

Territorio Turistico Bologna-Modena

Verbale Tavolo territoriale dell'Area Imolese

18 settembre 2023

Inizio: 12.00

Fine: 13.10

Partecipanti: 20

Referente di Bologna Welcome per il Tavolo: Isabel Elmi

Coordinatore del Tavolo: Rita Lugaresi

Introduzione e saluti istituzionali

Presentazione linee generali PTPL 2024

Michelangelo Stanzani, Direttore del Territorio Turistico Bologna-Modena introduce il punto all'ordine del giorno relativo al bando PTPL 2024 di prossima pubblicazione, che già dallo scorso anno era stato redatto in condivisione con la Provincia di Modena, confermando che questo avverrà anche per il bando PTPL 2024.

A fronte della riforma regionale sugli uffici turistici approvata nel corso del 2022 e in via di attuazione a partire dal 2023, il prossimo bando PTPL 2024 sarà contraddistinto da diverse modifiche e novità, in particolar modo per quanto riguarda l'Ambito 1. Come per l'anno passato, rimarranno in essere le due graduatorie distinte, una per le domande presentate dai soggetti afferenti alla Città metropolitana di Bologna e una per le domande presentate dai soggetti afferenti alla Provincia di Modena, come previsto dalla normativa regionale.

Una delle novità che sarà inserita nel bando PTPL 2024, riguarda l'Ambito 1 nel quale le domande presentate dai Comuni o dalle Unione di Comuni con sede presso la Città metropolitana, saranno presentate da un soggetto aggregatore, quale lo IAT R di riferimento di ciascun'area territoriale. Per quanto riguarda l'area Imolese, la domanda di partecipazione al bando PTPL 2024 nell'Ambito 1 dovrà essere presentata dallo IAT R del Nuovo Circondario Imolese che si convenzionerà con tutti gli altri uffici turistici presenti sulla sua area territoriale e presenterà un progetto relativo a tutto il territorio nel suo insieme.

Intorno al 10 ottobre verrà pubblicato il bando PPTL 2024, al quale potranno avere accesso solo gli uffici turistici che hanno presentato domanda di riconoscimento entro il 15 settembre 2023. Nel caso dell'Area Imolese ad oggi le domande pervenute e in fase di valutazione per la concessione della relativa autorizzazione sono quelle del Nuovo Circondario Imolese per uno IAT R, del Comune di Imola per una Welcome Room e quella del Comune di Dozza per uno IAT.

L'avviso sarà aperto come ogni anno per 30 giorni e le graduatorie delle domande approvate e che potranno ricevere il contributo saranno rese disponibili entro la fine del 2023 come avvenuto negli anni passati. È stato ricordato, infine, che nell'ambito delle risorse del PTPL, almeno il 15% delle risorse finanziarie dell'Ambito 1 devono essere destinate agli uffici innovativi, quali: Welcome Room, IAT diffusi e IAT digitali. La presentazione della domanda sull'Ambito 1 del PTPL 2024 potrà essere presentata solo congiuntamente attraverso un unico capofila, per esempio lo IAT R del Nuovo Circondario Imolese, per conto di tutti i soggetti riconosciuti nelle varie forme di uffici turistici sopraelencati che afferiscono alla RL dell'Area Imolese. Al momento sono in fase di rifacimento i siti della Redazione Locale SITUR dell'ambito Appennino bolognese e dell'area Imolese in collaborazione con IF e Bologna Welcome, come avvenuto in precedenza per il sito della Redazione locale della Pianura bolognese, così da essere tutti allineati con questa nuova funzionalità di prenotazione e vendita di servizi turistici, dal 1° gennaio 2024 e avendo la possibilità di poter avere tutti

i siti del sistema SITUR, aggiornati con un unico caricamento.

L'Ambito 2 non subirà particolari modifiche, se non quella relativa ai progetti a scavallo tra territorio bolognese e modenese, sui quali a livello operativo siamo ancora in fase di studio della fattibilità, stiamo valutando quale iter prevedere per l'inserimento in graduatoria, visto che si tratterà di un progetto di competenza di entrambi gli Enti.

Stiamo inoltre valutando l'introduzione sull'Ambito 2 di alcuni criteri allo scopo in un caso di disincentivare la vendita di biglietti per gli utenti finali che usufruiscono dei servizi messi a disposizione grazie al progetto in questione e nel secondo caso che vengano presentati più progetti da parte dello stesso soggetto proponente.

È in fase di discussione la definizione del budget con la Regione, in quanto con l'attuale limite del 50% massimo delle risorse complessive PTPL da destinare all'Ambito 1, potrà risultare difficile dare un adeguato sostegno alla riforma degli uffici di informazione turistica, in particolare per quelli del territorio modenese.

