

## **Verbale Tavolo Turistico dell'Appennino bolognese**

15 settembre 2022

Inizio: 10:30

Fine: 12:30

Partecipanti: 26

Referente di Bologna Welcome per il Tavolo: Isabel Elmi

Coordinatore del Tavolo: Marco Tamarri

### **Introduzione**

La Consigliera metropolitana e Sindaca di Monghidoro Barbara Panzacchi introduce gli interventi delineati nel PPCT e nel PTPL che troveranno attuazione in autunno.

Il PPCT – Programma di Promo-Commercializzazione Turistica – è un documento fondamentale che trae le disamine dei flussi turistici delle dinamiche del turismo a livello internazionale e porta avanti delle linee di promo-commercializzazione del territorio cui hanno lavorato congiuntamente Bologna Welcome e Modenatur.

Il PTPL – Programma Turistico di Promozione Locale – ha il suo focus sullo sviluppo dei punti di informazione in quanto il 2023 si prospetta come un anno di transizione, che porterà poi, nel 2024, all'applicazione della riforma regionale sul tema degli hub.

Panzacchi conclude introducendo gli interventi dei tecnici, ringraziandoli per il loro contributo nella spiegazione specifica dei contenuti dei programmi.

### **Aggiornamento PTPL e PPCT 2023**

Michelangelo Stanzani (Territorio Turistico Bologna-Modena) presenta un aggiornamento al Tavolo riguardo allo stato dei due programmi.

Il PTPL è, quest'anno, per la prima volta unico per Bologna e Modena. Il bando contiene le regole per gli operatori pubblici e privati e per gli uffici di informazione. A valutare i progetti sarà una commissione unica secondo i criteri previsti dal bando, dando così vita a due graduatorie: una per il territorio modenese, con risorse destinate dalla Regione alla provincia di Modena, e una riferita al territorio bolognese, con le risorse che la regione eroga alla Città Metropolitana di Bologna.

Ci si aspetta che il budget rimanga pressoché invariato rispetto allo scorso anno, rimanendo sui 400.000 euro per il 2023 per l'ambito territoriale bolognese, divisi più o meno al 50% sull'ambito «informazione turistica» e l'ambito «iniziative di promozione turistica». Segue poi una parte di intervento dedicata alle novità che apporteranno i due programmi.

Nello specifico, le novità più significative riguardano l'ambito dell'informazione turistica, in quanto, come spiega Stanzani, si è orientati verso un modello modulato sulla presenza di IAT altamente specializzati, i quali sono direttamente coinvolti nella gestione di una rete di punti informativi su un territorio più vasto di quello del Comune presso il quale hanno sede.

Gli uffici informativi – che potranno articolarsi in temporanei, digitali, bacheche e IAT diffusi – dovranno inserirsi in una logica di coordinamento con lo IAT di riferimento, al quale saranno affidate mansioni di maggiore qualificazione sia per la prenotazione di servizi turistici, sia per la parte di redazione locale in ambito promozionale.

Emerge dunque che al fine del rafforzamento promozionale di quanto interessa i Comuni è previsto un collegamento dei siti di destinazione, tra cui Bologna Welcome, eXtraBO e il sito della Regione.

Nell'ambito del primo filone, qualora uno IAT voglia presentare un progetto, dovrà collaborare con i Comuni limitrofi che non dispongono di un servizio di informazione turistica e veicolare, tramite il suo ufficio, anche le promozioni delle iniziative degli stessi.

Per quanto riguarda il secondo ambito, permane il criterio della sovracomunalità per quei Comuni al di sotto della soglia dei 50mila abitanti, con lo scopo di promuovere una valorizzazione coordinata delle diverse realtà del territorio manifestando un impegno comune nella promozione turistica dei singoli progetti. A tal fine dovrà essere individuato un Comune capofila, la cui presentazione dovrà essere corredata da una dichiarazione di partecipazione al progetto da parte degli altri Comuni collaboranti.

