

**Verbale n. 02/2021 della Seduta del Consiglio di Amministrazione
venerdì 12 febbraio 2021**

L'anno duemilaventuno, il giorno 12 (dodici) del mese di Febbraio alle ore 09:00, previa osservanza di tutte le formalità previste dall'art. 10 dello Statuto, a seguito di convocazione regolarmente recapitata ai componenti mezzo posta elettronica certificata, si è riunito il Consiglio di Amministrazione della Destinazione Turistica "Emilia" (Province di Parma, Piacenza, Reggio Emilia).

- Vista la Delibera dell'Assemblea di Soci n. 5 del 14/12/2020 con la quale sono stati nominati i membri del Consiglio di Amministrazione di Emilia per il mandato 2021/2023 (3 membri per la Provincia di Parma, 3 membri per la Provincia di Piacenza e 3 membri per la Provincia di Reggio Emilia);
- Considerato che con il medesimo atto dell'Assemblea dei Soci n. 5 del 14/12/2020, è stato nominato tra i membri del CdA, il Presidente dell'Ente nella persona del dott. Cristiano Casa;

Il Consiglio di Amministrazione risulta così composto, ed oggi presenti:

Composizione CdA	Nome Cognome	Presenti
Parma	Cristiano Casa – Presidente	X
	Filippo Fritelli	X
	Claudio Moretti	X
Piacenza	Patrizia Barbieri	X
	Roberto Pasquali	
	Maria Rosa Zilli	X
Reggio Emilia	Annalisa Rabitti	X
	Enrico Bini	X
	Ivano Pavesi	X

E' presente inoltre il Coordinatore della Cabina di Regia, Dott. Stefano Cantoni, invitato permanente alle sedute del Consiglio di Amministrazione.

La seduta si svolge in video conferenza come previsto dai decreti in vigore per la prevenzione della diffusione del coronavirus:

In esecuzione dell'art. 10 dello Statuto e verificato il numero dei presenti, il Presidente Cristiano Casa avvia la seduta.

Il Presidente e i Consiglieri, riprendono la discussione di cui al punto 2 all'odg della seduta dello scorso 26 gennaio, relativa alla composizione della Cabina di Regia di Emilia e alla individuazione dei quattro rappresentanti del CdA.

Si conviene che saranno parte della Cabina di Regia:

- Cristiano Casa: Presidente della Cabina di Regia (come previsto dallo Statuto dell'Ente):
- Patrizia Barbieri
- Roberto Pasquali
- Enrico Bini
- Ivano Pavesi

E' inoltre necessario individuare i membri del CdA, che faranno parte della Cabina di Regia Regionale per la quale le Destinazioni Turistiche devono nominare:

1 membro in rappresentanza della Destinazione stessa

2 membri in rappresentanza degli Enti Locali

Il Consiglio conviene che saranno parte della Cabina di Regia Regionale:

- Cristiano Casa
- Patrizia Barbieri
- Annalisa Rabitti

Il Consiglio approva la composizione della Cabina di Regia di Emilia e della Cabina di Regia Regionale e da mandato al Direttore di comunicare alla Regione Emilia Romagna i membri designati nella composizione della Cabina di Regia Regionale.

Punto n. 1 all'odg: Scelta partner per l'individuazione della Brand Identity di Emilia

Come proposto dal Consiglio di Amministrazione nella seduta dello scorso 26/01, per il prossimo triennio Destinazione Turistica Emilia intende promuovere un nuovo messaggio identitario del territorio che potrà essere oggetto delle prossime campagne di comunicazione e declinato nei vari progetti che si intendono realizzare e promuovere. Il budget a disposizione per il servizio di ideazione della Brand Identity di Emilia è di circa € 48.000,00. Il messaggio che Emilia vuole trasmettere deve essere chiaro, univoco e richiamare all'esperienza che il nostro territorio può offrire; autentica, genuina e fuori dai consueti schemi di viaggio internazionale in Italia. E' necessario concentrare l'attenzione su un messaggio preciso che possa focalizzare l'attenzione del turista nei target e nei mercati individuati del nostro piano delle attività turistiche, e che sia in grado di veicolare le qualità di Emilia e ciò che la distingue. In particolare partendo da Food e Castelli.

