



VISIT EMILIA / DIARIO DI BORDO N.4

In questo numero:

1. Serve tempra per questo viaggio
Pagina 1-2
2. Continua l'attività di formazione
Pagina 3-4
3. Progetto promozione Appennino
Pagina 5
4. Campagne FB IG e IGTV
Pagina 6
5. Cammini di Emilia
Pagina 7
6. Info utili on line
Pagina 8

1.SERVE TEMPRA PER QUESTO VIAGGIO

di Natalia Maramotti Presidente di DTEmilìa

L'emergenza Covid19 ha determinato conseguenze epocali, nel senso che segneranno un'epoca, sia dal punto di vista della salute che sotto il profilo economico sociale. In questa non rassicurante cornice possiamo dire che il sistema turistico, con le attività ad esso collegate, prima fra tutte la ristorazione, è stato il primo settore ad essere "congelato".

Nella nostra Emilia il turismo rappresenta il 12% del PIL con un numero di strutture ricettive pari all'11,7% dell'intera disponibilità regionale, in una confortante crescita progressiva fino al 2019. Purtroppo lo shock generato dal Covid è stato stimato, nel corso di una recente intervista dall'Assessore Corsini, in una perdita di Pil pari al 5%.

Non bisogna però farsi annichilire dal pessimismo. Il lavoro di Destinazione, da marzo in avanti, ha cercato con razionalità di favorire relazioni tra gli imprenditori della nostra area di competenza ossia le province di Parma, Piacenza e Reggio Emilia di organizzare via (...continua)

SERVE TEMPRAMENTE PER QUESTO VIAGGIO (CONTINUA DALLA PRIMA PAGINA)

web percorsi formativi capaci di dare suggerimenti per rileggere il futuro dell'accoglienza turistica e comprendere la necessità di proporre un "territorio" e non solo una singola attività.

Non abbiamo trascurato nemmeno la nostra presenza sui canali social di "visit emilia", cercando una relazione, a volte, per così dire, sentimentale con i futuri turisti e viaggiatori, a volte di servizio, in particolare ricordando che, pur in pieno lock down, i sapori di Emilia potevano essere gustati grazie alle tante imprese del nostro territorio che hanno fatto consegne a domicilio.

Abbiamo lavorato per unire le forze, come sempre si fa in particolare nei momenti di difficoltà, lo leggerete nell'intervento del Direttore Romersi che dà conto del lavoro di collaborazioni tra tante Istituzioni, a partire da Destinazione Turistica Emilia, per la promozione del nostro, bellissimo e non abbastanza conosciuto, Appennino; lo abbiamo fatto con gli operatori del settore termale perché riteniamo che la proposta di benessere che offre il termalismo si abbinai ai nostri altri prodotti turistici, in primo luogo la vacanza all'aria aperta, non meno di quella culturale o enogastronomica.

Abbiamo acceso i motori...come si dice in modo figurativo quando si sta per partire, per conseguire un altro obiettivo: la costruzione del prodotto turistico Natura e benessere.

Mai come oggi la richiesta di spazi aperti, di esperienze a contatto con la natura risulta significativa; partendo dal lavoro che abbiamo intrapreso in Appennino sarà quindi tutto il territorio, compreso il suggestivo ambiente naturale della pianura e del grande fiume PO a vederci attivi, grazie alla collaborazione con i Comuni soci, per il coinvolgimento di tanti operatori dell'accoglienza, della ristorazione, dei servizi di trasporto e dell'accompagnamento, senza dimenticare chi produce e vende i nostri strepitosi prodotti DOP.

Con il contributo della Cabina di Regia e dei nostri stakeholders il nostro compito è promuovere il nostro territorio, ma anche costruire reti, favorire la qualità delle prestazioni, con particolare attenzione alla sicurezza sanitaria, creare l'opportunità per i nostri tour operator di conoscere nuove imprese e "inventare" nuovi prodotti, sempre più "sartoriali" se è vero che, anche in fase pre Covid 19, nelle occasioni di confronto nazionali e internazionali sul turismo e le sue prospettive future è emersa sempre con maggiore forza la domanda dei turisti di costruire un contatto profondo con i luoghi, tanto da poter dire che i viaggi si baseranno sempre più sul perché visitare, piuttosto che sul cosa visitare.

