

## VERBALE TAVOLO APPENNINO 12/10/2021

Inizio: 09.00

Fine: 11.00

Partecipanti: 44

Referente di Bologna Welcome per il Tavolo: Giada Pagani

Coordinatore del Tavolo: Marco Tamarri

ODG:

- PPCT 2022
- PTPL 2022
- Varie ed eventuali

### **Giovanna Trombetti**

Introduco con grande soddisfazione la prima tappa di un percorso che abbiamo costruito insieme al territorio di Modena: la Città metropolitana di Bologna e il territorio di Modena diventano Territorio turistico unico Bologna-Modena, avviando la costituzione del tavolo di concertazione e della cabina di Regia secondo quanto previsto dalle recenti modifiche alla legge regionale 4 del 2016 in materia di promozione turistica. Insieme abbiamo costruito i sistemi di governance. Si conferma il modello che lo sviluppo turistico si basi sulla valorizzazione dei nostri territori, Pianura, area Imolese, Appennino con percorsi, cammini, il tema del bianco, le ciclovie per aumentare l'efficacia della nostra strategia turistica con Modena. Abbiamo stimato il peso dei due sistemi turistici: il 30% per il territorio di Modena e il 70% per il territorio di Bologna. Abbiamo davanti un periodo di progettazione.

### **Michelangelo Stanzani**

Esiste una sinergia tra il territorio turistico di Bologna e quello di Modena. All'interno di questo ambito ci muoveremo per la programmazione turistica dei prossimi anni. Non si lavorerà più su alcuni prodotti comuni, ma si costruirà un programma comune per entrambi i territori che si articolerà in diversi progetti. È stata data alla Città Metropolitana di Bologna e alla Provincia di Modena la possibilità di lavorare insieme in maniera organica al Programma di Promo-Commercializzazione Turistica (PPCT). Il Consiglio metropolitano del 28 luglio 2021 conferma la volontà della Città Metropolitana, in funzione della Destinazione Turistica, di aderire al nuovo territorio turistico Bologna-Modena, approvando i seguenti indirizzi:

- Governance coerente: assicurare criteri di consistenza e di rappresentatività turistica nella composizione del tavolo di concertazione e della cabina di regia
- Investimento equilibrato: individuare regole che impegnino gli enti a un equilibrato investimento di risorse umane e strumentali
- Focalizzazione delle risorse bolognesi: garantire la focalizzazione delle risorse provenienti da istituzioni e soggetti del territorio bolognese su azioni di promo-commercializzazione sul territorio metropolitano di Bologna
- Risorse aggiuntive: assicurare le condizioni tecniche e finanziarie per la programmazione delle nuove azioni di promozione turistica per il 2022
- Fase transitoria: definizione di una fase transitoria del PTPL in modalità separate, funzionale alla creazione delle migliori condizioni tecniche per la successiva programmazione integrata.



Lo strumento che il territorio turistico Bologna-Modena ha a disposizione per delineare la propria programmazione turistica si basa sugli asset:

- Programma annuale delle attività turistiche (documento che identifica le strategie e le azioni di promozione e promo-commercializzazione volte a valorizzare il territorio di riferimento in chiave turistica)
- Emendamento alla LR 4/2016 con l'art.12 bis che prevede di attuare congiuntamente il programma annuale delle attività turistiche per la valorizzazione dei territori di Bologna e Modena
- DGR 1372 del 6/9/2021 che approva le modalità per il finanziamento dei programmi annuali delle attività turistiche delle DT e del territorio turistico Bologna-Modena.

La scadenza del PTPL per la presentazione dei progetti è il 29 ottobre 2021.

### **Giovanni Arata**

La situazione attuale vede una maggiore corrispondenza con Modena, per questo noi seguiremo uno specifico indirizzo strategico che vede una gestione esecutiva svolta con lo stesso assetto organizzativo dell'anno 2021, lo sviluppo di un networking sui due ambiti territoriali attraverso i tavoli territoriali e la Consulta di Modena, l'azione di promo-commercializzazione effettuata grazie alle 2 DMO e la rimodulazione delle attività avvenuta a causa della pandemia.

### **Stefano d'Aquino**

Nel 2021 abbiamo registrato un tipo di turismo principalmente domestico con un'apertura al mercato internazionale di corto raggio (si tratta di stranieri che si spostano in treno o su gomma), le prenotazioni sono last second, il city travel si conferma un prodotto di forte appeal per il territorio Bologna-Modena, c'è una grande attenzione per le attività all'aria aperta, una tendenza che ci accompagnerà anche nel 2022. Bologna e Modena hanno puntato sulle peculiarità del territorio con iniziative di incentivazione per attirare la domanda. Altri fenomeni da considerare nella prossima programmazione strategica sono la nomina dei portici a patrimonio dell'umanità Unesco e la veloce ripresa del turismo legato al cibo e ai motori. In termini di dati abbiamo registrato che:

- I turisti francofoni si sono mostrati interessati a visitare Bologna e Modena in ambito outdoor
- Sono ripartiti gli eventi come il Festival della Filosofia che ha registrato 35mila presenze e gli eventi di carattere business come il Cersaie
- Abbiamo notato una tendenza positiva anche nei nostri punti informativi come ExtraBo.

Dal punto di vista strategico dobbiamo lavorare meglio sulla qualità dell'ospitalità, con un'accoglienza in lingua perché torneranno anche i turisti internazionali. Con Modenatur è stato condiviso un modus operandi su come costruire i prodotti turistici. È importante accogliere i turisti che effettivamente il territorio può accogliere: ecco in cosa consiste il concetto di sostenibilità. Per quanto riguarda il posizionamento che vogliamo raggiungere con il territorio di Modena, ci siamo concentrati sul tema della sicurezza. Il territorio deve essere percepito come autentico, esperienziale, sostenibile, responsabile, accessibile e tecnologico.

