

VERBALE TAVOLO PIANURA 12/10/2021

Inizio: 15.30

Fine: 17.00

Partecipanti: 47

Coordinatore del Tavolo: Stefano Gottardi

ODG:

1. Progetto cicloturistico Navile-Mare
2. Programma di Promo-commercializzazione Turistica (PPCT) 2022
3. Programma Turistico di Promozione Locale (PTPL) 2022
4. Aggiornamenti Piano Operativo Pianura (POP) e Gruppi Di Lavoro

Stefano Gottardi

Dopo i saluti, introduce il progetto della Ciclovía Navile-Mare

Catia Chiusaroli (Resp. Mobilità – Città Metropolitana di Bologna)

Fa un breve inquadramento generale rispetto al tema Mobilità ciclistica e Cicloturismo, in particolare per l'importanza data dalla Città Metropolitana (CM) non solo dal punto di vista della mobilità ma anche per lo sviluppo territoriale e quindi del Turismo e della connessione del territorio. La CM sta lavorando al tema ciclistico da diversi punti di vista, uno è quello della *Bicipolitana per tutti i giorni* che va e andrà a connettere tutti i principali centri del territorio per permettere gli spostamenti sia di breve sia di lungo raggio, l'altra la *Bicipolitana per il tempo libero* una rete per il tempo libero, cioè il cicloturismo e il ciclo-escursionismo (vedi slide).

Della Ciclovía del Sole si è parlato del suo sviluppo della parte Nord, nei prossimi mesi comincerà la progettazione anche della parte Sud che è già stata finanziata, per cui è uno degli assi su cui si lavorerà nei prossimi anni; della ciclovía del Reno i progetti sono in fase avanzata, e già finanziati, e quindi presto partiranno i lavori; oggi parleremo della Navile-Mare, asse molto importante che da Bologna consente di andare al mare, si sta lavorando sulla Ciclovía delle Antiche Paludi bolognesi; la Ciclovía del Santerno è quasi del tutto realizzata; si sta realizzando l'anello Idice-Zena e la cosiddetta Bo-Ra, la Bologna Ravenna, accordo da poco sottoscritto.

La Ciclovía Navile-Mare è già per la maggior parte percorribile, nei prossimi anni verranno fatti alcuni interventi per migliorarne la percorribilità, già adesso importante per le connessioni del territorio: è composta praticamente da 2 tratti, la Ciclovía del Navile e la Ciclovía del Reno. Si sviluppa per 140 km di cui 50 nel territorio metropolitano.

Bruno ci parlerà di come segnalare la Ciclovía per renderla facilmente percorribile e facilmente riconoscibile non solo dai ciclisti locali. Questo progetto di riconoscibilità si inserisce all'interno di un progetto più ampio, andando ad individuare una segnaletica specifica per le biciclette in coerenza con quanto sta già sviluppando il Comune di Bologna, per sviluppare un sistema che consenta senza troppo sforzo di andare dall'origine alla destinazione sapendo di essere sulla strada giusta.

La segnaletica avrà un colore diverso dagli altri: in quella "di direzione", oltre a "Origine" e "Destinazione" verrà inserito il "n." della bicipolitana oppure il simbolo/logo del percorso cicloturistico. Nello stesso cartello vengono messe quindi più informazioni.

Bruno parlerà di questo progetto più nel dettaglio.

Bruno Di Iorio (associazione Pedalalenta)

Vi presento qui il progetto di tabellazione del percorso cicloturistico Navile-Mare. Come vedete dai loghi, tra i partner ci sono la Fondazione del Monte e i Comitati "Salviamo il Navile" e "Pubblica Assistenza Croce del Navile".

Esiste già un pieghevole in distribuzione a ExtraBo, primo abbozzo per un percorso "pedalabile subito", verrà sostituito alla fine di questo progetto e ristampato. Il logo della Navile-Mare, che qui vi mostriamo, è stato pensato insieme all'associazione "Salvaiciclisti", noi volevamo rappresentare cos'è il Navile per noi, cioè una linea di azzurro fiume,

terra, mare che porta verso il Mare Adriatico. Probabilmente questa non è la configurazione finale perchè dobbiamo ancora pensare al logo con sfondo giallo ocra e non bianco, come avevamo pensato.

