

## **Verbale Tavolo turistico dell'Area Imolese**

**15 settembre 2025 – Videoconferenza**

**Referente Territoriale: Federica Degli Esposti**

**Referente Fondazione Bologna Welcome: Isabel Elmi**

**Partecipanti: 26**

**Orario: 14:00 – 15:15**

### **ODG**

1. Condivisione bozza PPCT 2026
2. Presentazione modifiche ai criteri IAT e ai criteri dell'Avviso PTPL

Mattia Santori, Presidente del Territorio Turistico Bologna-Modena, apre la riunione sottolineando l'importanza del documento già trasmesso ai partecipanti, che sarà illustrato nel corso dell'incontro insieme ad altri aspetti tecnici. Evidenzia come tali contenuti siano utili non solo per i nuovi partecipanti, ma anche per coloro che già conoscono il funzionamento della destinazione, in quanto il settore turistico è in continua evoluzione e richiede costante aggiornamento. Ringrazia infine i relatori e i partecipanti per il lavoro svolto.

Isabel Elmi, Fondazione Bologna Welcome, introduce Federica Degli Esposti, nuova referente territoriale per l'Area Imolese, che si presenta al Tavolo accennando alle potenzialità per il territorio espresse dal sistema turistico.

Successivamente, Isabel Elmi saluta Gabriele Meluzzi, sindaco di Fontanelice e delegato al turismo del Circondario Imolese, e passa la parola a Claudia Capelli.

#### **1. Condivisione bozza PPCT 2026**

Claudia Capelli, Fondazione Bologna Welcome, presenta un estratto della bozza del PPCT 2026, illustrando gli obiettivi e le azioni del Programma di Promo-Commercializzazione Turistica per il Territorio Turistico Bologna-Modena. Sottolinea come il programma sia elaborato con le DMO territoriali e i tavoli di confronto, e come sia distinto dal Programma PTPL, dedicato invece alla promozione turistica locale.

Capelli apre con una panoramica sui dati, che evidenziano l'andamento turistico positivo del primo semestre 2025 rispetto al 2024, con arrivi in crescita omogenea sia nel capoluogo sia nell'area metropolitana, quest'ultima in aumento persino maggiore (+9% contro +7%). Tale dato conferma la validità dell'approccio differenziato e orientato alla destagionalizzazione, volto a valorizzare le specificità dei diversi sub-ambiti locali, che si intende rafforzare nel 2026.

Viene presentato inoltre il quadro dei mercati target, con particolare attenzione alla bilanciata presenza di turisti italiani e stranieri, e all'importanza dei mercati internazionali, tra i quali spiccano soprattutto Germania, Regno Unito, Spagna, Polonia, Francia e Stati Uniti, questi ultimi indicati come mercato strategico prioritario con specifiche azioni dedicate.

Francesco Palmieri, Fondazione Bologna Welcome – Coordinatore progetto eXtraBO, interviene illustrando il quadro di riferimento dei prodotti turistici e delle strategie di commercializzazione per il territorio Bologna-Modena e in particolare per l'Area Imolese. Palmieri presenta i principali cluster di prodotto:

- **Cultura:** valorizzazione dei borghi, ville, rocche e castelli; inclusione dei teatri e degli eventi musicali locali; promozione di iniziative sia di lunga durata sia giornaliere, come i format "City Break" e il format *Alla scoperta di Ville e castelli*.
- **Food & Wine:** promozione di esperienze enogastronomiche continuative durante l'anno, collaborazione con produttori locali e attenzione alla fruibilità anche senza mezzo privato.
- **Speciale Motorsport:** valorizzazione dell'Autodromo di Imola, in particolare per eventi, incentive e team building aziendali.
- **Outdoor Active & Slow:** sviluppo di cammini, ciclovie e percorsi naturalistici legati a benessere e natura; vengono citati progetti come il ciclobrevetto e i cammini locali (Cammino di Sant'Antonio, Via dei Gessi e dei Calanchi). Palmieri evidenzia la necessità di curare servizi infrastrutturali adeguati al fine di garantire la fruizione dei percorsi.
- **Sport e MICE:** promozione di eventi sportivi, congressi e iniziative aziendali tramite il supporto del Convention Bureau, sempre i capo a Bologna Welcome.

