenti: l'estate e il periodo che va da settembre fino a dicembre, per poi ragionare sul 2021. I mesi estivi vedranno maggiormente un turismo di prossimità dove si avranno due tipologie di attività, una legata all'outdoor e al turismo attivo e una legata ai residenti. Due attività estremamente importanti sulle quali si era già cominciato a lavorare. Sulla prima, per quanto riguarda il territorio di Bologna si vuole puntare molto sul luogo simbolico aperto nel centro della città, che è il punto informativo eXtraBO, perché è importante cominciare a fare questa comunicazione ragionando per centri concentrici: prima dai residenti, poi la regione, poi ai turisti nazionali. È molto importante fare conoscere il territorio allargato ai residenti, che in molti casi conoscono poco gli ambiti turistici della Città Metropolitana, perché loro saranno i primi ambasciatori. Ci sarà un duplice lavoro, da una parte occorre riprendere un'attività di formulazione dei prodotti turistici perché questa situazione cambierà anche la configurazione dei prodotti turistici stessi, dall'altra è necessaria un'attività di comunicazione. In questi termini è stata prevista nel punto eXtraBo, un'attività digital e per quest'estate anche una campagna prevista sulle reti Mediaset, dedicata esclusivamente al turismo outdoor e turismo attivo. Si sta lavorando su vari cluster, ovviamente sul food, sui motori, ma in particolare sul cicloturismo e e-bike, poiché questo è il momento di accelerare tutti i ragionamenti già avviati. A questo proposito, in accordo con APT e IF, ci sarà una presenza importante della Destinazione, con un focus specifico sui territori dell'Imolese, all'Italian Bike Festival che si terrà a Rimini a settembre, dove ci sarà anche la presentazione della Ciclovía del Sole. Oltre ad essere un momento di convegnistica, vogliamo che questo diventi anche un momento di promo-commercializzazione, quindi ci sarà un invito ai privati presenti e quelli non presenti, che saranno poi contattati, a predisporre un'attività di prodotto dedicata specificamente al cicloturismo.

Da settembre a dicembre, oltre alla continuazione di tutto quanto appena detto su outdoor, turismo attivo e ciclovie, si comincerà a ragionare nuovamente sulle città d'arte, auspicando la ripresa di un turismo nazionale dedicato a questo argomento. Le città d'arte sono il segmento turistico maggiormente penalizzato, che si riavvierà più lentamente. I segnali che abbiamo al momento sono comunque positivi: anche per l'aeroporto Marconi, a fine giugno ripartiranno praticamente tutte le compagnie aeree, Ryanair ha già dichiarato che a luglio e agosto coprirà completamente il network, a luglio con il 40% delle frequenze che aveva lo scorso anno (stiamo parlando di 119 frequenze settimanali rispetto alle 260 dell'anno scorso), per poi arrivare a coprire tra il 50 e 60% delle frequenze. British, KLM e Air France ripartiranno, così come Emirates, Aeroflot e Turkish ripartiranno