Intanto, che cos'è una Ciclovia? Non è una ciclabile, è un insieme di percorsi protetti e no, strade asfaltate a basso scorrimento e sterrate, soprattutto che sia riconoscibile e tabellato.

Questo percorso che vedete ora sono circa 150 km fino a Ravenna. Quello che interessa a noi tabellare è fino a Molinella, perchè fino a Casal Borsetti è già stato parzialmente tabellato dalla Fiab Ferrara e inserito sul sito Bici Italia. <http://www.bicitalia.org/it/percorsi/229-la-via-del-mare-da-bologna-a-ravenna>

Cosa manca? manca il collegamento tra San Vincenzo di Galliera fino a Santa Maria Codifume e sono in tutto 20-25 km. Inizialmente sono 42 km della Ciclovia del Reno per collegarsi alla Ciclovia del Navile; bisognerebbe fare questo altro tratto che non è stato ancora finanziato. Per bypassare questo discorso è stato pensato di fare un "pedalabile subito" che è dal tratto di Malalbergo sino a Santa Maria Codifume che è prettamente stradale e a bassa percorrenza oppure sterrato.

Qualche dato: fino a Molinella sono 56 km circa, questi sono quelli che il presente progetto prevede di tabellare. [Prosegue poi descrivendo il percorso della Navile Mare nel tratto di Bologna]. Abbiamo pensato a 17 pali per Bologna, con circa 56 tabelle, ovviamente nei due sensi, e per gli altri Comuni una 30na di pali con una 60na di tabelle.

Stefano Gottardi (referente Tavolo Pianura): abbiamo iniziato da questo progetto per entrare subito nel merito al tema più ampio del Cicloturismo. Lascia quindi la parola ai colleghi della Città Metropolitana.

Michelangelo Stanzani (resp. UO promozione turistica - Città Metropolitana)

Vi aggiorniamo rispetto all'iter di costituzione del Territorio Turistico Bologna-Modena: si tratta di un processo che è iniziato 4 anni fa con Modena con la convenzione per la promo-commercializzazione di soli alcuni prodotti, convenzione che è scaduta a fine 2020, prorogata nel 2021, per arrivare nel 2022 quando siamo riusciti a fare un unico programma di promo-commercializzazione Bologna-Modena.

Questo comporta in primo luogo delle grandi potenzialità dal punto di vista della comunicazione, ma più in generale della capacità di penetrazione su vari mercati con prodotti di eccellenza che condividiamo. Dal lato formale ha comportato una diversa strutturazione dei rapporti tra Bologna e Modena. Fino ad oggi abbiamo esercitato la funzione di DT come CM, con una convenzione con Modena: questa convenzione è scaduta e questo ci ha portato a una riflessione condivisa con la Regione Emilia-Romagna: di andare oltre a questo regime convenzionale limitato a degli specifici prodotti per condividere una strategia di sistema globale tra i due territori, appunto per migliorare le capacità attrattive di entrambi.

Con questa logica è stata fatta una modifica alla Legge 4/2016 che è quella che regola tutta quanta l'organizzazione turistica regionale; è stato introdotto l'art. 12-bis che prevede appunto il Territorio Turistico Bologna Modena.

Questa previsione poi è stata disciplinata dalla Giunta Regionale con dei criteri che spiegano il funzionamento di questo Territorio Turistico (TT) e che hanno dato attuazione nei Regolamenti di funzionamento degli Organismi del TT Bologna Modena che sono il Tavolo di Concertazione (istituzionale - dove siedono i Presidenti delle Unioni dei Comuni -che sostituisce il Comitato di Indirizzo) e la Cabina di Regia. È stato fatto un lavoro molto importante nella approvazione dei suoi regolamenti e nella nomina dei suoi componenti per dare voce a tutti i territori in maniera proporzionale al peso turistico, quantificato più o meno in un 69% Bologna e un 31% Modena.

Questo comporta anche un diverso onere di co-finanziamento per le due parti, e una diversa possibilità di beneficiare dei contributi regionali.