Il direttore ha pertanto effettuato una ricerca di mercato per l'individuazione di un fornitore che possa proporre uno stile di comunicazione coerente e definito.

Dopo una attenta ricerca è stata ristretta l'attenzione a 5 soggetti e in base alle caratteristiche dagli stessi presentate, è stata stilata una graduatoria tecnica concentrando l'attenzione sui seguenti elementi:

1. Esperienza internazionale e svolgimento di campagne di successo;
2. Presenza sul mercato italiano e numero di addetti e sedi;
3. Esperienza nel settore Food ed in particolare conoscenza del territorio emiliano.

Analizzate le varie caratteristiche secondo i criteri sopra riportati e le esigenze specifiche di Emilia, è stato assegnato un punteggio massimo di 5 punti per ciascun criterio ad ognuna di esse, ed è

risultata con un punteggio più alto la società McCaNN che ha già lavorato per altre importanti realtà del territorio: ciò condurrebbe ad una campagna coerente e maggior efficacia nella comunicazione.

Il Consiglio condivide il percorso utilizzato per l'assegnazione del servizio volto all'individuazione di una brand identity del territorio di Emilia e da mandato al Direttore di provvedere all'assunzione degli atti necessari per affidare il servizio alla ditta McCann con il budget individuato dal CdA (16.000,00 euro annui per un totale di 48.000,00 euro)

Punto n. 2: Avvio procedura per la scelta degli strumenti adeguati per la realizzazione del piano di Comunicazione 2021;

Il Presidente riprende quanto già discusso e indicato durante la scorsa seduta del Cda: la comunicazione deve essere pianificata nel triennio e propone pertanto un piano spese per l'anno 2021 così ripartito:

Piano Spese 2021				
Voce di spesa	Capitolo Promozione del territorio	Capitolo Comunicazione e turistica	Capitolo Reti Turistiche	Capitolo Fiere, eventi eductour
Importo da programma 2021	151.000,00	150.000,00	120.000,00	60.000,00
<i>se si riducono fondi regionali</i>			<i>70.000,00</i>	
Individuazione Media Center per realizzazione campagna di comunicazione (Digital, Stampa, Co-marketing, Stazioni, banner, Social) da declinare sui tre prodotti di Emilia (Gara con manifestazione di interesse)		150.000,00		
Cartellonistica autostradale: 5 cartelli da posizionare all'inizio dei tratti autostradali (affidamento diretto)	38.000,00			
Agenzia Brand Identity : (per 3 anni) per 1 anno (ricerca di mercato)	48.000,00 16.000,00			
Promozione specializzata enogastronomia <i>Roberta Garibaldi:</i> propone un partenariato che prevede l'inserimento del logo di Emilia nel Rapporto sul turismo enogastronomico 2021, visibilità social e sui media, un incontro di formazione (affidamento diretto)	15.000,00			

Food Valley Fest: evento che diverrà il simbolo del nostro territorio e che dovrebbe partire nel mese di novembre 2021	30.000,00	
Realizzazione video e foto di Emilia: coerenti con il messaggio Brand Identity (Confronto preventivi)	20.000,00	
Partecipazione a Fiere (Affidamento diretto Fiere Locali)		30.000,00
Collaborazione per eventi locali e nazionali		15.000,00
(Affidamento diretto BuyER Borsa PO, Città d'arte) Eductour e presstour (Confronto tra preventivi)		15,000,00
Formazione per le reti, Gestione e adeguamento nuovo sito (Affidamento diretto e convenzione Regione)	25.000,00	
Promozione su stampa specializzata (Confronto tra preventivi)	21.000,00	
Analisi dati presenze e sentiment (Affidamento diretto)	24.000,00	

Il Consiglio esprime apprezzamento e approva all'unanimità le proposte di comunicazione esposte, e la scelta degli strumenti adeguati per la realizzazione del Piano di Comunicazione 2021.