nel mese di agosto. Questo è importante per il ragionamento da impostare per il periodo settembre-dicembre, dove dobbiamo far ripartire i nostri territori con il turismo che a noi è più consono, il turismo individuale, il turismo internazionale e delle città d'arte. La ripresa dei voli darà fiducia ai turisti per poter prenotare e ripartire per l'autunno. In autunno le direttrici di lavoro, oltre a quelle appena citate che continueranno ad esserci, saranno tre. La prima è riprendere un'attività con le compagnie aeree, molto sviluppata negli ultimi anni, perché bisognerà riconquistare il turismo intermediato dai tour operator e quindi lavorare con le compagnie aeree per riorganizzare questi momenti sul territorio. Le compagnie aeree hanno bisogno di una presenza forte sul territorio per organizzare questi momenti, sia per la parte tour operator con fam trip, sia per la parte giornalisti con press trip. La seconda, sempre in ambito trade, è la presenza ai tre appuntamenti confermati in termini di fiere, che sono Italian Bike Festival la prima settimana di settembre, il TTG la prima settimana di ottobre e il WTM la prima settimana di novembre. Sono tre momenti molto importanti, e, soprattutto sul TTG, si sta puntando molto come destinazione e come regione, poiché sarà il primo vero momento fieristico dopo la chiusura legata al Covid-19, dove i buyer internazionali arrivano nuovamente sul territorio. A questo proposito stiamo organizzando un workshop sulle città d'arte, che si terrà il giorno prima dell'inizio del TTG. Si lavorerà inoltre con le compagnie aeree per creare un educational tour subito prima o subito dopo il TTG, sfruttando l'occasione di aver i tour operator sul territorio. Il WTM di Londra sarà il primo evento internazionale, dove, come destinazione vorremmo organizzare un evento di presentazione della destinazione. Terzo filone, è la chiusura di una collaborazione con Stefano Accorsi per una campagna di durata triennale, che permetterà di raccontare il territorio con un testimonial d'eccezione, partendo dall'ambito cultura e cinema, per posizionare tutto il territorio attraverso video e podcast e con la realizzazione, a partire dal secondo anno, di un documentario che verrà presentato ai festival internazionali del cinema. È stato inoltre siglato un accordo con E'TV per fare una serie di focus e raccontare il territorio.

Le fasi sono quindi: una prima fase estiva di turismo di prossimità, una seconda fase in cui si inizierà a parlare di strategia, poiché è fondamentale accogliere con adeguate risorse i turisti di prossimità in modo che ritornino e traggano così i possibili risultati positivi sui territori del periodo estivo, in obiettivi strategici di un periodo più lungo.

Esiste una grande collaborazione tra Bologna Welcome e IF, e invito i soggetti privati a essere propositivi da questo punto di vista, perché questo è un momento di preparazione per tutto ciò che riguarda l'attività di prodotto. Dobbiamo lavorare bene sulla parte di prodotto per inserirla nel quadro di promo-commercializzazione appena delineato.

Il punto informativo eXtraBO ha riaperto da due giorni ed è stato completamente rivisto e rinnovato sia in termini grafici, che in termini operativi. È una grandissima opportunità per il territorio metropolitano, come emerso anche dai feedback positivi ricevuti da tutti a seguito del racconto dell'esperienza del punto informativo nei webinar tecnici sul turismo ai quali Romano ha partecipato nei mesi scorsi. L'invito a tutti è quello di partecipare e sfruttare questa ottima opportunità.

Lo scorso 3 giugno è stato presentato anche il nuovo sito di Bologna Welcome, che non è più come quello precedente, ovvero il sito del capoluogo allargato, ma nasce già con un'impostazione metropolitana. Inoltre, per ricollegarsi ai temi della sicurezza anticipati da Giovanna Trombetti, stiamo lavorando molto sulla migrazione online delle prenotazioni dei servizi turistici, attraverso un progetto che consenta la visita della destinazione in maniera "safe", progetto che verrà presentato a breve.

Rita Lugaresi da ora la parola a Marcella Pradella, nuovo direttore IF, che parlerà del programma IF per il 2020, post Covid-19.