Parliamo di Programma di Promo-commercializzazione turistica (PPCT) 2022 perché è il primo passo che faremo insieme come Bologna e Modena. Sarà un programma unico in cui ci sarà una parte di progettualità trasversale ai due territori e altre 2 parti più specifiche ad azioni che si concentrano di più sul territorio bolognese o modenese.

Come organizzazione che gestisce la Destinazione, abbiamo la collaborazione di **Bologna Welcome** che si affianca a **ModenaTur** (qui rappresentata da Francesca Soffici), due DMO che lavorano assieme, che fanno "economie di scala" mettendo insieme le proprie competenze, e portando ciascuna il proprio territorio e i rispettivi operatori.

I colleghi di Bologna Welcome descriveranno l'aspetto strategico e quello trasversale del 2022.

La seconda parte è il PTPL, il Programma di Promozione Turistica Locale: su questo abbiamo ottenuto dalla Regione una proroga del regime previgente, cioè due PTPL separati solo per il 2022 mentre dal 2023 andiamo verso una maggiore integrazione con un unico PPTL.

Per quanto riguarda la parte bolognese del PTPL, abbiamo approvato il bando il 29/09/21, con scadenza il 29/10/21, le domande devono pervenire via PEC. È in continuità con il bando dell'anno scorso, sono stati aggiunti tre criteri di valutazione, in particolare sul secondo filone, cioè quello che riguarda i Progetti di Promozione Turistica in cui si vuole dare premialità in merito a sostenibilità, accessibilità e coerenza nella comunicazione in particolare per gli strumenti digitali che si vanno a realizzare. Cioè se ci sono degli ecosistemi digitali preesistenti a livello di Destinazione è premiale fare riferimento ad essi piuttosto che introdurre nuove tecnologie che rischiano di complicare la vita a chi voglia visitare i nostri territori dovendosi confrontare con troppe strumentazioni. Per questo c'è l'appoggio pieno di Bologna Welcome sulle varie soluzioni adottabili; allo stesso modo c'è collaborazione per dare coerenza dal punto di vista della comunicazione laddove si realizza del materiale anche cartaceo.

Link > https://www.cittametropolitana.bo.it/urp/Avvisi_e_concorsi/Avvisi/PTPL_2022

Sul nostro sito alla pagina del Bando abbiamo il logo e il manuale d'uso: anche qui c'è l'affiancamento di Bologna Welcome per avere e distribuire del materiale coerente anche dal punto della comunicazione; pensiamo alla sede di ExtraBo, punto di eccezionale richiamo e proiezione dell'offerta outdoor. Andare lì o alle fiere con del materiale coordinato è tutt'altra cosa.

Abbiamo bisogno di un mese di tempo successivo alla scadenza del bando PTPL per fare l'istruttoria tecnico-amministrativa e portarla in approvazione da parte dei nuovi Organismi del TT, cioè il Tavolo di Concertazione e la Cabina di regia che stiamo in questi giorni nominando e che dovranno esprimersi precedentemente anche sul Programma di Promo-Commercializzazione sulle cui linee generali lascio la parola ai colleghi di Bologna Welcome. Come sempre, la partecipazione a quest'ultimo programma sarà uno dei requisiti richiesti dalla Regione Emilia-Romagna per quei privati che vorranno fare domanda di contributi per la commercializzazione.

Quindi noi andremo in approvazione del PPCT dopo un nuovo passaggio qui in questo Tavolo a inizio novembre, per approvazione definitiva il 30/11/21; sarà aperto il Bando regionale almeno per un mese successivo per dare possibilità ai privati che vogliono fare domanda sul Bando regionale per la commercializzazione nel frattempo di aderire al nostro programma di Territorio Turistico Bologna Modena.

Gli strumenti del nuovo TT Bologna Modena sono quindi per il 2022:

-PPCT (Programma di Promo-commercializzazione turistica) comune e

-PTPL (Programma Turistico Promozione Locale) di ancora di competenza provinciale e metropolitana

Giovanna Trombetti (Direttrice Area Sviluppo Economico – Città Metropolitana)

Oggi abbiamo fatto i Tavoli anche per l'Appennino e l'Imolese e anche per la Pianura abbiamo già la Ciclovia del Sole che attraversa i 2 territori di Bologna e Modena ed è già un bel esempio di collaborazione. Vedo diversi Sindaci e quindi anche la Governance del nuovo Territorio Turistico è naturalmente coerente rispetto ai due pesi turistici dei due territori: circa 70 per Bologna, 30 per Modena (la presenza e la rappresentanza territoriale avviene per il tramite delle Unioni dei Comuni).