Condivisione bozza PPCT 2024

Claudia Capelli, Bologna Welcome, spiega che per i documenti programmatici 2024, le DMO territoriali hanno elaborato un quadro di riferimento che individui:

- Temi trasversali all'area turistica vasta, integrati dalle linee di prodotto proprie dei relativi ambiti territoriali in base ai quali declinare le azioni di promo-commercializzazione;
- Mercati obiettivo a cui indirizzarle.
- Temi trasversali, linee di prodotto e mercati sono individuati in base ad analisi di dati e di tendenze che caratterizzano il comparto turistico.

I principali fenomeni di cui si terrà conto nella progettualità 2024 sono:

- Ritorno dei turisti ai livelli pre-pandemici con incrementi di presenze turistiche tali da registrare livelli superiori al 2019;
- Innalzamento del tasso di internazionalizzazione con presenze di turisti internazionali tali da eguagliare e superare (nel caso del Capoluogo Bolognese) la componente nazionale, che rimane un mercato strategico da fidelizzare, insieme ai turisti di prossimità; I mercati obiettivo cui rivolgersi nel 2024 saranno quelli internazionali di prossimità, tra cui il Regno Unito, a seguito del ritorno dei turisti britannici nel 2023. Si conferma l'interesse a rafforzare il posizionamento del Territorio Turistico Bologna-Modena nei confronti dei mercati di lunga percorrenza con azioni trasversali dell'area turistica vasta; tra questi si annoverano gli USA, a fronte del consolidamento delle presenze turistiche registrate nel 2023 e il Brasile, con il 30° anniversario della morte di Ayrton Senna, protagonista internazionale legato in modo particolare al nostro territorio e all'Autodromo di Enzo e Dino Ferrari;
- Il Territorio Turistico Bologna-Modena presenta aree con un grado di sviluppo turistico disomogeneo. Risulta strategico differenziare gli investimenti in promozione, indirizzandoli in azioni che valorizzino accoglienza e organizzazione dei servizi nel Capoluogo e azioni di promo-commercializzazione mirate in area metropolitana;
- La promozione di iniziative locali favorisce lo sviluppo orizzontale dell'offerta turistica, legata all'ampliamento del territorio di riferimento, che rappresenta un fattore strategico per l'aumento della permanenza media dei turisti nella destinazione e una motivazione di visita delle aree limitrofe per i residenti in veste di turisti di prossimità;
- L'opportunità di concentrare gli investimenti di attività promozionali differenziate deriva anche dal dissesto idrogeologico che ha causato un mutamento della morfologia di parti del nostro territorio.
- L'interruzione di alcuni percorsi, con l'individuazione di varianti e la difficile raggiungibilità di alcuni itinerari ha reso strategica una promozione tesa alla valorizzazione dei tratti percorribili, promozione

che non è efficace se si pensa a quegli itinerari che di fatto non hanno mai visto lunghi periodi di sospensione dell'attività di escursionisti.

Tra i temi trasversali al Territorio Turistico Bologna-Modena si riconferma anche per il 2024 Special interest -Motori con la relativa valorizzazione in chiave turistica che passa dal coinvolgimento dei brand territoriali, dell'Autodromo Enzo e Dino Ferrari di Imola come eccellenze della Motor Valley da promuovere a livello mondiale con azioni coordinate dedicate anche nell'ambito di progetti speciali come «Terre&Motori».

Accanto al tema trasversale Special interest - Motori il quadro di riferimento individua la linea di prodotto Sport a fronte del progressivo consolidarsi del posizionamento del Territorio Turistico Bologna-Modena come "Destinazione Sport" in grado di attrarre e ospitare eventi sportivi di respiro internazionale. La linea di prodotto Sport si traduce in particolare nella valorizzazione di eventi internazionali ricorrenti come il Gran Premio di Formula 1 che ha scelto l'autodromo Enzo e Dino Ferrari di Imola fino al 2024 incluso. Si cita anche il golf come proposta da inserire a catalogo per gli incentive e il team building in ambito MICE.

Tornando ai temi trasversali, il Food&Wine sarà valorizzato turisticamente anche nel 2024, legando i prodotti alle esperienze che il territorio può offrire sotto forma di partecipazione attiva nei luoghi di produzione.

In continuità con l'individuazione dei temi trasversali del 2023, si riconferma anche per il 2024 la Cultura con gli itinerari di area turistica vasta.

Chiudiamo l'individuazione dei temi trasversali con l'Outdoor Active&Slow nella sua accezione cicloturistica con i tratti percorribili della Ciclovia del Santerno (Tratto Family, da Imola a Casalfiumanese) e della Bike area, e di trekking con il Cammino di S. Antonio.

Accanto al tema trasversale Outdoor Active&Slow il quadro di riferimento individua il prodotto Natura e benessere, ovvero la messa a sistema e promozione delle risorse e dei servizi per la fruizione naturalistica con il riferimento al sistema termale nella sua accezione wellness come Varignana e Castel San Pietro.