Marcella Pradella: Introduce spiegando il cambio di testimone dal precedente direttore Erik Lanzoni, che a metà maggio ha lasciato la presidenza di IF e per cui è stato deciso di puntare su personale interno per dare continuità a quanto già intrapreso. Per il 2020, IF aveva un programma particolarmente ricco di iniziative soprattutto rivolte all'estero, con la partecipazione a importanti fiere di settore e l'organizzazione di educational tour con Enit. Il periodo ha portato ad una rimodulazione del budget e della modalità delle attività nella fase di post Covid. Attività che devono effettuarsi in sinergia con la Regione, APT, le destinazioni turistiche e con i comuni di tutto il territorio IF, cioè con i soggetti che hanno il compito di definire le linee guida entro le quali muoversi affinché il turismo possa contribuire allo sviluppo del territorio in una chiave anche prettamente economica. I dati degli ultimi anni relativi alle presenze e alle ricadute turistiche, dimostrano che la crescita del territorio imolese è stata molto rilevante e sicuramente questo risultato è stato raggiunto anche grazie alle sinergie e alle collaborazioni che si sono andate creando tra gli operatori privati e gli amministratori ed enti territoriali. È quindi importante che i privati seduti a questo tavolo continuino a rapportarsi e che questo tavolo diventi proprio la sede per un confronto tra privati e istituzioni. Come diceva Patrik Romano, questa prima è stata sicuramente una fase di ascolto del territorio e di quelle che sono le esigenze che si stanno delineando. Il momento è sicuramente delicato, ma il nostro territorio è certamente in grado di ripartire, proprio grazie alla valorizzazione di peculiarità che in alcuni casi vengono date per scontato, perché fanno parte del territorio che viviamo nella quotidianità, ma che così non sono, come i borghi storici, le piccole città d'arte e in genere tutto il patrimonio dell'intero territorio. Un territorio che ha una forte vocazione per la vacanza slow e che punta alla valorizzazione di percorsi, cammini e prodotti tipici che arricchiscono il nostro territorio. Come diceva Patrik Romano, seguendo le indicazioni regionali, anche IF sta mettendo in campo le proprie attività rivolgendosi in prima battuta al mercato di prossimità e al mercato domestico, per poi, speriamo, evolvere successivamente nel periodo autunnale, alla promozione anche verso l'estero. Si stanno quindi definendo delle nuove offerte rivolte a piccoli gruppi e famiglie, che tengono conto sia delle esigenze di sicurezza, sia delle particolarità del territorio. Sono infatti proposte incentrate su esperienze all'aria aperta, percorsi a piedi e in bici, visite con degustazioni in aziende agricole, visite ai luoghi di produzioni dei principali prodotti DOP e IGP. Senza dimenticare tutta la parte naturalistica del Parco della Vena del Gesso, che gioca sicuramente un ruolo fondamentale nel rilancio della vacanza attiva, anche perché ha già al suo interno una serie di percorsi tematici già strutturati, musei all'aperto, quindi con la possibilità di organizzare nella massima sicurezza una serie di attività outdoor. Per la parte più culturale, si sta pensando al periodo autunnale con una serie di offerte che prevedono visite e attività nei borghi, nelle pievi, abbazie e rocche, che sono una delle ricchezze del territorio. Per quanto riguarda la comunicazione, abbiamo iniziato anche noi un restyling del sito e delle app, per renderli maggiormente accessibili e fruibili agli utenti, dato che sono diventati strumenti di utilizzo sempre maggiore in questo periodo. Per quanto riguarda altre azioni di comunicazione, stiamo definendo un accordo con Sky per una serie di servizi che presentino il territorio dell'area imolese. La comunicazione passa anche dal punto eXtraBO, che abbiamo ripreso a presidiare dal giorno della riapertura. eXtraBO, ha ruolo anche di commercializzazione, perché diventa la vetrina in cui proporre e coordinare le proposte del territorio. Per quanto riguarda le fiere, IF parteciperà all'Italian Bike Festival a inizio settembre e TTG a inizio ottobre, sempre a Rimini, nonché ai vari workshop che si stanno definendo in questo periodo, Buy Emilia-Romagna e 100 Città d'arte.

Chiaramente IF ha fatto del prodotto bike uno dei suoi prodotti di punta in questi anni e il momento è tra i migliori per rafforzarlo. Stiamo facendo la mappatura di alcuni nuovi percorsi con la costruzione di offerte commerciali che si vanno ad integrare sia a questi nuovi percorsi che al Romagna for bike, che è uno strumento particolarmente attuale in questo periodo. Stiamo tenendo monitorato il calendario degli eventi in autodromo, che sono molto importanti per tutto l'indotto del circondario imolese. Concludo dicendo che è prossima l'apertura della nostra agenzia viaggi "Life in tour" che secondo noi andrà a costituire un ulteriore rafforzamento all'interno della filiera turistica e delle DMC del sistema regionale. Con l'agenzia auspichiamo che si possa aprire un nuovo fronte che potrà contribuire ad ottenere nuove soddisfazioni e dare soddisfazione alle aspettative degli operatori privati del nostro territorio e del settore turistico.