Punto n. 3 all'odg: Comunicazione del Presidente sulla Cabina di Regia Regionale.

Il Presidente Casa, riferisce al Consiglio che lo scorso 28 gennaio si è svolta in videoconferenza la Cabina di Regia Regionale durante la quale l'Assessore Corsini ha illustrato i progetti di marketing e di promozione turistica di APT servizi (riferimento al "Piano per l'anno 2021" - già trasmesso ai sigg.ri Consiglieri), i Programmi di promocommercializzazione delle Destinazioni Turistiche per l'anno 2021, e la ripartizione dei budget finanziari per l'anno 2021.

Il Presidente nel corso della seduta ha avanzato alcune considerazioni che ha ritenuto poi di sottolineare con una lettera inviata all'Assessore Corsini e al Direttore di APT.

I temi portati all'attenzione sono i seguenti:

1. Il budget destinato alle Destinazioni per l'anno 2021, proposto e approvato in Cabina di Regia, riporta DTEmilìa all'importo di € 805.000,00, contro gli € 860.000,00 garantiti per l'anno 2019 e (con integrazione successiva) anche per l'annualità 2020. Si richiede pertanto la disponibilità per confermare quanto prima ad Emilia il medesimo budget di € 860.000,00 (importo già approvato in entrata nel Bilancio dal nostro Ente dall'Assemblea dei Soci).
2. In merito agli Eventi sportivi programmati per l'anno 2021 si invita all'attenzione per l'evento segnalato dalla Federazione Nazionale Ciclismo che si terrà a Fiorenzuola d'Arda (PC): Giro d'Italia di Hand Bike, per il quale è richiesto un sostegno economico di € 15.000,00;
3. Appennino: attività realizzate in concessione dal Gal del Ducato. Richiesta di integrazione da parte di APT servizi di alcune azioni di promozione per conto del GAL dell'Appennino Reggiano (mappe outdoor e sito Appennino Emilia). Si propone di anticipare 30.000,00 euro che verranno girati dal Gal Frignano Appennino Reggiano ad APT servizi quando verranno assegnate le risorse previste dal loro PAL.
4. Progetto MICE: si chiede di inserire anche Parma Piacenza e Reggio (o Destinazione nel suo complesso) oltre a Rimini e Bologna nelle modalità ritenute opportune.

5. Sport Commission: si chiede di rimanere aggiornati in merito al calendario eventi e funzionalità della stessa, al fine, sia di promuovere eventi che, di proporre iniziative proprie realizzate nel territorio di Emilia;
6. Via Francigena: In questo momento storico in cui i cammini ritornano al centro delle scelte possibili per un turismo naturale, spirituale, slow e di prossimità si segnala la necessità di un Focus speciale sulla Via Francigena, il cui tratto Emiliano è già molto frequentato, ma necessita di una valorizzazione specifica al pari del tratto toscano;
7. Progetto Food Valley Fest: specificare che si svolgerà in Emilia (Parma, Piacenza, Reggio Emilia).
8. Estero: si conferma l'interesse alla promozione di Emilia sui mercati di Svizzera e Francia e la disponibilità ad aderire anche a Fiere via Web per consentire anche ai tour operator aderenti ai programmi di Emilia, di partecipare.

Essere sempre presenti e compatti agli incontri programmatici con al Regione è importante: bisogna essere positivi e propositivi per potere ottenere dei buoni risultati. Conferma inoltre che in merito al budget destinato ad Emilia (inferiore rispetto alle precedenti annualità) ha già avuto risposte dall'Assessore Regionale che assicura una ulteriore assegnazione di € 50.000,00 in fase di assestamento di Bilancio.