Giovanni Arata (Responsabile Area Contenuti - Bologna Welcome)

Presenta un'analisi del contesto e della logica di intervento.

Ancora per quest'anno si continua con gli strumenti di governo, la Destinazione Turistica da una parte e il suo braccio operativo (Bologna Welcome) dall'altra. Continua un lavoro di concertazione, si lavora in un'ottica di collaborazione con i Tavoli territoriali, anche con la Consulta del Turismo di Modena.

Cosa ci sta lasciando la pandemia? Nell'estate del '21 notiamo che abbiamo avuto principalmente turisti italiani. Destinazione Bologna rispetto al resto della Regione aveva prima della pandemia oltre il 50% di presenze internazionali; dopo i visitatori italiani sono stati i nostri alleati principali ma anche dai Paesi francofoni (Svizzera, Francia Belgio) e anche dagli altri Paesi che potevano raggiungere la nostra città su gomma (Olanda, Germania), abbiamo trovato numeri che hanno testimoniato molto positivamente il ritorno e che ancora di più ci fanno ben sperare.

Si è notata una riduzione dei tempi tra quello della prenotazione e il soggiorno, quello che i consulenti chiamano "booking window": le persone hanno ridotto il tempo per il combinato disposto fatto di incertezza rispetto al quadro pandemico ma anche rispetto alla documentazione necessaria per viaggiare (tamponi, green pass..).

E' un tratto che ha caratterizzato il turismo leisure ma anche quello fieristico: questo aspetto è destinato a rimanere anche dopo che la pandemia avrà sciolto i suoi effetti.

Terzo: preminenza del verde. Del resto, il successo della Ciclovía del Sole ci dice che l'esigenza è quello di fare esperienze nel verde.

Nella programmazione di DMO non vogliamo che UNESCO sia un vantaggio solo del capoluogo, ma di tutto il territorio; il branding ci può servire per portare attenzione alle tante piccole gemme (soprattutto ai Borghi di pianura),

A livello di modalità di intervento:

La programmazione del PPCT è strutturato secondo le Linee Guida Triennali della Regione (anni 2022-2024) e si muove su 3 punti:

- 1) le strategie di marketing e management
- 2) Il posizionamento desiderato
- 3) principi dell'azione della DMO

Vediamoli rapidamente:

1) a livello di strategie di marketing occorre prestare attenzione a:

- qualità dell'accoglienza sia alle parti pre viaggio, che li accolga durante la permanenza, fino al post viaggio.
- Qualità dell'offerta: in questo Tavolo lavoriamo molto come fare emergere che chi arriva a Bologna (Bologna larga s'intende) vogliamo che ci sia un'offerta di esperienze, commisurate ai diversi interessi e temperamenti e alle diverse tasche
- aspetto più politico: responsabilità nel fare Turismo. Si è parlato di eccessi negli anni passati, sicuramente la strategia che la DT si dà vuol fare crescere l'economia, i valori sociali ma che lo fa nel rispetto delle prerogative di chi vive in quei territori.

2) Veniamo al cuore del posizionamento desiderato che ha a che vedere con la "sicurezza": l'ambizione che Bologna ha è di declinare la "sicurezza", non solo mascherine o sanificazione ma anche organizzazione perchè un visitatore possa prenotare con anticipo e deve saperlo fare sapendo che non corre rischi. L'applicazione MyBologna – lanciata in giugno - è un esempio dello sforzo che è stato fatto dalla DT per prenotare, acquisire informazioni, dialogare.

3) I principi che sottendono le azioni delle due DMO sono equilibrio, personalizzazione e sussidiarietà.

La DMO e la DT puntano a una crescita economica e sociale del territorio ma in equilibrio con il resto del tessuto.