Rita Lugaresi da ora la parola a Giovanni Arata, responsabile contenuti e comunicazione di Bologna Welcome che parlerà del restyling di eXtraBO.

Giovanni Arata: eXtraBO si trova nel cuore della città d'arte Bologna e rimanda a tutto il verde della città metropolitana, quindi Imola, appennino e pianura. Da fuori sembra essere un'intuizione molto buona e altre città stanno cercando di imitare questo modello, perché consente di riuscire ad intercettare l'attenzione dei turisti che arrivano e da lì hanno subito un trampolino verso il territorio, con una vetrina non solo informativa, ma anche promo-commerciale.

Con eXtraBO, ci muovevamo in un territorio con alcune cose migliorabili, per la sua natura ibrida di punto informativo, vetrina promo-commerciale e realizzazione di eventi all'interno. C'era un tema di riconoscibilità da fuori per i passanti, in parte di illuminazione e di armonizzazione con l'immagine coordinata della Destinazione Bologna. Anche l'arrivo del Covid-19 ha imposto una riflessione per ragionare lo spazio dal punto di vista del distanziamento, ma anche dal punto di vista proprio dell'utilizzo dello spazio stesso. eXtraBO è fulcro di rilancio del tema "verde", grande preferito da cittadini e turisti in un momento come questo. È stato fatto un lavoro di gestione dei flussi, con distinzione ingresso e uscita, segnaletica a terra, distanziamento. All'interno è in corso un lavoro di ripensamento immaginativo, la sala degli eventi, utilizzata prima esclusivamente per conferenze stampa o piccoli concerti, non potrà nell'immediato essere utilizzata nella medesima veste e si sta pensando a due soluzioni: una, che la sala serva solo ad accogliere gli speaker che parleranno nelle conferenze e che il pubblico possa ascoltare da fuori attraverso degli altoparlanti, l'altra è mettere lo spazio a disposizione delle piccole aziende, dei video maker che devono realizzare video o podcast che raccontino il verde del territorio, dato che lo spazio è molto bello e tecnicamente ben dotato. Si è lavorato sul rifacimento delle vetrine, sono state messe delle vele, sono state realizzate delle teche all'esterno con richiamo di elementi visivi e richiamino le persone ad entrare e scoprire gli elementi verdi all'interno. Tutto è stato fatto in un'armonizzazione grafica con l'immagine di Destinazione, riverberato anche all'interno.

All'interno ci sono tre enormi monitor in cui vengono messi a palinsesto dei video che raccontano il territorio e, a valle del tavolo, verrà richiesto di inviare, da parte di chi ne possiede, i video emozionali istituzionali da inserire nei monitor per potenziare il palinsesto e dare visibilità ulteriore al territorio imolese. Accanto al palinsesto classico, sono previsti anche spazi per raccontare i prodotti e gli eventi che via via si svolgono. Ad esempio, da luglio parte la rassegna "crinali" dedicata alle valli dell'imolese, alla valle del Reno, del Savena-Idice, anche ad eventi di questo tipo saranno dedicati degli slot a livello di monitor. Da ultimo, anche il materiale cartaceo e digitale è stato tutto armonizzato. Già implementato negli anni precedenti, anche questo ha visto protagonisti i territori dell'imolese, sia per la parte dei borghi, sia per la parte del cicloturismo in particolare. Anche su questi stiamo

lavorando a delle nuove realizzazioni, quindi materiali trilingui, italiano, inglese e francese e poi pensiamo al tedesco vista la tipologia del target, sia per la parte cartacea, che per la parte digitale. Sempre a livello di comunicazione, a luglio partirà una campagna, in principio solo della Destinazione Bologna, dedicata a promuovere l'offerta commerciale e l'awareness sulla bellezza dei luoghi verdi. Accanto a questo, a settembre/ottobre, quando APT farà partire la sua campagna dedicata al green e agli spazi verdi, ci uniremo anche a loro per un'attività di promozione dedicata ai nostri prodotti e i nostri luoghi.