I concetti base su cui orientare l'operatività sono:

- Equilibrio: lo sviluppo turistico deve essere in armonia rispetto al tessuto socio-economico
  - Personalizzazione: si passa da una gestione di massa a una personalizzata, intercettando bisogni specifici
  - Sussidiarietà: le DMO non si sostituiscono all'imprenditoria privata ma la fanno emergere, le DMO coordinano e indicano le linee di prodotto ma poi sono i territori che devono mettere a terra le strategie.
- La crescita dell'offerta turistica segue due tipi di sviluppo, uno verticale legato ad un aumento della varietà dei prodotti disponibili e una orizzontale, legato all'ampliamento del territorio di riferimento Bologna-Modena, partendo dai temi trasversali. Abbiamo individuato con Modena 3 linee di prodotto: food and wine, outdoor active&slow e motori.

### **Francesca Soffici di Modenatur**



È emozionante essere presente a questo tavolo, perché con l'Appennino abbiamo una spinta maggiore. Siamo allineati su tutta la strategia e stiamo mettendo a terra le attività.

### **Marco Tamarri**

Dobbiamo mantenere i rapporti che abbiamo consolidato anche con il territorio modenese per valorizzare maggiormente le nostre strategie condivise. Abbiamo puntato su alcuni cammini che ci stanno dando grosse soddisfazioni anche grazie ad ExtraBo, come la Via degli Dei, la Via della Lana e della Seta, la Mater Dei, la Piccola Cassia, Flaminia Minor. Il prossimo anno sarà completamente dedicato alla Linea Gotica.

### **Michelangelo Stanzani**

Sul sito della Città Metropolitana si possono trovare tutti i dettagli relativi al PTPL:  
[https://www.cittametropolitana.bo.it/urp/Avvisi\\_e\\_concorsi/Avvisi/PTPL\\_2022](https://www.cittametropolitana.bo.it/urp/Avvisi_e_concorsi/Avvisi/PTPL_2022)

### **Stefano D'Aquino**

Nei prossimi giorni saremo al TTG di Rimini: è una notizia positiva perché stanno riprendendo gli appuntamenti in presenza dove potremo promo-commercializzare le proposte della DT. Le prossime fiere in programma saranno a Londra, Stoccolma e Copenaghen.

### **Tamarri**

Stiamo lavorando ad un progetto dedicato al tema della disabilità che presenteremo prima di Natale. Partiamo con le domande se ci sono.

### **Mauro Picchioni**

Come sono andate le attività di Smacker-Colbus?

### **Tamarri**

Non abbiamo avuto numeri positivi. Stiamo facendo una riflessione sui prossimi passi da compiere, anche se sicuramente il programma invernale verrà realizzato.

### **Giovanni Arata**

Per quanto riguarda il TTG segnalo che quest'anno nello stand della Regione Emilia Romagna l'allestimento sarà dedicato interamente al tema del cineturismo, perché la DT si è mossa su questo con una campagna che ha coinvolto Stefano Accorsi. Il progetto coinvolge anche l'Appennino, toccando i luoghi dedicati al cinema. Segnalo che è importante avere sempre più materiale cartaceo da portare in fiera, negli eventi e da distribuire nei nostri punti informativi come ExtraBo. Per quanto riguarda le traduzioni, se i Comuni hanno bisogno di tradurre i contenuti, Bologna Welcome può provvedere alla traduzione perché è un'esigenza della DT.

### **Stefano d'Aquino**

Adesso che riprendono le fiere in presenza dobbiamo portare del materiale cartaceo, invece dove ci sono gli operatori è meglio puntare sul digitale.



### **Roberta Moretti**

Abbiamo partecipato al Salone del Camper che ha registrato 100mila visitatori. Segnalo che ci hanno chiesto del materiale per camminare e per spostarsi a piedi perché parcheggiano il camper e vanno in giro per il territorio. Sono d'accordo per portare in fiera materiale visivo, penso che sia un buon modo per fare conoscere i nostri territori: l'impatto visivo è importante in fiera. Consiglio un cartaceo per le fiere di massa e materiale digitale per le fiere più ad hoc. Abbiamo percepito una grande voglia di vivere le esperienze all'aperto: è un bisogno nuovo che nasce dopo la chiusura dovuta alla pandemia.

### **Corrado Bartolomei**

Sul tema Smacker-Colbus segnalo che l'Appennino ha il problema della mobilità pubblica, nei giorni festivi il mezzo pubblico è carente, quindi dobbiamo individuare delle soluzioni valide.

### **Tamarri**

Anche gli operatori turistici potrebbero stare al nostro fianco per sostenere questo progetto, ci deve essere una compartecipazione anche economica.

### **Francesco Palmieri**

Dobbiamo aumentare la disponibilità dei materiali perché c'è molta richiesta. Nei prossimi mesi aumenteremo i supporti all'interno di ExtraBo per i materiali nuovi.

### **Simona Zedda**

Abbiamo organizzato Itaca, nel corso della nostra attività abbiamo ricevuto molte richieste per permettere alle persone con disabilità di partecipare ad una mobilità turistica. Noi abbiamo la possibilità di mettere a sistema queste esperienze, ci piacerebbe lavorare meglio con ExtraBo e Bologna Welcome.

Per informazioni o chiarimenti:



**Giada Pagani**

M +39 3284527680

**Bologna Welcome DMC**

Piazza Nettuno 1, 40124 Bologna

[bolognawelcome.com](http://bolognawelcome.com)

**f t i in**