La strada è in salita, ma siamo impegnati, entro le competenze di Destinazione, ad alleviarne la fatica. Non mi resta che augurare a tutti noi la tempra necessaria per questo viaggio.



2. CONTINUA L'ATTIVITÀ DI FORMAZIONE DI DESTINAZIONE TURISTICA EMILIA

Dall'inizio del lock down Destinazione Emilia ha scelto di restare vicino agli operatori turistici cogliendo l'opportunità di organizzare una serie di **incontri formativi on line** per trattare temi di interesse turistico con l'obiettivo di innalzare la qualità dell'accoglienza turistica del territorio emiliano. Il nostro auspicio è che gli operatori di Visit Emilia, alla ripartenza abbiano qualche strumento in più per sostenere e rilanciare la propria attività. La formazione ha anche favorito la conoscenza tra operatori e tra questi e Visit Emilia concretizzando sempre più il progetto di **fare rete** per la promozione turistica e il sostegno al territorio delle province di Parma, Piacenza e Reggio Emilia.

Ecco una breve relazione in merito agli incontri tenutisi tra i mesi di aprile e maggio 2020: il primo appuntamento dal titolo "Fare accoglienza turistica oggi. Cosa funziona e cosa no. Esempi pratici" è stato l'8 aprile (ripetuto il 9 aprile sia al mattino che al pomeriggio) con **Josep Ejarque**, professionista in Destination Management e Marketing politiche turistiche e sviluppo territoriale. I partecipanti sono stati 147.

La settimana successiva, il 15 e 16 aprile, **Carla Soffritti e Sara Montali**, ufficio stampa e social media di Visit Emilia, con il loro intervento "Social e New Media, come usarli al meglio" hanno fornito ai 144 partecipanti validi suggerimenti, opportunità e regole pratiche per l'utilizzo di Facebook e Instagram. A seguire il 22 e 23 aprile **Roberta Milano**, nota Travel and Tourism digital strategist, ha illustrato ai 135 partecipanti quali sono gli elementi che definiscono il turismo enogastronomico.

Il 29 aprile è la volta della Lezione Emiliana "La comunicazione nella cultura", in collaborazione con **Rai Radio3**.

Oltre ai seminari formativi Destinazione Turistica Emilia, in collaborazione con le Guide aderenti, ha dato la possibilità agli operatori turistici delle Reti di Prodotto, di colloquiare in **lingua inglese**. Sono state composte 5 classi per un totale di 6 lezioni, nel corso delle quali i "Dialoghi in inglese" hanno affrontato tematiche differenti. Nel corso delle conversazioni in inglese i 41 partecipanti sono stati piacevolmente coinvolti dalla professionalità e dalla disponibilità delle guide che hanno saputo creare un contesto informale e coinvolgente. Il 7 e 8 maggio sempre Josep Ejarque chiude questo primo ciclo formativo con un atteso intervento "Comportamenti del turista e regole per gli operatori: le sfide della ripresa", che ha visto la partecipazione di 147 operatori.



CONTINUA L'ATTIVITÀ DI FORMAZIONE DI DESTINAZIONE TURISTICA EMILIA

Nel mese di maggio l'attività continua con 8 incontri dedicati ai prodotti D.O.P. dell'area compresa tra Parma, Piacenza e Reggio Emilia, il calendario vede riuniti alcuni tra i maggiori esponenti della tradizione enogastronomica della Food Valley e rappresenta un'occasione unica per trarre spunti e discutere sulle opportunità future.

Mercoledì 13 e giovedì 14 maggio, si sono tenuti due seminari incentrati sul Consorzio del Formaggio **Parmigiano Reggiano** e sul Consorzio Tutela **Vini Colli di Parma**, curati rispettivamente da Iginò Morini e Maurizio Dodi. Gli incontri hanno visto l'adesione di circa 80 partecipanti e numerose sono state le domande e richieste di approfondimento alle quali i relatori hanno risposto con la consueta disponibilità e competenza.