I privati che decideranno di aderire al PPCT 2024, nelle modalità che approfondiremo in seguito, vedranno un loro coinvolgimento operativo nei gruppi di lavoro in base ai temi trasversali di riferimento. Coinvolgimento che si estrinseca nelle fasi di analisi, programmazione e attuazione delle azioni.

Tra le principali azioni di promo-commercializzazione individuate dalla proposta di PPCT 2024 si annoverano le fiere con un'ipotesi di calendario, che in linea con l'approccio differenziato per le strategie di promozione, vede l'ampliamento di appuntamenti tematici di nicchia, rivolti a mercati rilevanti che mirano a valorizzare linee di prodotto specifiche. A seguito di un'attenta valutazione della partecipazione alle fiere generaliste, si è definito di mantenere la sola presenza istituzionale, al netto di appuntamenti specifici da identificare.

La gestione di questi appuntamenti fieristici avviene in maniera coordinata grazie alla centralità del progetto eXtraBO che si traduce nel partenariato tra la DMO territoriale e i sub-ambiti nella definizione dei prodotti da promo-commercializzare che nella partecipazione attiva nelle azioni di promo-commercializzazione.

Il contatto diretto creato con gli operatori in occasione degli eventi fieristici si traduce in una fattiva collaborazione grazie ai fam trip che permetteranno agli operatori di scoprire l'offerta turistica del territorio e di inserirne i prodotti all'interno dei propri cataloghi commerciali.

Anche gli operatori media verranno invitati a vivere in prima persona il territorio in occasione dei press trip, in modo che trasferiscano la propria esperienza al pubblico finale attraverso spazi di carattere redazionale (su testate di settore nazionale e internazionale) ed evitando campagne di pura fascinazione. Daily Mail sarà a Imola questa settimana, mentre è in fase di programmazione un viaggio stampa in occasione di Bacchanale (sono già stati presi contatti con il Comune di Imola).

- Oldtimer Markt (testata tedesca dedicata alle auto e alle moto d'epoca più letta in Europa) - Imola,

Dozza, Borgo Tossignano;

- New Zealand Herald - Dozza per Biennale Muro Dipinto.

Sempre nell'ambito delle azioni di comunicazione si unirà l'obiettivo di diffusione della conoscenza di elementi caratterizzanti l'identità territoriale (awareness positioning) insieme a quello di commercializzare l'offerta turistica. Questo approccio caratterizza il portale turistico ufficiale del territorio metropolitano Bolognawelcome.com soddisfacendo l'esigenza del turista di trovare in un medesimo luogo la possibilità di informarsi e di comprare eventuali esercizi corrispondenti. Approccio che risulta ancora più evidente dalla struttura adottata per eXtraBO.com, che declina i propri contenuti in base ai filoni di esperienze/attività che il turista desidera fare sul territorio: l'esperienza parte dalla fruizione del sito.

Venendo all'attività social, la stessa non si limita alla produzione di post organici, ma alla veicolazione in campagne di digital advertising realizzate attraverso azioni di posizionamento sponsorizzato su Google (keyword advertising) e post sponsorizzati sul circuito Meta.

Nell'ambito delle azioni di comunicazioni più tradizionali non manca la realizzazione di supporti di comunicazione.

Prima di chiudere la nostra chiacchierata con brevi cenni sulla Partecipazione dei privati al Programma 2023 mi sembra doveroso condividere una specifica: riteniamo opportuno mutuare l'esperienza maturata durante gli anni di crisi dell'industria turistica adattando a un contesto in ripresa, ma ancora mutevole, obiettivi in materia di prodotti, mercati e azioni in moda da garantirne il raggiungimento in termini di efficienza ed efficacia.

Partecipazione dei privati

Claudia Capelli, Bologna Welcome, spiega che all'interno del piano di promo-commercializzazione la partecipazione dei privati è effettivamente la dichiarazione della volontà di voler agire in linea con le azioni promosse e le iniziative del territorio turistico.

La grande novità è di non avere più 2 livelli di partecipazione, ma uno soltanto con una quota fissa di partecipazione che rimane la stessa (300 euro). Verranno mantenuti i 4 cluster: cultura, outdoor active&slow, enogastronomico e special interest-motori, ma con l'inserimento dell'operatore indipendentemente da essi, andando quindi ad alleggerire le procedure dal punto di vista burocratico e dando allo stesso tempo agli operatori di poter lavorare in un sistema più ampio che fa riferimento ai vari cluster di prodotto.

