

Territorio Turistico Bologna-Modena

Verbale Tavolo Turistico dell'Area Imolese

4 settembre 2024

Inizio: 15:00

Fine: 17:00

Partecipanti: 18

Referente di Bologna Welcome per il Tavolo: Francesco Palmieri

Coordinatore del Tavolo: Francesco Palmieri

Introduzione

La Referente Territoriale per il Tavolo dell'Area Imolese Rita Iugaresi apre l'incontro presentando il Coordinamento del Turismo del Nuovo Circondario Imolese, struttura nata nel 2020 con l'obiettivo di gestire in maniera associata la promo-commercializzazione turistica dell'Area Imolese. Procede dando il benvenuto a tutti i presenti, in particolare ai nuovi amministratori e amministratrici. Conclude ringraziando i partecipanti e introducendo Gabriele Meluzzi, Sindaco del Comune di Fontanelice, nuovo Assessore al Turismo del Nuovo Circondario Imolese.

Gabriele Meluzzi interviene ringraziando tutti i presenti per il lavoro svolto e sottolineando l'importanza della collaborazione tra i Comuni del Territorio in ambito turistico.

Presentazione PPCT 2025

Claudia Capelli, Bologna Welcome, introduce il PPCT, Piano di Promo-Commercializzazione Turistica per il 2025, sottolineando la collaborazione delle DMO bolognese e modenese e il coinvolgimento dei Tavoli Territoriali. Procede spiegando l'importanza di questo documento che, insieme con il PTPL - Programma di Promozione Turistica Locale - costituisce il Programma Annuale delle Attività Turistiche del territorio (PAAT).

In premessa a questi documenti Capelli presenta il quadro di riferimento, che comprende i temi trasversali, quindi condivisi dal Territorio Turistico Bologna Modena, le linee di prodotto proprie

dei singoli ambiti territoriali, i mercati obiettivo e le azioni di promo-commercializzazione.

Sottolinea che tali documenti sono stati redatti tenendo conto delle Linee Guida Triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale 2025-2027 e delle analisi riguardanti i dati e i trend turistici dell'ultimo anno.

I dati sopra citati mostrano alcune differenze fra i diversi ambiti sub-territoriali, che necessitano quindi di un approccio differenziato per quanto concerne le strategie di promo-commercializzazione. Questa differenziazione si declina in un focus sull'organizzazione della destinazione e la qualità dell'accoglienza nel Capoluogo e in azioni di promo-commercializzazione nell'Area Metropolitana, che non presenta le medesime difficoltà in termini di pressione turistica e sarà per questo oggetto di un'attenzione mirata.

Gli obiettivi principali di tali azioni sono la delocalizzazione e la destagionalizzazione, con l'intento di attrarre un turismo diversificato nelle diverse aree e favorire una presenza continua durante tutto l'anno.

Capelli passa poi a descrivere i temi trasversali, quali:

- Motori – Special Interest, citando i brand di valore sul territorio, eccellenze a livello mondiale che necessitano di iniziative di promozione mirate. Tema che si declina in visite ai luoghi dei motori, con un interesse particolare per l'Autodromo di Imola, e soggiorni tecnici, incentive e team building in un'ottica di commistione tra attività leisure e business, collegata alla linea di prodotto MICE.
Viene identificata un'altra linea di prodotto collegata al tema trasversale sopra citato, lo sport, inteso sia come valorizzazione degli eventi sportivi offerti dal territorio che come offerta sportiva attiva, con un interesse specifico per il golf.
- Food&Wine, inteso come valorizzazione della cultura enogastronomica radicata nel territorio e declinato in offerte che associano la fruizione del prodotto con l'esperienza turistica nei luoghi di produzione.
- Outdoor Active&Slow, citando linee di prodotto come le risorse naturalistiche; il sistema termale, particolarmente strategico per l'Area Imolese; e i cammini e percorsi del cicloturismo più consolidati e da consolidare. In questo contesto vengono citati La Ciclovía del Santerno, la Bike Area di Castel del Rio e Il Cammino di Sant'Antonio.

Capelli procede a presentare le azioni di promo-commercializzazione, come di seguito:

1. Eventi di settore selezionati per il 2025, di grande importanza strategica sia in ambito B2B che B2C e strategicamente gestiti dal progetto eXtraBO.
2. Sei Fam Trip previsti per il 2025, fondamentali per dare seguito ai contatti fieristici.
3. Contatti con stampa, creator e influencer costituiscono una leva strategica per la promozione. Per il 2025 sono previsti collaborazioni con creator, che prenderanno parzialmente il posto dei precedenti viaggi stampa con i giornalisti.
4. Siti Web, Canali Social e Newsletter, che presentano l'obiettivo di favorire una migliore accoglienza informativa e vengono messi in atto attraverso il circuito di canali di Bologna Welcome e eXtraBO. In questo contesto Capelli sottolinea l'importanza di un continuo allineamento con i siti di redazione locale.
5. Campagne promozionali, atte a veicolare contenuti organici, con l'obiettivo di differenziare e personalizzare ogni campagna e valorizzare l'offerta in chiave di awareness e purchase.
6. E-commerce, presentato in continuità con questo approccio innovativo e particolarmente efficace in quanto, dotando del medesimo sistema le DMO territoriali e i punti di informazione turistica locali, permette un miglior coordinamento e un'ottimizzazione dell'offerta vasta.
7. Sviluppo di nuovi prodotti, guidata dalla DMO bolognese che si impegna a innovare l'offerta attraverso la creazione di nuovi prodotti turistici con l'obiettivo di aumentare la permanenza del turista sul territorio. Capelli specifica come questa attività si traduca in un supporto che la DMO territoriale offre con l'obbiettivo di rendere l'offerta turistica sempre più fruibile.