Giovanni Arata, Fondazione Bologna Welcome - Responsabile comunicazione, illustra le strategie di comunicazione e promozione integrate previste dal PPCT2026:

- Approccio "full funnel" che accompagna il visitatore dall'ispirazione alla prenotazione delle esperienze.
- Declinazione dell'immagine coordinata del Territorio Turistico Bologna-Modena su vari strumenti e tematismi (fiere, siti web, social, materiali promozionali).
- Accoglienza di creator, influencer e giornalisti: porta l'esempio di Catherine McQueen come ospite per il segmento family.
- Gestione dell'ecosistema digitale e delle community territoriali, con focus su turismo Imolese, per promuovere contenuti locali e aumentarne la visibilità.
- E-commerce: sviluppo di un marketplace integrato per acquistare esperienze turistiche, con l'obiettivo di prolungare la permanenza dei turisti e incrementare la ricchezza lasciata sul territorio.
- Campagne promozionali nazionali e digital advertising a supporto di eventi ed esperienze locali.
- Promozione attiva del territorio: visibilità alle iniziative già esistenti e individuazione di nuovi soggetti in grado di proporre esperienze turistiche.

Palmieri e Arata evidenziano come le strategie siano finalizzate a rafforzare la collaborazione pubblico-privato e a valorizzare le potenzialità turistiche dell'Area Imolese, integrandola all'interno della destinazione turistica Bologna-Modena.

Francesco Palmieri illustra la parte del PPCT26 relativa alla promo-commercializzazione turistica, evidenziando tre punti principali:

1. **Sviluppo prodotti:** viene dedicato un budget specifico per avviare nuove esperienze turistiche nei singoli territori, favorendo la crescita e la diversificazione dell'offerta. Palmieri cita esempi concreti: un tour del centro storico di Imola, integrabile con itinerari active come il ciclo brevetto e outdoor con visite ad altri borghi locali.
2. **Fam Trip:** organizzazione di esperienze dedicate ai tour operator, permettendo loro di testare direttamente i prodotti turistici sul territorio. L'obiettivo è facilitare l'inserimento delle esperienze nei cataloghi degli operatori e incentivarne così la vendita. Palmieri sottolinea l'importanza di questo approccio per creare familiarità e relazioni tra operatori e territorio.
3. **Eventi di settore:** partecipazione a workshop, fiere e altri eventi, come da calendario incluso nel piano di promo-commercializzazione. Palmieri specifica, inoltre, che alcune fiere (Helsinki, Parigi, Fiera dei grandi cammini a Milano) non presenti nel calendario sono finanziate tramite altre fonti e saranno incluse nel piano annuale di eXtraBO, che sarà discusso con i capifila del progetto e consegnato entro fine novembre. Oltre a questo, precisa che le altre attività fieristiche rimangono sostanzialmente simili a quelle degli anni precedenti, con due piccole novità: Adventure Travel Show (Londra), nuovo evento dedicato al turismo sportivo, naturalistico, avventuroso ed enogastronomico, in sostituzione della partecipazione alla WTM di Londra; e AGRI Travel, fiera dei territori di Bergamo, spostata da marzo a novembre.

Palmieri conclude evidenziando la disponibilità di Fondazione Bologna Welcome a collaborare con il territorio per sviluppare nuove progettualità e rafforzare la commercializzazione delle esperienze turistiche locali e offre la disponibilità ad approfondimenti su eventuali domande.

Claudia Capelli illustra le modalità di partecipazione dei privati alla programmazione 2026. L'adesione avviene comunicando il cluster di riferimento dell'attività, tra i 4 previsti: Cultura, Outdoor Active&Slow, Food & Wine e Special Interest Motori. La partecipazione consente il coinvolgimento nelle fasi di analisi, programmazione e attuazione delle azioni, l'accesso gratuito alla banca immagini del territorio e a studi, analisi e report informativi, oltre a costituire requisito per l'accesso ai bandi regionali di co-marketing turistico e alle fiere APT con tariffe agevolate. La quota di partecipazione rimane pari a 300€, invariata negli ultimi anni.