Personalizzazione: ne abbiamo discusso parlando di tecnologia, di applicazioni, di CRM: vuol dire che "Mario Rossi", inteso come turista tipo, ci racconta, nel rispetto del GDPR, quali sono i suoi interessi, quando vuole venire, ci dà degli elementi per restituirgli dei servizi informativi (siti, suggerimenti social).

La sussidiarietà: noi lavoriamo affinché si creino delle imprenditorialità, sempre parlando della Ciclovía del Sole noi accompagniamo gli operatori lungo un cammino di impresa.

Stefano D'Aquino (Responsabile Area Incoming - Bologna Welcome)

Proseguiamo i temi introdotti da Michelangelo Stanzani, da un punto di vista normativo, e da Giovanni Arata, quando ha specificato l'approccio che vogliamo tenere nel rapporto con Modena.

Quali sono i nostri reali obiettivi? Ci muoviamo lungo due direttrici: lo sviluppo verticale, cioè l'unione con Modena ci porterà ad ampliare la varietà dei prodotti da offrire, e certamente avremo uno sviluppo orizzontale, legato con a un territorio più ampio e questo non può che fare comodo.

L'organizzazione di qualità è rappresentata dal punto ExtraBo, grazie anche al coordinamento di Sustenia per la Pianura.

E' stato fatto un gran lavoro da parte della Pianura perchè non c'era tutta questa proposta fino a poco tempo fa: poter sedere al tavolo di una collaborazione con Modena per il tramite di Bologna Welcome anche su temi relativi alla Pianura è uno sforzo molto importante che è stato costruito negli ultimi mesi e che sicuramente consentirà anche alla Pianura di poter evidenziare proposte su questi temi:

- Food&Wine (Enogastronomia): corsi di cucina (non è sufficiente dire “si mangia bene”, dobbiamo costruire delle esperienze dirette)

- Outdoor e Green: il ruolo della Pianura è strategico; la declinazione che noi diamo del Cicloturismo in Pianura è mettere in evidenza le Ciclovie, i percorsi ciclabili e le Bike&Experience, che attraverso questi percorsi si può visitare la Pianura. Come vogliamo declinare il concetto del cicloturismo: lo abbiamo fatto anche attraverso dei Tavoli ristretti, sono stati molto utili.

- Special Interest Motori: avremo un Gruppo di Lavoro a breve a tema “Motori” (avremo da portare nel mondo la Motor Valley – anche verso mercati molto lontani);

- Cultura per noi vuol dire i Borghi, valorizzare quei siti, quelle rocche quei Palazzi e Chiese che normalmente non sono aperti alle visita.

- Ancora, su “Special Interest” parliamo anche di Musica, altro elemento fondamentale dove Pianura può recitare un ruolo da protagonista.

Una volta identificate le linee di prodotto, dobbiamo individuare i mercati, certamente continueremo ancora nel 2022 a investire in azioni promozionali sul mercato italiano. Ricominceremo a investire nei mercati di corto raggio, nei Paesi di lingua tedesca e scandinava dove il tema del Outdoor e Cicloturismo sono molto sentiti.

La sinergia con Modena ci porterà soprattutto nel tema dei motori, a cogliere opportunità verso mercati molto lontani, sicuramente nel 2023 torneranno ad essere protagonista delle nostre azioni (Brasile, Nord America..)

Già domani saremo al TTG di Rimini, poi alla prima Fiera internazionale dopo 18 mesi - ai primi di novembre a Londra.

Francesco Palmieri (Bologna Welcome)

Parla del POP – Piano Operativo di Pianura – che, nato nel 2021, si è poi concretizzato in Gruppi di Lavoro (GdL) uno legato al tema outdoor e al cicloturismo e uno legato al tema della Cultura e poi quello degli special interest che mette insieme i motori con la parte musicale.

I primi due si sono già incontrati per dare una base di lavoro agli operatori. Abbiamo visto i risultati, ad esempio

1. Tour delle Oasi
2. Tour delle 4 Ciclovie che attraversano la Pianura.
3. Tour dei Borghi
4. e, da questo mese, prendendo la parte culturale, i Tour delle Ville e dei Castelli

Il grande lavoro che bisogna fare è mettere insieme l'offerta che c'è già oppure rendere fruibile quello che è privato e quindi normalmente chiuso.