L'intervento di Claudia Capelli si conclude con un cenno alla partecipazione dei privati al piano, che segue le medesime regole dell'anno precedente: la quota di partecipazione è di 300€ e i vantaggi sono la possibilità di aderire ai lavori dedicati ai temi trasversali e l'accesso alla banca immagini, studi, analisi e report informativi.

Confronto e sessione di Q&A

Interviene Michelangelo Stanzani, direttore del Territorio Turistico Bologna Modena, sottolineando alcuni temi affrontati nella prima parte, come l'importanza strategica del progetto eXtraBO in coordinamento con le redazioni locali e i punti vendita online e offline, facendo particolare

riferimento a IF, cordata dell'Area Imolese. Procede evidenziando l'importanza che verrà data alla promozione dell'Area Metropolitana, in un'ottica di maggiore crescita rispetto al Capoluogo, che già accoglie un elevato flusso turistico.

Stanzani conclude il suo intervento portando i saluti di Barbara Franchi, Sindaca di Lizzano in Belvedere, che sta iniziando a supportare il Sindaco Matteo Lepore per il turismo metropolitano. Invita poi tutti i presenti a inviare eventuali feedback entro venerdì 6 settembre alle ore 12:00, prima della chiusura del PPCT 2025.

Claudia Capelli aggiorna riguardo al Piano di Promo-Commercializzazione corrente, comunicando che la Regione ha messo a disposizione ulteriori risorse che verranno dedicate alla riapertura di Palazzo Pepoli Vecchio, con l'ulteriore obiettivo di utilizzare questo luogo di interesse come punto di partenza per sviluppare altri itinerari e prodotti culturali nel Capoluogo e nella Città Metropolitana.

Presentazione di eXtraBO

Francesco Palmieri, coordinatore di eXtraBO, presenta il progetto e in particolare gli obiettivi di valorizzazione del territorio bolognese, quali il supporto allo sviluppo dell'imprenditoria turistica locale e creazione di una modalità di gestione turistica partecipata, che va dal contatto diretto con il turista all'infopoint fino alle azioni di backoffice.

Palmieri procede spiegando che una delle attività principali del progetto eXtraBO è la promo-commercializzazione, con il particolare obiettivo di uniformare l'offerta turistica del territorio, indirizzata non solo ai turisti ma anche ai residenti stessi. Si sottolinea come le attività principali siano lo sviluppo di prodotti, come *Alla scoperta di Ville e Castelli*, *Weekend del gusto* e *Autunno fuori dal comune*, l'implementazione di nuovi servizi e il miglioramento di quelli già esistenti. In questo contesto viene evidenziato l'apporto positivo che il progetto eXtraBO, in collaborazione con la cordata IF, ha apportato a prodotti turistici del territorio attraverso la creazione di pacchetti e booster di comunicazione. In questo contesto Palmieri cita alcuni itinerari importanti dell'Area Imolese come Il Cammino di Sant'Antonio, La Via del Gesso e La via dei Gessi e dei Calanchi. eXtraBO partecipa inoltre attivamente a fiere di settore outdoor, particolarmente efficaci nella creazione di rapporti commerciali con Tour Operator e clienti internazionali.

Palmieri presenta il sito web del progetto, nato nel luglio 2022 e descritto come sito turistico che mostra itinerari e prodotti offerti e risulta particolarmente strategico nella fase di finalizzazione dell'acquisto da parte del cliente.

La presentazione di Palmieri procede con la descrizione dell'infopoint, spazio fisico nel quale si concretizza il progetto e che offre materiali di promozione turistica e una sala eventi dedicata alla presentazione di attività del territorio. Conclude con un rinnovato invito a mantenersi in contatto con il punto informativo per quanto riguarda la condivisione di informazioni e materiale cartaceo.