Il tris di appuntamenti tra martedì 19 e giovedì 21 maggio vedrà Roberto Belli del Consorzio **Salumi Tipici Piacentini** (martedì 19), Claudio Loporati del Consorzio **Prosciutto di Parma** (mercoledì 20) e Andrea Bezzecchi del Consorzio Tutela **Aceto Balsamico Tradizionale di Reggio Emilia** (giovedì 21) affrontare nel dettaglio e approfondire le caratteristiche delle loro organizzazioni e prodotti di riferimento.

Saranno infine Marco Profumo del Consorzio Tutela **Vini dei Colli Piacentini**, Paolo Parisse del Consorzio Tutela **Grana Padano** e Massimo Spigaroli del Consorzio del **Culatello di Zibello** a chiudere il ciclo degli incontri di martedì 26, mercoledì 27 e giovedì 28 maggio. Tutti i futuri gli appuntamenti vedono già numerosi iscritti.

**I D.O.P. DI EMILIA
CONOSCIAMOLI MEGLIO**

MERCOLEDÌ 13 MAGGIO 16:00 – 17:00	CONSORZIO DEL FORMAGGIO PARMIGIANO REGGIANO IGINO MORINI
GIOVEDÌ 14 MAGGIO 16:00 – 17:00	CONSORZIO TUTELA VINI COLLI DI PARMA MAURIZIO DODI
MARTEDÌ 19 MAGGIO 16:00 – 17:00	CONSORZIO SALUMI TIPICI PIACENTINI ROBERTO BELLI
MERCOLEDÌ 20 MAGGIO 16:00 – 17:00	CONSORZIO PROSCIUTTO DI PARMA CLAUDIO LEPORATI
GIOVEDÌ 21 MAGGIO 16:00 – 17:00	CONSORZIO TUTELA ACETO BALSAMICO TRADIZIONALE DI REGGIO EMILIA ANDREA BEZZECCHI
MARTEDÌ 26 MAGGIO 16:00 – 17:00	CONSORZIO TUTELA VINI DEI COLLI PIACENTINI MARCO PROFUMO
MERCOLEDÌ 27 MAGGIO 16:00 – 17:00	CONSORZIO TUTELA GRANA PADANO PAOLO PARISSÉ
GIOVEDÌ 28 MAGGIO 16:00 – 17:00	CONSORZIO DEL CULATELLO DI ZIBELLO MASSIMO SPIGAROLI

PER INFORMAZIONI SCRIVERE A
RETITURISTICHE@VISITEMILIA.COM

EMILIA
FOOD & WINE

EMILIA
CULTURA & CASTELLI

3. PROGETTO PROMOZIONE APPENNINO

di Pierangelo Romersi Direttore DTEmilìa

Su iniziativa del Parco Emilia Occidentale, del Gal del Ducato e di Destinazione Emilia si è formato un coordinamento per la promozione dell'appennino di Emilia composto anche dal Parco Nazionale dell'Appennino Tosco-Emiliano, dalle Unioni dei Comuni dell'Appennino e dal Gal dell'Appennino Reggiano. La situazione portata da questo periodo di crisi ha fatto intravedere la possibilità di una riscoperta del nostro appennino come **luogo sicuro e riposante**, per un periodo di vacanza all'aperto che permetta di fare esperienze di **Outdoor e di relax** (Cammini, bike, trial, terme, fiumi, sport, buon cibo, ecc.) . Si è ritenuto pertanto di proporre come DTE una campagna straordinaria per promuovere l'appennino emiliano per le vacanze estive 2020 e questa si attuerà in particolare riferita ad un pubblico di prossimità... la pianura padana in primis ed in particolare il mercato interno di Emilia (social, carta stampata e radio). Già i primi dati di prenotazioni degli appartamenti nell'appennino vanno in questa direzione. Va rafforzata la comunicazione sia per le esperienze di escursionismo sia per sfruttare i buoni vacanza che partiranno dal 1 luglio con modalità in via di definizione.

link: <https://www.viagginews.com/2020/05/19/bonus-vacanze-2020-requisiti-richiedere/>