Alessia Fontana, Comune di Borgo Tossignano, interviene chiedendo chiarimenti sulle esperienze di cicloturismo nell'area collinare imolese e sull'inclusione del proprio territorio nello sviluppo dei pacchetti turistici.

Francesco Palmieri risponde che le iniziative cicloturistiche, come il progetto "Ciclo Brevetto", includono tutta l'area collinare, compreso il territorio di Borgo Tossignano, e conferma l'intenzione di sviluppare ulteriormente le attività sul territorio imolese, anche con incontri dedicati per il 2026. Risponde inoltre sul tema dei pacchetti turistici, sottolineando che le strategie sviluppate riguardano tutto il territorio vasto, ma prevedono adattamenti e approfondimenti specifici per ciascun sub-ambito.

Stanzani interviene sottolineando l'importanza del confronto continuo tra Bologna Welcome, il territorio e gli operatori privati. Sottolinea come il Tavolo turistico possa essere riattivato almeno un paio di volte all'anno al di fuori dei momenti formali, per mantenere viva l'interlocuzione e favorire lo scambio di idee su tematiche operative come cicloturismo, nuovi cammini, itinerari culturali o valorizzazione di Parchi. Propone incontri sia in presenza che sul territorio entro fine anno o all'inizio del prossimo, con l'obiettivo di raccogliere suggerimenti dai partecipanti sulle iniziative turistiche da sviluppare.

Isabel Elmi conclude la parte di interventi, precisando che la scaletta prosegue con la presentazione di Michelangelo Stanzani sulle modifiche ai criteri IAT e ai criteri dell'avviso PTPL, riservando uno spazio finale per ulteriori domande.

## **2. Presentazione modifiche ai criteri IAT e ai criteri dell'Avviso PTPL**

Michelangelo Stanzani, Direttore del Territorio Turistico, illustra due novità relative agli uffici di informazione turistica e al loro finanziamento su PTPL. Da un lato c'è la possibilità di un intervento correttivo della Regione sulle percentuali di finanziamento, volto a riequilibrare la distribuzione dei contributi tra uffici tradizionali e innovativi. Se questa modifica ai criteri interverrà in tempi utili, sarà recepita nel bando in uscita entro metà ottobre.

Una seconda novità riguarda la semplificazione dei criteri per la concessione dei contributi. In particolare, sul PTPL 2026 si intende eliminare l'obbligo di presentare i progetti degli uffici di informazione turistica attraverso gli uffici HUB capofila, permettendo ai singoli Comuni di presentare domanda direttamente per i loro uffici turistici. L'obiettivo è ridurre gli oneri amministrativi e concentrare le risorse sulla premiazione di progetti realmente collaborativi tra uffici, valorizzando la progettazione sovracomunale a livello di contenuti.

Federica Degli Esposti interviene esprimendo soddisfazione per le modifiche previste al bando PTPL, sottolineando che per alcune strutture, come lo IAT di Dozza e la Welcome Room, il passaggio tramite capofila risultava ridondante, comportando oneri amministrativi aggiuntivi per la presentazione della domanda e la gestione dei fondi.

Stanzani conferma che il passaggio tramite capofila verrà eliminato, poiché si tratta di un adempimento formale che non apporta benefici concreti. Sottolinea che l'obiettivo è rendere la collaborazione tra uffici attiva e significativa, evitando formalità inutili e concentrandosi su progetti integrativi reali.

Elmi ricorda che il confronto rimane aperto anche nella giornata successiva per inviare eventuali segnalazioni o proposte di integrazione alla bozza del PPCT 2026.

Stanzani invita i partecipanti a segnalare eventuali punti di interesse specifici del territorio, come eventi locali o manifestazioni.

La riunione si conclude con i ringraziamenti da parte di tutti i partecipanti.