Rita Lugaresi lascia ora la parola a Stefano d'Aquino, responsabile incoming di Bologna Welcome che illustrerà nuovi prodotti e attività promo-commerciali.

Stefano d'Aquino: Avevamo l'esigenza di reagire in tempi molto rapidi e questo è stato possibile grazie alla collaborazione molto stretta con IF e questo tavolo. Questo ha permesso di stracciare il piano 2020 e ricostruirne uno promo-commerciale in tempi davvero rapidi. Occorreva individuare nuove linee guida alla luce dell'emergenza, che voleva dire concentrarsi su un pubblico locale, quindi utilizzando la lingua italiana, di concentrarsi su turisti individuali o piccoli gruppi, di avere dei prodotti garantiti, ossia di non fissare dei minimi per la realizzazione di un'esperienza, c'era l'esigenza di dare molta attenzione alla politica del prezzo, e quindi un focus in maniera molto diretta rivolto alle famiglie, e ancora individuare delle date in cui queste esperienze, già raccontate da Marcella Pradella, potessero essere messe a calendario. Tutto questo è stato messo a terra in tempi brevi grazie alla collaborazione quotidiana con IF e i soggetti del tavolo. Il ruolo del tavolo è molto rilevante, come sottolineava il sindaco Albertazzi, ed è opportuno auspicare delle riunioni più frequenti, perché è dal tavolo e da IF che riceviamo proposte e che, sulla base delle linee guida condivise, riusciamo a metterle a palinsesto. L'obiettivo che abbiamo ora e che stiamo portando avanti è quello di offrire un calendario di attività ed esperienze giornaliere, che possiamo promuovere e commercializzare all'interno di eXtraBO. Il punto eXtraBO condivide un'attività di comunicazione e distribuzione materiale alla persona che entra, ma condivide soprattutto una piattaforma e-commerce dove vengono caricate tutte le attività che il residente, il visitatore o il turista può realizzare nella stessa giornata o nelle giornate successive. È un ruolo fondamentale di catalizzatore delle attività, come importante è il ruolo che hanno gli operatori all'interno del punto per stimolare e suggerire le varie esperienze da fare sul territorio. Dobbiamo stringere ancora di più questa collaborazione sulle direttrici che sono già state evidenziate dal direttore Patrik Romano, nell'ordine di mettere in cima interessi e motivazioni culturali, motivazioni naturalistico-ambientali, motivazioni enogastronomiche, che sono esattamente i punti di forza dell'area imolese. Il tavolo imolese ha avuto già un ruolo importante come best practice per il prodotto cicloturistico, rispetto al tavolo pianura. Sotto l'egida di Destinazione Turistica, con il supporto operativo di Bologna Welcome, stiamo mettendo in cima il tema del cicloturismo e per questo l'appuntamento di Rimini è molto interessante. Altri temi focali sono il food&wine e i motori, come è emerso anche dalla partecipazione, in modalità virtuale, alla fiera di Dubai, dove dall'incontro con operatori dell'area Stati Uniti, Emirati Arabi e India questi temi sono stati predominanti. Tutti temi su cui il territorio imolese ha un ruolo importantissimo e strategico, basti pensare per esempio all'enoteca di Dozza ospitata all'interno di una rocca, che coniuga i temi di food&wine e borghi storici. Occorre lavorare molto sull'offerta commerciale e la proposta di prodotti, quindi ben venga l'opportunità di IF di diventare un soggetto commerciale a tutti gli effetti, ben vengano i bandi promo-commerciali affinché possano nascere e crescere operatori sul territorio. Questo è quello che auspica Bologna Welcome, non di entrare sul territorio, ma di avere un contatto sul territorio per raccogliere proposte e portarle a conoscenza di tutti i mercati turistici internazionali, con il grande accordo strategico delle compagnie aeree e con le occasioni promo-commerciali già citate per il 2020, che ritorneranno in forza per il 2021. Bologna

Welcome è assolutamente di supporto e pronta a collaborare da un punto di vista strategico e operativo.