Presentazione del progetto Bologna-Modena: Weekend del Gusto

Marcella Pradella, direttrice generale di IF, introduce il progetto *Weekend del Gusto*, particolarmente interessante nell'Area Imolese in quanto corrispondente con l'evento Bacchanale. Pradella presenta la collega Chiara Dal Fiume, che descrive più nel dettaglio il progetto. Alla sua seconda edizione, si tratta di un prodotto turistico legato alla proposta enogastronomica del territorio, che si sviluppa in maniera integrata su tutto il Territorio Turistico e che, rispetto all'anno precedente, include in questa edizione anche le zone di confine fra Pianura bolognese e modenese, la zona dell'Area Imolese e la Zona sud-ovest della Provincia di Modena (permettendo così l'inserimento anche di aree non di confine e il conseguente coinvolgimento dell'intero Territorio Turistico).

Dal Fiume cita i sei weekend interessati dal progetto, sottolineando che i weekend interessati dall'Area Modenese saranno quelli del 19-20 Ottobre e 26-27 Ottobre. Spiega poi gli obiettivi, in particolare quello di promuovere le eccellenze enogastronomiche e dare maggiore visibilità agli attrattori locali. A tale proposito vengono citate le attività locali coinvolte, come *Il Regno del Marrone* di Castel del Rio.

Dal Fiume procede descrivendo la struttura del progetto, composta da eventi sia la mattina che il pomeriggio e diffusi in tutti i territori dell'area Bologna-Modena. Sottolinea in particolare la possibilità di acquistare un pacchetto che contenga il trasporto in bus da Bologna o Modena, una novità di questa edizione.

Descrive le modalità di acquisto delle esperienze, che può avvenire online attraverso i siti di eXtraBO e VisitModena e offline nei punti informativi dell'area bolognese e modenese.

Dal Fiume e Pradella concludono citando i principali Comuni coinvolti nell'iniziativa, quali Medicina, Imola, Fontanelice, Castel del Rio e Castel San Pietro con il Palazzo di Varignana.

Presentazione del progetto Autunno fuori dal Comune

Martina Cavezza, referente comunicazione per eXtraBO, presenta il progetto *Autunno fuori dal Comune*. Giunto alla terza edizione, è un progetto in capo ai Comuni di Bologna e di Modena e co-finanziato della Regione Emilia-Romagna e da ASCOM Bologna per la parte bolognese. Il progetto si sviluppa nella Città Metropolitana di Bologna e a Modena e provincia e interessa tutti i weekend dal 9 novembre al primo dicembre.

Cavezza procede descrivendo gli obiettivi del progetto, in particolare quelli di offrire ai cittadini esperienze a prezzi calmierati, veicolare una visione unitaria del territorio e promuovere realtà turistiche spesso ignorate dai residenti, che si confermano il target principale.

Cavezza conclude descrivendo le modalità di acquisto delle esperienze, che può avvenire online attraverso i siti di eXtraBO e VisitModena e offline negli infopoint dell'area bolognese e modenese.

Confronto e sessione di Q&A

Francesco Palmieri interviene rispondendo a una domanda posta in precedenza da Sergio Maccagnani, direttore generale del Nuovo Circondario Imolese, riguardo gli ingressi e le vendite di eXtraBO. Illustra i dati affermando che nel 2023 eXtraBO ha registrato circa 25.000 ingressi, con una crescita del 13% sull'anno precedente. Questi ingressi si compongono per il 70% da turisti non residenti nella Provincia di Bologna, e da un 25% di residenti. Il 69% degli ingressi sono italiani, con un trend in crescita per quanto riguarda gli ingressi stranieri. Palmieri aggiunge inoltre che il numero di persone che hanno acquistato un servizio turistico da eXtraBO nel 2023 è 4.900. L'ultimo dato presentato interessa la sala eventi di eXtraBO, che nel 2023 ha ospitato 60 eventi, per un totale di più di 100 giorni di occupazione.

Silvano Casella, Comune di Casalfiumanese, interviene avanzando una richiesta riguardo a possibili variazioni al Cammino di Sant'Antonio, in merito alle quali richiede dei dati riguardo ai partecipanti al cammino. Francesco Palmieri risponde alla domanda affermando che al momento la DMO bolognese non dispone di tali dati ma è disposta a organizzare un incontro con i Comuni interessati dal cammino e il responsabile del progetto per avere occasione di confronto e condivisione di informazioni. Interviene anche Marcella Pradella che esprime un proprio dubbio riguardo alla possibilità di entrare in possesso di tali dati ma esprimendo la speranza di poter compiere un'analisi incrociando i dati di altri cammini presenti sul medesimo territorio.

Antonio Gottarelli avanza una richiesta di chiarimento riguardo ad alcune funzioni dei Tavoli e ai meccanismi gestionali interni del Territorio Turistico Bologna Modena, sottolineando in particolare questioni relative al coordinamento tra Città Metropolitana di Bologna e la Provincia di Modena. A questa richiesta risponde Michelangelo Stanzani, chiarendo la divisione delle funzioni in ambito di promo-commercializzazione turistica dei siti di destinazione turistica VisitModena e BolognaWelcome e facendo riferimento alle rispettive normative di riferimento.

Francesco Palmieri conclude il Tavolo ricordando ai presenti la possibilità di inviare eventuali integrazioni al documento entro venerdì 6 settembre.