

TAVOLO DELLA PIANURA BOLOGNESE

progettiamo insieme
la promozione turistica
del nostro territorio

PROGRAMMA OPERATIVO 2018

PREMESSA

- Essendo il cammino di questo Tavolo appena iniziato, la sua attività nel 2018 dovrà essere in parte dedicata al completamento dell'iter amministrativo relativo al protocollo d'intesa, al consolidamento del Tavolo, alla definizione di tempi e modalità di discussione-azione e alla mappatura delle esperienze esistenti. Non vogliamo ricominciare da zero, il Tavolo della Pianura è un luogo di sintesi, coordinamento e miglioramento dell'offerta turistica del territorio, non un luogo di riscrittura.
- Inoltre tra marzo e aprile 2018 sarà individuata una nuova DMO a livello metropolitano, soggetto unico che si occuperà di promo-commercializzazione integrata di Bologna metropolitana. La DMO collaborerà strettamente con il Tavolo e potrà fornire consulenza tecnica e supporto all'avvio o consolidamento di prodotti e pacchetti turistici.
- Si è quindi deciso, volutamente, di non entrare nel dettaglio degli interventi di promo-commercializzazione, ma piuttosto di fornire una cornice all'interno della quale lavorare anche insieme alla DMO.

OBIETTIVI

OBIETTIVI ORGANIZZATIVI E DI SVILUPPO INTERNO

Come premesso, gli obiettivi organizzativi e di sviluppo interno sono i più importanti in questa fase. Proposte:

- 1) creare e consolidare la rete del tavolo;
- 2) gettare le basi per una condivisione e eventuale co-progettazione degli interventi;
- 3) creare e rinforzare il contatto con la Destinazione turistica, sia in termini amministrativi (cdr e cdi) sia a livello operativo (DMO, etc); a tal proposito il tavolo (e il suo coordinamento) devono diventare il referente unico per la raccolta di informazioni turistiche necessarie al lavoro della DMO, ma anche di altre progettualità che mirano alla razionalizzazione della raccolta delle informazioni;
- 4) mappare l'esistente;
- 5) definire modalità di partecipazione degli operatori privati.

OBIETTIVI DI MERCATO E MARKETING

Come premesso, gli obiettivi di mercato e marketing saranno arricchiti e completati con il subentro operativo della nuova DMO. Proposte:

- 1) definizione target e mercati di interesse
- 2) definizione di un'identità turistica della pianura bolognese
- 3) definire almeno tre macrotemi su cui lavorare
- 4) sviluppare almeno un progetto pilota
- 5) valutare possibili sinergie con DT sui prodotti di punta (Paesaggio naturalistico e fruizione degli itinerari: trekking, biking, sportavventura, scoperta di storia, tradizioni, borghi, turismo della neve; Special Interest: Cultura, Motor Valley, Musica, Cinema, Food: Acetaie-Cantine-Caseifici, più sport e bleisure) e su prodotti trasversali di tutta la regione (Motor Valley, Food Valley e Wellness Valley, Città d'Arte, Appennino e Parchi naturali, oltre ai progetti specifici Bike Experience, Golf, Vacanza attiva, Progetto Family, Ceramic Land, La Via Emilia della Musica, Castelli e Dimore Storiche, prodotto MICE).
- 6) aumentare l'afflusso turistico?
- 7) iniziare a registrare con regolarità l'afflusso turistico?

STRATEGIE

- 1) ottimizzare gli strumenti di comunicazione interni al Tavolo
- 2) ottimizzare gli strumenti di comunicazione turistica verso l'esterno (sia intermediari che turisti) o svilupparne di nuovi
- 3) iniziare a ragionare sulla mobilità (viaria, trasporto pubblico, ciclistica) per l'accesso al territorio
- 4) iniziare a ragionare su come migliorare l'accessibilità ai luoghi di interesse (orari-gestioni-etc...)
- 5) mappare i luoghi e le esperienze turistiche esistenti
- 6) avviare il dialogo interno al tavolo per la condivisione e co-progettazione di eventuali esperienze turistiche compatibili già in essere
- 7) avviare il dialogo con i tavoli turistici dei territori limitrofi per creare sinergie (es: appennino, modena, ferrara?)

ATTIVITA'

- 1) ottimizzare la raccolta informazioni turistiche verso DMO, APT o eventuali altri soggetti
- 2) organizzare almeno un press tour con chi di competenza (DMO, APT...)
- 3) condivisione di un calendario di eventi di rilievo turistico locale / nazionale / internazionale
- 4) coordinamento su progetti specifici (es: Wiki Loves Monuments)
- 5) realizzare e condividere con tutto il tavolo la mappatura della pianura bolognese, da realizzarsi attraverso uno strumento pratico da consultare e aggiornabile (es: mappa interattiva)
- 6) partecipazione a fiere / workshop?

STRUMENTI

- 1) siti web turistici esistenti
- 2) mappatura della pianura bolognese

TEMPISTICHE

- 1) gennaio-aprile: consolidamento tavolo e rete, definizione identità, definizione priorità di intervento
- 2) aprile-agosto: collaborazione con DMO su analisi target e mercati, definizione primi ambiti dove lavorare,
- 3) settembre-dicembre: test primo/primi progetti pilota, punto lavori e definizione interventi da implementare nel 2019

RISORSE

- 1) PTPL (Programma Turistico di Promozione Locale)
- 2) supporto DMO
- 3) altri progetti su finanziamenti specifici/tematici