Rita Lugaresi, lascia ora spazio agli interventi degli operatori privati e gli enti partecipanti al tavolo, secondo le modalità di prenotazione tramite chat.

L'Hotel La Candela, pone una domanda relativa alle strutture ricettive, le quali si trovano in difficoltà con la normativa attuale che non consente l'utilizzo di camere con più letti da parte di persone che non siano familiari conviventi. Questo comporta una perdita consistente di clienti, che, soprattutto nel caso di aziende con operai che si spostano per lavoro, cancellano le prenotazioni poiché si trovano a sfiorare il budget a disposizione, dovendo prenotare più stanze. C'è una previsione di cambiamento? Risponde Giovanna Trombetti, che specifica come sia impossibile fare una previsione, ma come sia comunque prevista una progressiva riduzione delle restrizioni in base all'andamento dell'epidemia nella regione. La regione Emilia-Romagna sta ponendo moltissima attenzione verso le strutture ricettive, cercando soluzioni adeguate e utili, anche in previsione della stagione estiva sulla costa.

Rita Lugaresi riprende la parola, sottolineando come sia importante il coinvolgimento delle strutture ricettive, private, alberghiere ed extra-alberghiere del territorio e anche di altre location di interesse turistico. Stimoliamo tutti, anche i colleghi degli altri enti, a collettare questi soggetti a questi tavoli, perché è molto importante conoscere le loro opinioni e le loro problematiche in questo momento. Verrà quindi mandato a tutti il verbale della giornata, perché anche chi non era presente possa rendersi conto dei tanti argomenti e delle tante opportunità che si sono evidenziate.

Prende la parola il Sindaco Albertazzi, che ringrazia tutti i relatori, perché è evidente che, ciascuno per il suo ruolo, la mole di quello che si stava facendo prima di quanto accaduto e si sta facendo ora, anche in virtù di quanto accaduto, è enorme. Noi dobbiamo fungere sempre più da collettori, perché, in funzione delle opportunità che tutta questa mole di lavoro porta, è importante che il più possibile ogni tipo di operatori partecipino ai tavoli. È importante allargare la platea degli operatori coinvolti nel tavolo a tutte quelle fattispecie che potrebbero essere coinvolte, come gli operatori culturali, le guide, le attività turistiche, non solo necessariamente alberghiere, tutti coloro che possono mettere in campo iniziative su piccola o grande scala. Il tavolo deve diventare il luogo in cui poter fare rete, in cui gli operatori che hanno un'idea o un progetto possano esporla e cercare altri operatori interessati alla stessa attività per condividere il progetto. Per arrivare a questo, occorre ampliare la platea e che tutti, pubblici e privati, imparino ad aspettare il momento del tavolo per proporre idee che non possono essere maturate nella contingenza dello svolgimento del tavolo stesso, ma che necessitano di una meditazione precedente.

Rita Lugaresi riporta un intervento di Bergamini del gruppo Imola, che chiede qualche informazione sullo stato delle ciclabili turistiche. Risponde Marcella Pradella. Per quanto riguarda la ciclabile di vallata, sono già stati assegnati tutti gli appalti e i lavori dovrebbero partire, per concludersi in un primo step già entro l'autunno ed entro marzo 2021 per i lavori definitivi. IF è intenzionata ad aprire un tavolo con i privati proprio per individuare tutte quelle offerte che possono andare a concretizzarsi, appoggiandosi a questo nuovo percorso cicloturistico. Per quanto riguarda IF, è stata conclusa la mappatura e la realizzazione di 4 nuovi percorsi cicloturistici sul territorio imolese. Quattro percorsi di difficoltà medio-bassa proprio perché rivolti al target che prevalentemente ora ne può usufruire parlando di turismo di prossimità, quindi piccoli gruppi, famiglie e singoli, magari non propriamente esperti. Questi quattro percorsi (a cui se ne sta aggiungendo un quinto della zona di Medicina) riguardano le zone di Castel San Pietro, Dozza, Borgo Tossignano e Imola con un suo