Marco Tamarri (Unione dei Comuni dell'Appennino bolognese e referente territoriale per il Tavolo Appennino) invita i soggetti alla partecipazione al Tavolo dell'Appennino e lascia la parola a Claudia Capelli (Bologna Welcome).

Capelli informa i presenti dell'avvenuto invio via mail della bozza della proposta PPCT 2023 all'indirizzario del Tavolo.

Capelli spiega che le DMO territoriali hanno redatto linee strategico-programmatiche in premessa alla progettualità 2023 espressa dal Programma Turistico di Promozione Locale e dal Programma di Promo-Commercializzazione Turistica; le stesse individuano i temi emergenti trasversali al Territorio Turistico Bologna-Modena, integrati dalle linee di prodotto proprie dei rispettivi ambiti territoriali. In base a questo vengono declinate le azioni di promo-commercializzazione e individuati i mercati obiettivo a cui rivolgerle.

Il primo semestre 2022 ha registrato ottimi risultati, fra i quali si rileva una particolare presenza di pubblico internazionale. Prevale tuttavia la componente domestica, la quale rimane, nell'ambito della progettualità 2023, un mercato strategico per quanto riguarda la promo-commercializzazione, soprattutto in ottica di fidelizzazione.

Fra i mercati di prossimità, emerge una presenza triplicata di turisti svizzeri grazie, imputabile in particolare alla presenza di collegamenti, soprattutto quelli ferroviari Zurigo-Bologna; congiunta all'aumento di presenze provenienti dai mercati del Nord-Europa.

I campi di interesse – sui quali si fonda la programmazione strategica 2023 e dai quali emergono le relative linee di prodotto – sono:

- **Outdoor Active&Slow**

Nel 2022 trekking e biking rimangono le attività best-seller e anche i cammini continuano a riscuotere grande successo.

- **Sport**

Lo sport trova spazio soprattutto nella sua declinazione più adrenalinica, coerentemente con le infrastrutture esistenti sul territorio e con la conformazione dello stesso. Ne è un chiaro esempio il progetto BOM.B.A. (Bologna Montana Bike Area), il comprensorio mountain bike che comprende i Comuni della Bologna Montana.

- **Wellness**

Con riferimento alla vocazione termale del territorio, grazie alle infrastrutture attualmente presenti e ad altre in previsione dal 2023.

- **Food&Wine**

La progettualità per il 2023 prevede una valorizzazione in chiave turistica sempre maggiore di questo cluster, nell'ottica di un legame sempre maggiore tra il prodotto e l'esperienza

proposta al turista, prevedendo anche la partecipazione attiva di quest'ultimo nelle aree di produzione.

### · **Cultura**

Cluster legato alla presenza di borghi, castelli, ville d'epoca e ai capoluoghi Bologna e Modena, che prevede la valorizzazione in chiave turistica dei siti di interesse culturale e del patrimonio UNESCO.

La progettualità che si sta delineando ha come obiettivo la promozione del territorio tramite la creazione di itinerari culturali strutturati ad anello, con partenza alternata da Bologna e Modena, che uniscano i prodotti tipici riconosciuti internazionalmente e i luoghi di produzione.

Le **azioni di promo-commercializzazione** sono diversificate in relazione al prodotto di riferimento ma maggiormente si punta sulla partecipazione a fiere ed eventi di settore, e alla progettazione di Fam Trip o educational. Lo scopo di tali momenti è la ricerca del contatto con gli operatori turistici facendo scoprire loro il territorio e l'offerta turistica dello stesso, al fine di concretizzare accordi commerciali.

Si sottolinea la centralità di eXtraBO nella partecipazione e nell'attuazione della progettualità e nella creazione di un coordinamento tra il contesto territoriale e le cordate; dando vita a un partenariato che si traduce nella strutturazione congiunta dei prodotti e in una collaborazione che va dalla promo-commercializzazione alla partecipazione attiva e congiunta alle fiere di settore.