L'adesione permette:

- Partecipazione, previa verifica dei requisiti, ai progetti di co-marketing del Territorio Turistico;
- Coinvolgimento nelle fasi di progettazione e attuazione delle azioni riguardo i cluster sopracitati;
- Accesso alla banca immagini di tutto il territorio turistico Bologna-Modena;
- Accesso a studi, analisi e report, necessari per fare valutazioni strategiche all'interno delle rispettive aziende.

Varie

Silvano Casella, Assessore del Comune di Casalfiumese spiega che la Ciclovía del Santerno, gravemente danneggiata nella parte alta, a causa delle forti alluvioni di qualche mese prima, non essendo una priorità visti gli altri problemi presenti nel territorio non potrà essere ripristinata nel breve periodo a causa di mancanza di fondi. Per mantenere attivo il turismo che si era sviluppato nella zona, sarebbero necessari strumenti e aiuti extra, in quanto con i fondi già presenti non si riuscirebbe a finanziare le opere necessarie per la riapertura effettiva del percorso.

Inoltre, afferma di aver contattato i referenti di Padova del Cammino di Sant'Antonio per inserire dei punti di interesse sul territorio Imolese, ma da Padova non si è ancora ricevuta risposta. I punti di interesse che si

vorrebbero inserire sarebbero la Chiesa di Riviera, attualmente in fase di ristrutturazione, che ha vicino un ristorante-trattoria che funge anche da struttura ricettiva e che potrebbe diventare punto di appoggio per eventuali camminatori. Altro punto di interesse sarebbe il Campanile di Fiagnano, anch'esso vicino a un possibile punto di appoggio – previa ristrutturazione.

Michelangelo Stanzani, Direttore del Territorio Turistico Bologna-Modena spiega al tavolo che la nuova gestione del Cammino non lascia spazio per la promozione nelle zone interessate dal cammino che non sono direttamente gestite da loro.

Rita Lugaresi, referente per il Tavolo territoriale dell'Area Imolese, afferma che i passaggi già segnati del Cammino di Sant'Antonio nella zona imolese sono gestiti da IF, quindi, si dovrebbe far riferimento a loro per richiedere di verificare e inserire queste zone nel cammino. Marcella Pradella, Direttrice di IF, può occuparsi delle pratiche per l'eventuale inserimento dei punti nel Cammino.

Marcella Pradella, Direttrice di IF afferma che l'inserimento ha un processo che si svolge su due piani e, come ha detto già Michelangelo, Direttore del Territorio Turistico Bologna-Modena, ci sono stati dei problemi riguardo la gestione del Cammino, che è di competenza dell'Abbazia di Sant'Antonio, il cui gestore ha deciso di riprendere in mano l'organizzazione dell'intero percorso. In precedenza, era stato possibile inserire le tappe nel Cammino grazie all'Associazione del Cammino di Sant'Antonio, mentre al momento bisogna contattare direttamente Padre Antonio. Comunque, al momento la referente per i cammini religiosi sul territorio Emilia-Romagna è Monica Valeri di APT Servizi, quindi si potrebbe far riferimento a lei per l'eventuale integrazione, a seguito della quale si potrà passare successivamente alla promozione.

Isabel Elmi, Bologna Welcome afferma che, come eXtraBO, potrebbero provare a parlare direttamente con Monica Valeri per la questione.

Michelangelo Stanzani, Direttore del Territorio Turistico Bologna-Modena spiega che in generale, il salto di qualità si fa quando si hanno dei servizi ricettivi e non solo lungo il cammino, avendo questi, si riesce a metterli in rete e si instaurano collaborazioni con gli enti di promozione. In seguito, poi, non è detto che il progetto abbia sin da subito successo tra i turisti. Qui, però, c'è una mancanza di gestione diretta che rallenta ulteriormente le procedure necessarie.

Claudio Suzzi, Assessore del Comune di Borgo Tossignano, spiega che sulla Ciclovia del Santerno, come comune di Borgo Tossignano, si è deciso di concretizzare un intervento di ripristino nel tratto di interesse del comune. Quindi dovrebbe, entro pochi mesi, essere percorribile sino alla Casa del Fiume di Borgo Tossignano.

Michelangelo Stanzani, Direttore del Territorio Turistico Bologna-Modena spiega che nonostante le problematiche presenti sulla Ciclovia del Santerno, al momento, si è comunque deciso di inserirla nel PPCT per il 2024, per non vanificare il lavoro fatto sino a questo momento. Non abbandonando, comunque, la possibilità di promuovere gli itinerari attualmente percorribili e la Bike Area presente presso il Comune di Borgo Tossignano, soprattutto tenendo conto delle importanti risorse investite dal territorio imolese e da IF per la promozione della zona.

Infine non essendoci più ulteriori interventi da parte dei partecipanti, Stanzani ringrazia e saluta, ribadendo la disponibilità per eventuali chiarimenti su quanto presentato nel corso della riunione, anche successivamente.

La riunione si conclude alle ore 13:10