percorso cittadino. Sono di media lunghezza, con un dislivello massimo di 900mt, quindi facilmente accessibili più o meno da tutti. Anche parlando con l'organizzatore dell'Italian Bike Festival è emerso che da metà aprile ad oggi sono state vendute circa 1.200.000 biciclette, tra e-bike e bici normali e oggi, anche da questo tavolo, è stata ribadita l'importanza del prodotto bike e cicloturistico. La presenza di ciclisti, professionisti e non, è molto forte sul territorio ed è necessario confrontarsi per ampliare l'offerta e dare sempre quel quid in più, magari di innovativo, perché un territorio vince se riesce ad offrire qualcosa di innovativo rispetto gli altri. Il sindaco Albertazzi, aggiunge che, dal punto di vista prettamente infrastrutturale, è ovvio che la via ciclistica del Santerno abbia una potenzialità enorme e, a supporto di questo, sarà fondamentale negli anni a venire il completamento del tratto ciclabile Imola-Bologna, connessione che consentirà, a regime, di andare da Bologna a Castel del Rio. Questo avrà un impatto notevole nella vita di tutti i giorni, ma anche dal punto di vista turistico.

Rita Lugaresi, introduce infine l'intervento di Raimonda Raggi, presidente della pro-loco di Castel San Pietro Terme che vuole annunciare la disponibilità delle pro-loco del circondario di Bologna est. Raimonda Raggi conferma la disponibilità delle pro-loco nel mettersi a disposizione della progettualità ribadita durante il tavolo, perché in questa fase, dove è importante ritrovare il localismo e riscoprire quelle nicchie di valore che i territori hanno, le pro loco possono essere uno strumento di aiuto. Raggi vuole portare all'attenzione che, le pro-loco del circondario imolese più Ozzano dell'Emilia, che fa parte di Bologna est, con la quale collaborano già da tre anni, vogliono poter essere a disposizione per le progettazioni del tavolo e poter essere utilizzate per tutto quello che possa essere utili in termini di locale, accoglienza, valorizzazione. Restano in attesa di un passo successivo per poter raccontare cosa possono fare in sintonia con le progettazioni previste dal tavolo. Raggi ringrazia molto per l'opportunità data alle pro-loco di partecipare a questo tavolo, perché imparano molto e superano gli individualismi.

Non ci sono altri interventi e Rita Lugaresi lascia la parola al Sindaco Albertazzi, per un saluto finale.

Il sindaco Albertazzi ringrazia tutti i partecipanti e dà appuntamento alla prossima convocazione del Tavolo con l'auspicio di avere una modalità ancora più allargata e con iniziative e progettualità che vengano sottoposte a tutti gli enti che ne prendono parte. Il lavoro è tanto, dal mondo dell'associazionismo, fino a quello istituzionale e privatistico, ma ci sono tutte le carte in regola per giocare un ruolo fondamentale, anche dovuto da una parte alla collocazione geografica strategica, dall'altra alle peculiarità che il territorio nel suo insieme possiede, avendo la fortuna di vantare una grossa eterogeneità (dagli alti crinali appenninici, all'oasi del Fossatone a Medicina) su cui poter e dover puntare. Questo è sicuramente un palinsesto notevole, che occorre cominciare a promuovere anche a livello istituzionale, poiché il turismo è un'attività produttiva al pari delle altre e, nella dimensione del territorio imolese esistono tutti gli strumenti per poter iniziare a pensare in questi termini concretamente.

Il tavolo si chiude alle ore 11.30.