Capelli conclude precisando la necessità di cogliere l'opportunità di adattare costantemente gli obiettivi, i prodotti, i mercati e le azioni previsti progettualità fin qui illustrata, rispetto al contesto mutevole e ai cambiamenti di più ampio respiro e talvolta repentini dell'industria turistica.

Giovanni Arata (Bologna Welcome, Responsabile Comunicazione) introduce il termine per avanzare delle domande inerenti alla bozza PPCT, ovvero il 26 settembre 2022 ore 12:00.

Arata illustra le azioni di promozione e comunicazione, che vengono esercitate su due fronti: una parte inerente propriamente alla fornitura delle informazioni, e una di supporto diretto alla prenotazione dei servizi; per quest'ultima risulta rilevante il potenziale del portale [bolognawelcome.com](http://bolognawelcome.com) e del nuovo sito [eXtrabo.com](http://eXtrabo.com), che agevolano il turista nella ricerca dei prodotti, convogliando l'informazione sul territorio e l'acquisto delle esperienze in un'unica sede virtuale.

Le finalità di tali mezzi sono anche in questo caso duplici: da un lato rispondono alla necessità di creazione di *awareness*, al fine di incentivare la conoscenza dei progetti sul territorio; e dall'altro a una finalità commerciale vera e propria.

Il percorso informativo e di supporto alla commercializzazione si articola in un sistema di redazione centrale a Bologna, in capo a Bologna Welcome, e un sistema di redazioni locali (Appennino, Pianura e Imolese). Al fine di dare vita al palinsesto, è necessario prevedere un incontro periodico fra le diverse realtà.

Bolognawelcome.com è il fulcro della galassia dei diversi siti ad esso appoggiati; tra questi il neonato eXtrabo.com, inquadrato in un'ottica di turismo sostenibile.

Si afferma con orgoglio che eXtraBO è stato premiato nella categoria "In-house Innovators" agli Skift awards 2022, premio impartito per le idee turistiche più brillanti al mondo dalla rivista statunitense Skift, tra le riviste più importanti in ambito turistico al mondo.

Inoltre, Arata presenta il palinsesto social sia di Bologna Welcome che eXtraBO, presenti su: Facebook, Instagram, Linked-In e – da poco – dotati di un canale Telegram.

Accanto ad un'attività social organica, vi è un'attività sempre più corposa di digital advertising su Meta e di Google advertising.

Relativamente a viaggi stampa e conferenze, è in partenza una nuova esperienza incentrata sul tema delle terme, da approvare entro la fine del mese di settembre.

Il Territorio Turistico Bologna-Modena si è appena dotato di un nuovo logo e di un nuovo naming ufficiale unitario. A fronte di tale evoluzione, si rende opportuno intervenire sull'immagine coordinata di Bologna metropolitana, sviluppata nel corso degli anni passati, per armonizzarla con il neonato brand territoriale al fine di rendere il territorio facilmente riconoscibile.

Si sottolinea l'importanza del database fotografico, attualmente non distribuito equamente su tutti i territori. In aggiunta sul PTPL si prevede un sistema di incentivazione per l'investimento in dotazione fotografica all'interno del comune.

Tamarri incentiva all'utilizzo dello spazio eXtraBO quale luogo da valorizzare, data la sua funzione di cabina di regia; è dunque indispensabile che venga rifornito in maniera costante di materiale informativo e considerato quale punto di riferimento per la promozione territoriale anche con iniziative di animazione.

Tamarri cede la parola ad Annalisa Piccinelli (Coordinatrice della Cabina di Regia del TT Bo-Mo e Responsabile Settore Turismo Confcommercio ASCOM Bologna).

Piccinelli porge i propri complimenti al Territorio Turistico, Bologna Welcome, eXtraBO, con i Tavoli e tutti i partecipanti; cita poi risultati positivi del semestre passato, citando i dati ISTAT nazionali.

