

TAVOLO DELLA PIANURA BOLOGNESE

progettiamo insieme
la promozione turistica
del nostro territorio

TAVOLO DELLA PIANURA

17/04/19, T9, #PTPL2020

Palazzo de' Notai, via D'Azeglio 4 – Bologna

Partecipanti: Matteo Lepore (Assessore del Comune di Bologna e Presidente della Destinazione) Stefano Gottardi (Unione Reno Galliera) e Andrea Marino (Città Metropolitana di Bologna), referenti del tavolo. Giovanna Trombetti (Città Metropolitana di Bologna), Maurizio Mazzanti (Comune di Budrio, sindaco), Mauro Taddia (Assessore Comune di Argelato), Renzo Toni (Fiab Castenaso), Manuele Giannini (Comune di Budrio), Giorgia Loi e Marilisa Mainardi (Associazione Diciottoetrenta), Giulia Albertazzi (Museo della Civiltà contadina), Giuliana Minarelli (Unione Reno Galliera), Alessia Branchi (Associazione 8cento), Mauro Fizzoni (Associazione Orizzonti di pianura), Arianna Casini (Gelato Museum Carpigiani), Micol Maestrini e Riccardo Collina (Centergross), Irene Checchi (Emilbanca), Tiziana Cardea (Ristorante Villa San Donino – Argelato), Patrizia Minghetti e Stefania Menghi (Ufficio Unico Destinazione turistica), Valentina Cavalli, Alice Brignani, Vittoria Donini, Michele Pastore, Stefano D'Aquino e Giovanni Arata (Bologna Welcome)

Introduce Andrea Marino coordinatore del tavolo riassumendo l'ordine del giorno dell'incontro, lasciando poi la parola a **Matteo Lepore**, Assessore alla Cultura del Comune di Bologna e Presidente della destinazione.

Lepore sottolinea come il tavolo sia ospitato a Palazzo dei Notai, immobile che è stato in parte assegnato a Bologna Welcome tramite bando per lo svolgimento delle proprie attività lavorative e che in futuro verrà spesso utilizzato per incontri legati al turismo. Bologna Welcome negli anni è diventata sempre più strutturata ed ora può contare su una sessantina di addetti e con una sempre maggiore dimensione metropolitana. L'introduzione della tassa di soggiorno ha dato inizio ad un lungo percorso in campo del turismo, con l'apertura di nuove attività. In pianura il percorso è all'inizio, e l'intento è quello di rafforzare la collaborazione con i privati per promuovere il territorio, condividendo i metodi di lavoro. Viene mostrato il video della Destinazione realizzato in occasione della presentazione della destinazione Bologna-Modena, binomio sul quale Lepore ammette aver avuto diverse perplessità iniziali, ma che si è invece rivelata una scelta giusta. Anni fa era stato prodotto il video “Bologna in a day” che raccontava solo la città, questo nuovo video invece racconta due città che diventano una agli occhi di chi lo guarda. Vengono mostrati non solo monumenti, cibo, storia, motori, ma anche laghi, oasi naturali: un territorio che racconta un'esperienza di vita quotidiana di più di un milione di abitanti. In pochi chilometri ci sono realtà varie e uniche: Lamborghini, Ducati, aceto balsamico tanto per citarne alcune, brand conosciuti nel mondo più delle stesse città in cui sono nati. Modena più di Bologna ha saputo legare il proprio nome a dei brand: Pavarotti, Ferrari, mentre Bologna veniva meno associata alle proprie eccellenze. Un esempio significativo: la Ducati nella comunicazione esterna era descritta come la “Rossa di Borgo Panigale”, nessuno aveva mai pensato ad una strategia di co-marketing con Bologna. Occorre pertanto impostare il lavoro in questa direzione per creare una nuova modalità, capire come Bologna capoluogo possa dare una mano al proprio territorio a sfruttare al meglio le potenzialità. La soddisfazione dei turisti cresce proporzionalmente ai giorni di permanenza: da 1 giorno di permanenza media di qualche anno fa siamo passati a 2,3 che per una città è un ottimo indicatore. L'aeroporto, l'Alta Velocità portano turisti che occorre fare restare nel territorio. Il paesaggio stesso deve diventare un'attrattiva: il bando di Bologna Estate ha questo scopo: creare motivi di visita sia per i turisti sia per i cittadini. A breve usciranno gli esiti del bando di quest'anno, le proposte sono