Punto n. 4: Proposta di riaccertamento e re-imputazione dei residui 2020.

Il Direttore espone il tema tecnico della re-imputazione dei residui. E' necessario riportare dei valori del 2020 di risorse che causa pandemia non è stato possibile spendere, sul bilancio 2021. Saranno reimputati al 2021 € 176.000,00 della promocommercializzazione ed € 94.000,00 del PTPL. In merito al PTPL si tratta di un rapporto con la Regione ed Emilia che e non con gli Enti Locali per i quali resta un residuo 2020. I fondi del PTPL verranno definiti entro il 31 marzo termine per la rendicontazione dei Comuni. A questo si aggiunge la lista dei residui che hanno titolo giuridico per restare tali ed invece quelli che si propone di eliminare. L'elenco è allegato ad apposita Delibera di approvazione.

Il Consiglio approva all'unanimità la proposta di riaccertamento e di re-imputazione dei residui 2020.

Punto n. 5 Modifiche alle misure previste nel piano di Marketing per l'appennino di Emilia per il primo anno.

il Direttore riferisce in merito alle attività legate alla concessione del Gal del Ducato e viene mostrato il dettaglio delle risorse che Emilia dovrà utilizzare nel triennio 2020/2022. Nelle prossime settimane gli uffici attiveranno le procedure necessarie per l'assegnazione dei servizi previsti nel progetto in quanto entro il 30 giugno scadrà la prima annualità e dovranno essere già "battezzate" le risorse previste. Due sono le gare più rilevanti anche in termine di valore da attivare che riguardano sia la pubblicità che la partecipazione televisiva e la realizzazione del Portale Appennino.

Rispetto alla concessione iniziale si è reso necessario apportare delle piccole modifiche al piano finanziario (importo sotto al 10% perciò già previste) approvato, al fine di effettuare degli acquisti più equilibrati. Per l'acquisto di totem, era stata ipotizzata una spesa di € 7.000,00 che si sta rivelando insufficiente; si propone pertanto di utilizzare somme risultanti da altre voci che non sono realizzabili entro il 30/06 per rimodulare l'importo a disposizione.

Il direttore riferisce inoltre che le attività previste nella convenzione del Gal si stanno portando avanti con il supporto di PromoPA e che ci vede coinvolti nelle attività con 8 tavoli di vallata.

Il Consiglio approva all'unanimità la proposta di modifica e ripartizione dei fondi a valere sul progetto del Gal del Ducato.

Punto n. 6: Varie ed eventuali

Il Presidente riferisce l'intenzione di programmare con i Consiglieri incontri sui territori al fine di conoscere e apprendere cosa si sta realizzando e quali sono i progetti a cui fare riferimento per potere coordinare le attività di Emilia e fare momenti di approfondimento

Prendendo spunto dalla mappatura realizzata su tutto il tratto del fiume Po che va da Piacenza al Delta, il Presidente propone di realizzare, nell'ambito della rete Terme&Outdoor, un club di prodotto che metta insieme i servizi offerti dal territorio sul Po che va da Piacenza a Luzzara - ristoratori, servizi, porti, realtà culturali - creando appunto un prodotto che potrà essere comunicato e messo a disposizione dei nostri operatori.

A Parma, inoltre si sta realizzando il Club di Prodotto legato al cicloturismo, settore molto importante che nel 2019 ha portato in Italia oltre 55ml di visitatori e che vede il nostro territorio nel bacino di maggior attrattiva che si estende nelle regioni Emilia Romagna, Veneto e Lombardia. Il Presidente ribadisce l'opportunità che il club di prodotto possa estendersi sul tutto il territorio di Emilia.

Il Presidente della Destinazione Turistica Emilia ringrazia i presenti e chiude la seduta che termina alle ore 10:30

Verbale n. 02/2021 del 12 febbraio 2021

Il Presidente
Cristiano Casa
(firmato digitalmente)