I privati possono partecipare attivamente al PTPL e PPCT attraverso due livelli: anche nel 2023 si è deciso di limitare la quota di partecipazione con adesione al livello 1, che – con una quota di adesione pari a 300 euro – permette la partecipazione al bando di promozione turistica e marketing territoriale e anche ad alcuni momenti di confronto con le DMO territoriali. Il secondo livello prevede l'adesione tramite l'impiego dei cluster nella progettazione, mettendo a sistema la partecipazione alle fiere e l'attività coordinata al fine di svolgere un'attività integrata di alto livello. Ciò permette di mettere in comunicazione l'area bolognese e quella modenese, consentendo l'accesso a studi, analisi e report informativi sull'evoluzione del settore.

### **Aggiornamento sul progetto Cartigli metropolitani**

Prende parola Barbara Panzacchi aggiornando il Tavolo sullo stato di avanzamento del progetto.

I cartigli hanno lo scopo di identificare con il sistema di segnalazione visiva le principali eccellenze storiche, architettoniche e culturali del territorio. In Appennino sono stati censiti – grazie al lavoro di Elena Naldi – oltre 400 cartigli ed è prevista entro la fine dell'anno la copertura dell'intera Area Metropolitana.

È in atto un ragionamento riguardante la convivenza della varia segnaletica attualmente in essere, per poi procedere all'appalto per la realizzazione dei cartigli, il cui costo – circa 200 euro a cartiglio – sarà a carico del Comune in cui il cartiglio avrà sede e dovrà essere corrisposto nell'anno 2023.

I pannelli saranno dotati di QRcode al fine di poter attingere a maggiori informazioni sui singoli siti.

### **Punto su programmazione Tartufesta 2022**

Panzacchi presenta il programma delle Tartufeste, che partiranno il 9 ottobre a Monzuno e si concluderanno il 13 novembre a Grizzana Morandi; saranno in 12 comuni dell'Appennino: Monzuno, Pianoro, Castiglione dei Pepoli, San Benedetto Val di Sambro, Lizzano in Belvedere, Sasso Marconi, Loiano, Grizzana Morandi, Savigno, Valsamoggia, Monghidoro, Camugnano.

Il punto chiave sul quale si è deciso di puntare quest'anno è la qualità dell'evento, con un focus sui prodotti del bosco e del sottobosco. Infatti, quale effetto della siccità degli ultimi anni, è stata talvolta riscontrata una carenza di funghi e tartufi, alla quale è però possibile ovviare puntando su altri prodotti autunnali di alta qualità del territorio, quali castagne e frutti di bosco.

Dal 2022 le Tartufeste sono regolate dalla Carta della Qualità e dal Decalogo dei ristoratori e la loro realizzazione vede collaborare i Comuni, le Pro Loco, le associazioni che agiscono sul territorio e gli operatori commerciali locali.

Il giorno 8 ottobre si terrà un momento promozionale della manifestazione aperto alla stampa presso la sede di eXtraBO, durante la quale ciascun comune aderente a Tartufesta potrà somministrare assaggi della propria offerta enogastronomica, presentando nello specifico la scheda tecnica del proprio territorio.

È stata pensata questa modalità quale modo dinamico per favorire una promozione territoriale attiva e per attirare collateralmente la stampa.

Per concludere, Panzacchi ringrazia per il loro lavoro Città Metropolitana, Bologna Welcome ed eXtraBO.

### **Resoconto della stagione di Crinali**

Tamarri procede con un breve intervento sull'andamento della stagione di Crinali, la quale – a fronte di una spesa di 200 mila euro – ha visto il coinvolgimento di 20 comuni, 11.727 partecipanti raggiunti, 107 appuntamenti di spettacolo in programma.

Vengono citati i vari eventi del fine settimana del 17 e 18 settembre, tra cui il concerto dei musicisti Marco Coppi e Gianni Landroni a Porretta e la visita ai murales guidata da Graziano Emiliano.

La gestione della prenotazione di Crinali è stata affidata alla Destinazione Turistica e a Bologna Welcome, tramite l'utilizzo della piattaforma Trekksoft.

Tutti i week-end dal 28 maggio fino alla fine di novembre, è stata poi predisposta una squadra a supporto al fine di consentire la prenotazione anche a ridosso dell'evento.