TAVOLO DELLA PIANURA BOLOGNESE

progettiamo insieme
la promozione turistica
del nostro territorio

state molte e interessanti. Un elemento chiave è unire la cultura e il paesaggio e anche in pianura ci sono interessanti possibilità. Ad esempio la Ciclovía del Navile da percorrere a piedi o in bicicletta: un percorso molto interessante sia dal punto di vista industriale sia da quello agricolo e paesaggistico.

È un prodotto che va creato e venduto e i servizi devono essere di qualità perché oggi la reputazione è fondamentale. Per fare ciò possono aiutare da un punto di vista economico i fondi regionali, il PTPL e gli investimenti in questa direzione del Comune capoluogo.

Con la collaborazione degli operatori del territorio si deve arrivare a un rapporto di reciproca soddisfazione. Insieme a Bologna Welcome negli anni si è costruita una rete internazionale di visibilità che ha permesso di non pagare gli spazi per essere inseriti nelle riviste specializzate o in quelle on-line e questo grazie a contenuti originali e di qualità proposti.

Nel concludere, l'Assessore sottolinea la necessità di un dialogo continuo fra tutti gli attori per capire come proseguire al meglio in questo percorso per i restanti due anni di amministrazione. La parola passa a **Giovanna Trombetti**, Responsabile della Destinazione Turistica, che illustra il PTPL 2020 – Programma Turistico di Promozione Locale -, strumento messo a disposizione per attuare la strategia di promozione turistica. La Destinazione lavora su risorse regionali: le Linee strategiche pluriennali e il Piano di Promocommercializzazione. A queste risorse si aggiungono quelle della Camera di Commercio e del Comune di Bologna grazie alla tassa di soggiorno.

Il PTPL presentato è quello per il 2020 e si divide in due Filoni, il primo riguarda gli IAT e gli UIT (che non sono presenti nel territorio di pianura), il secondo riguarda il supporto a progetti di interesse locale. Lo scopo del PTPL è aumentare le presenze turistiche e la permanenza sul territorio, destagionalizzare i flussi turistici e, punto fondamentale, realizzare azioni complementari a quelle del comparto turistico in modo che le proposte possano essere trasformate in prodotti turistici veri e propri che possano essere commercializzati. I progetti approvati rientreranno nel cartellone di Bologna Estate in cui avranno grande visibilità. I progetti presentati all'interno del PTPL devono avere una dimensione sovracomunale e devono rafforzare la promocommercializzazione. Il Comitato di Indirizzo valuta i progetti in base ai criteri elencati nel bando al quale si rimanda per i dettagli. Si formulano graduatorie in base alle quali si ottengono i contributi. La scadenza è il 17 maggio prossimo. L'entità delle risorse regionali si saprà a gennaio 2020, ma verosimilmente si aggireranno a circa 400.000 euro – parte per filone 1 e parte per filone 2 -.

Stefano Gottardi illustra i 3 progetti di pianura legati al PTPL dello scorso anno che sono in fase di realizzazione.

Michele Pastore e **Valentina Cavalli** presentano il nuovo logo Destinazione Turistica per il cui utilizzo nelle varie versioni si rimanda al Manuale d'uso che verrà distribuito a breve.

Per il Festival dell'Ocarina **Manuele Giannini** traccia una breve storia dello strumento il cui nome in tutti i Paesi del mondo non è tradotto. Le attività non saranno limitate al solo paese di Budrio, ma si estenderanno a paesi limitrofi e a Bologna città grazie al tema della musica.

Bologna Welcome ha organizzato un press tour con 3 giornalisti britannici rappresentanti di testate specializzate.

L'associazione Diciottoetrenta ha organizzato un trekking urbano tematico con guida multilingue per scoprire le bellezze di Budrio e l'ocarina.

Gottardi parla di Trekking col treno in pianura, auspica collaborazione tra CAI e tavolo di pianura. Gli appuntamenti in pianura sono pochi, ma si auspica per l'anno prossimo di aumentarli.