CITTÀ METROPOLITANA DI BOLOGNA

Destination is Bologna

Bologna Welcome

Tavolo della pianura bolognese 2019

Obiettivi e Strategie

IL PRIMO ANNO DEL TAVOLO/1

Nel suo primo anno di attività il Tavolo turistico della Pianura Bolognese ha terminato la sua fase di rodaggio.

In particolare nel corso del 2018:

- è stato completato l'iter amministrativo relativo al protocollo d'intesa con l'**adesione di tutti i comuni del territorio**,
- è stato consolidato il **gruppo di lavoro**,
- si è proceduto a una **prima mappatura** dei luoghi di interesse dell'area.

IL PRIMO ANNO DEL TAVOLO/2

- Ad aprile è stata individuata attraverso bando una **DMO (Destination Management Organization)** per l'area metropolitana di Bologna, Bologna Welcome, che ha iniziato a collaborare con il Tavolo, individuando in esso il luogo strategico principale attraverso cui far crescere l'offerta turistica del territorio.
- Con il primo anno di rodaggio il Tavolo è entrato in **rete con i soggetti che si occupano di turismo a vari livelli**, i quali hanno chiesto l'aiuto del Tavolo per diverse richieste. Nel corso del 2019 sarà possibile calendarizzare questi interventi così da rispondere più efficacemente.
- Il **2019** sarà un anno di **consolidamento** delle attività intraprese nel 2018, vedrà **mettere in pratica i primi progetti**, continuerà nell'obiettivo di creare rete tra gli operatori turistici del territorio.

OBIETTIVI/1

// OBIETTIVI ORGANIZZATIVI E DI SVILUPPO INTERNO/1

- **Ampliare la rete** di contatti del Tavolo, con particolare attenzione alle realtà già presenti sul territorio, allo scopo di potenziare ulteriormente l'offerta di prodotti turistici
- Lasciare spazio alla condivisione dei progetti già avviati per **creare sinergie**

OBIETTIVI/1

// OBIETTIVI ORGANIZZATIVI E DI SVILUPPO INTERNO/2

- Rinforzare il contatto con la Destinazione turistica; a tal proposito è stato chiesto al Tavolo di diventare **referente unico per la raccolta di informazioni e per la valutazione/supporto di progetti sul territorio**
- Organizzare **incontri formativi** in base alle esigenze del Tavolo

OBIETTIVI/2
// OBIETTIVI DI MERCATO E MARKETING

1. definire **target** e mercati di interesse anche a partire dalle esperienze già in atto
2. approfondire il tema dell'**identità turistica** della pianura bolognese
3. lavorare sui primi **tre macrotemi** individuati:

- Musica (nel 2019 Festival Internazionale ocarina)
- Arte, cultura e borghi
- Natura, acque e cicloturismo

STRATEGIE/1

- **Calendarizzare** a inizio anno gli interventi annuali fissi del Tavolo (Promenade, PTPL, Piano Operativo Destinazione, Fiere, Bologna Estate Metropolitana, analisi dei dati turistici…)
- Incentivare il **dialogo interno** al tavolo per la condivisione e **co-progettazione** di eventuali esperienze turistiche compatibili già in essere

STRATEGIE/2

- Migliorare il processo di **raccolta di informazioni turistiche** per le richieste della DMO, APT o eventuali altri soggetti
- Ottimizzare gli strumenti di **comunicazione turistica verso l'esterno** (sia intermediari che turisti) o svilupparne di nuovi
- Ottimizzare la **comunicazione istituzionale** del tavolo
- **Raccogliere le problematiche** del territorio (es: mobilità, accessibilità ai luoghi di interesse) e proporre soluzioni

ATTIVITÁ/1

- **Raccogliere periodicamente informazioni** dal territorio su eventi / proposte
- Presentare **dati statistici** sul turismo in pianura
- Collaborare alla strutturazione di **nuovi servizi turistici** e di **pacchetti**
- Continuare la **mappatura** dei luoghi e delle esperienze turistiche esistenti, utilizzare la mappa per valutare nuovi pacchetti
- Organizzare almeno un **press tour**. Bologna Welcome si è resa disponibile per supportarci
- Definire una **carta dei servizi** di pianura

ATTIVITÁ/2

- Presentare il **bando PTPL** al Tavolo, fornire eventuale supporto ai nuovi progetti, seguire l'evoluzione dei progetti finanziati dal bando precedente
- Raccogliere i **materiali cartacei** promozionali già esistenti
- Organizzare incontri di **formazione** (ad es: costruzione pacchetti turistici, organizzazione eventi, promozione, etc…)
- **Coordinare/stimolare l'intervento dei privati** quali strutture ricettive, tour operator nell'offerta turistica della pianura
- Affrontare il tema dei **punti informativi** in pianura
- Analisi di **mobilità** e accessibilità ai luoghi di interesse

STRUMENTI

1. siti web turistici esistenti
2. mappatura della pianura

RISORSE

1. PTPL (Programma Turistico di Promozione Locale)
2. Bando Bologna Estate Metropolitana
3. supporto DMO
4. altri progetti su finanziamenti specifici/tematici

TEMPISTICHE

Per rendere più efficaci i lavori del Tavolo e permettere una maggiore programmazione, proponiamo di condividere un calendario di massima già a inizio 2019, organizzato attorno agli interventi fissi:

1) **gennaio-aprile**: bando Bologna Estate Metropolitana, carta dei servizi, Promenade primavera-estate, Festival dell'ocarina (pacchetto e press tour), presentazione dati turismo in pianura 2018, formazione
2) **aprile-agosto**: PTPL, formazione, materiali cartacei, Bologna Estate Metropolitana
3) **giugno-ottobre**: piano promo-commercializzazione destinazione turistica 2020, promenade autunno-inverno, pacchetti, formazione
4) **ottobre-dicembre**: punto lavori e definizione interventi da implementare nel 2020