Tamarri coglie l'occasione per ringraziare tutti coloro che hanno lavorato all'organizzazione di Crinali.

L'obiettivo portato avanti dal progetto è stato quello di promuovere il racconto del territorio attraverso un evento, attraverso la costruzione di una rassegna di qualità che trova valorizzazione dalla cornice che la ospita. Per inquadrare la qualità della rassegna si citano i direttori Carlo Maver e Claudio Carboni, recentemente eletto nel consiglio direttivo della SIAE.

La prospettiva attuata da Crinali ha come focus principale un lavoro di rete, capace di attuare ricadute su un territorio vasto.

### **Presentazione della nuova Strada delle Terme**

Il Professor Antonio Monti, (Direttore scientifico del Gruppo Salute Più), dopo aver ringraziato tutti gli operatori del settore turistico, presenta il Villaggio Termale che si sviluppa attorno alle Terme di Porretta, il quale si compone di cinque comprensori:

- Il comprensorio termale;
- Il secondo comprensorio coinvolge le strutture di ricettività – l'albergo – e la ristorazione annessa, oltre al centro convegnistico adatto anche allo svolgimento di manifestazioni, grazie allo spazio di più di 5000 m<sup>2</sup>;
- Il terzo prevede l'area della Valverde, andando così a formare un complesso termale di 12 ettari. Questa zona sarà deputata alla creazione di un luogo dedicato ai camper, andando ad ospitarne circa 150. Valverde diventerà un grande centro di fitness e wellness sempre su base termale;
- Il quarto include l'Oasi del benessere verde, un percorso di 20 ettari in prossimità delle terme vere e proprie quale parco da visitare durante tutto l'arco dell'anno;
- Il quinto è quella parte dell'Appennino Tosco-Emiliano che unisce tutta la zona termale. In questo territorio l'obiettivo è la creazione di quattro percorsi, adatti ad essere attraversati in macchina, a piedi o in bicicletta.

In quest'ottica si punta sull'utilizzo di piattaforme online al fine di garantire una comunicazione nazionale ed internazionale.

### **Report dell'attività di eXtraBO e prospettive di promo-commercializzazione per la stagione autunnale**

Isabel Elmi (eXtraBO) illustra i dati dei primi sei mesi del 2022 durante i quali, sono stati registrati oltre 12 mila ingressi, ovvero lo stesso numero registrato relativamente all'intero anno 2021. Si può sperare, perciò, ad un raddoppio dei numeri relativi agli ingressi entro la fine dell'anno corrente.

Inoltre, durante i mesi di luglio e agosto gli ingressi hanno sfiorato le 5 mila unità, numero molto importante nonostante il forte caldo che ha influito negativamente sulla fruizione di esperienze outdoor. Circa il 90% del totale degli ingressi del bimestre in oggetto coinvolge turisti, mentre solo il 10% degli stessi fa riferimento a residenti, in un cambio radicale di prospettiva all'inizio della storia di eXtraBO. Circa il 50% degli accessi coinvolge inoltre turisti internazionali.

A seguito degli importanti risultati ottenuti nel territorio dell'Appennino bolognese nel corso del primo semestre, da settembre fino alla fine dell'anno saranno riproposti tre specifici cluster di prodotto:

- Tour outdoor (esperienza di trekking *Zaino in spalla*);
- Tour enogastronomici delle esperienze con partenza dal centro di Bologna che permettono una visita ad eccellenze locali di produzione di prodotti tipici (*Le fermate del gusto*);
- Tour culturali (*Ville e castelli*).

Recentemente, dal 9 al 11 settembre, eXtraBO ha presenziato all'Italian Bike Festival di Misano Adriatico, dove sono stati presentati ad un pubblico interessato e targettizzato diversi percorsi in bicicletta, in particolare è stato dedicato uno spazio in una giornata ai percorsi in mountain bike della Bologna Montana Bike Area (BOM.B.A.).

All'interno dello spazio eventi eXtraBO sono in programma diversi eventi:

- Settimana Europea della mobilità sostenibile, all'interno della quale vi sarà una presentazione del progetto BOM.B.A.;
- Conferenza stampa del Bologna Montana Bike Festival;
- Evento di presentazione delle Tartufeste con degustazioni;
- Mostra "120 anni di BCC Felsinea: relazioni di valore";
- Presentazione - Storie in cammino: la Via degli Dei, della Lana e della Seta e la Flaminia Militare raccontate con parole, immagini e fumetti.

Per quanto riguarda la promozione di eXtraBO, si parteciperà a diversi appuntamenti nazionali e internazionali nel secondo semestre, come il Salone del camper, alcuni workshop commerciali, Salone Internazionale Svizzero delle Vacanze e Borsa del Turismo Esperienziale di Venezia.

### **Progettualità varie**

Francesca Marchi (Unione dei Comuni dell'Appennino Bolognese) introduce alcune progettualità in essere. L'Unione dei Comuni dell'Appennino Bolognese ha aderito al network Bologna Bimbi, con l'obiettivo di porre il focus sulle famiglie.

L'idea è quella di diventare come Unione dei Comuni dell'Appennino Bolognese il primo distretto family al di fuori del Trentino-Alto Adige.

Sono previsti, in questo senso, diversi interventi: si pensa ad una segnaletica condivisa sul territorio che aiuti le famiglie ad individuare i percorsi adatti – dotati quindi di sentieri accessibili con il

passellino, di bagni accessoriati con un fasciatoio e mangiapannolini sia nel bagno delle donne che in quello degli uomini, tavoli con la possibilità di inserire passellini.

È prevista inoltre la creazione di un'applicazione che metta in rete tutti i servizi family presenti sul territorio, oltre all'elaborazione di un accordo condiviso sulle realtà del territorio.

La prospettiva futura potrebbe essere l'attenzione alla fascia dell'adolescenza.

Mattia Santori (Presidente del Territorio Turistico Bologna-Modena) ricorda l'importanza di aumentare la consapevolezza turistica del territorio appenninico nei cittadini.

Tale necessità emerge nell'ottica di non far percepire il turista come estraneo agli abitanti, d'altra parte è necessario far percepire ai cittadini i territori metropolitani come possibile meta turistica, a tal fine vengono messe in atto varie progettualità:

- Il progetto "Autunno fuori porta", attualmente in sospeso, il cui nome cambierà in base al periodo in cui verrà proposto. Si prefissa la sua partenza a fine febbraio per lanciare i primi itinerari di marzo e aprile, insieme alle eccellenze modenesi per ampliare maggiormente il pacchetto turistico.
- Il calendario dei Bike days, ancora da fissare nello specifico, che prevederanno 4 appuntamenti: in Val di Zena, lungo la Ciclovia del Sole, nell'Area Imolese e a luglio il giro dei tre laghi Suviana, Brasimone e Santa Maria, con 60 km di strade chiuse dalle 9 alle 16. Permetterà così la massima partecipazione con diversi tipi di bike e con aree di ristoro.

Santori segnala il riscontro positivo del Bike Pride, organizzato il 17 settembre.

Ringrazia ulteriormente gli operatori e i collaboratori del turismo, cita eXtraBO per l'apertura anticipata del 15 settembre – in particolare Isabel, Valentina e Martina – per l'accoglienza di un gruppo di ragazzi europei fra i 20 e 30 anni in partenza per la Via degli Dei per uno studio sul turismo sostenibile.

Tamarri apre lo spazio alle domande dei presenti.

### **Varie ed eventuali**

Graziano Uliani e Manes Bernardini sollevano il problema dell'assenza del nome Porretta terme sulle cartine dell'Alto Reno, modificato in Alto Reno Terme a seguito dell'unione con Granaglione.

Tamarri risponde riportando che non è possibile inserire nelle mappe una nomenclatura diversa da quella ufficiale e ribadisce il coinvolgimento dei Comuni nella creazione di materiale promozionale relativo al territorio.