4. CAMPAGNE FB IG E IGTV

La comunicazione sui Social Network di Visit Emilia, in questo periodo senza eventi e appuntamenti, è diventata più **emozionale**. Abbiamo deciso di puntare sui protagonisti del territorio e delle reti di prodotto Food & Wine e Cultura & Castelli, sia per avvicinarci agli utenti raccontando **“le storie”** degli emiliani, sia per aiutare gli aderenti a promuoversi durante il periodo di chiusura forzata delle loro attività. Abbiamo racchiuso sotto gli Hashtag #voltiemiliani, #emiliaacasatua e #TasteEmilia, gli storytelling di rappresentanti di Parma, Piacenza e Reggio Emilia, con le attività che fanno consegne a domicilio e i racconti di attività enogastronomiche (aziende agricole e vinicole, ristoranti e gastronomie).

#voltiemiliani è una “rubrica” social che viene pubblicata ogni 15/20 giorni sulle pagine Facebook e Instagram di Visit Emilia. Si tratta con fotografie degli aderenti alle reti, ritratti all'interno di una “cornice” con scritto “Visit Emilia”.

#emiliaacasatua: la frequenza dei post dedicati al servizio di consegna a domicilio è settimanale. L'obiettivo è dare supporto alle aziende in difficoltà in questo momento storico decisamente critico per il lavoro. In genere il martedì pubblichiamo su Facebook e su Instagram un produttore/ristorante/rivenditore delle reti Food & Wine che fa consegne a domicilio, come sempre alternando le 3 province. Ogni giorno, pubblichiamo su Instagram anche 3 Stories tematiche (una di Parma, una di Piacenza e una di Reggio Emilia). Proprio il 18 maggio, giorno di possibile riapertura delle attività, abbiamo concluso il secondo ciclo di pubblicazioni: ad ogni aderente alle reti che fa servizio di delivery, sono state dedicate 2 Stories durante la fase di lock down.

#TasteEmilia è un'altra rubrica social, con cadenza settimanale, che racconta la passione dei protagonisti dell'universo food & wine di Visit Emilia. La pubblichiamo attraverso uno storytelling che narra storia e peculiarità dell'attività, accompagnato da un'immagine suggestiva e simbolica dell'azienda stessa.

Infine abbiamo ideato il nuovo progetto **#emiliasiamonoi**: video (della durata massima di 3 minuti) per il canale IGTV di Instagram che danno volto e voce agli aderenti alle reti e alla loro passione per il territorio. Sabato 16 maggio abbiamo pubblicato il primo video con lo Chef Mario Marini. Anche questa rubrica verrà pubblicata ogni 15/20 giorni.

Vi chiediamo di interagire con le nostre pagine Facebook e Instagram Visit Emilia: taggateci nei vostri post e, se vi va, condividete post e stories che pubblichiamo.



5. CAMMINI DI EMILIA

Sempre in ottica post lock down, Visit Emilia ha scelto di privilegiare nella sua comunicazione la fruizione del territorio tramite attività all'aria aperta come ad esempio la percorrenza dei **Cammini storici**.

Visit Emilia punta per la sua promozione quindi sul turismo lento, modalità ideale per godere del paesaggio, della gastronomia e delle tradizioni che caratterizzano, in particolare, il nostro Appennino e le nostre aree verdi.

In questo frangente particolare in cui il distanziamento sociale e la salubrità degli ambienti sono condizioni richieste e necessarie, il rilancio dei nostri Cammini ha preso in considerazione la **via Francigena**, la **Via degli Abati**, la **Via Matildica del Volto Santo** e la **via dei Linari**, tutti itinerari segnalati nel portale regionale.

L'attività ha compreso un comunicato stampa ad hoc, attività social e un numero dedicato della newsletter di Finestre sull'arte cui vi invitiamo ad iscrivervi al link <https://www.finestresullarte.info/newsletter-parma.php>



6. INFO UTILI ON LINE

- **Ripartiamo in sicurezza:** <http://www.regione.emilia-romagna.it/coronavirus>
- Assessore **Andrea Corsini:** la campagna promozionale TV dell'Emilia Romagna
 - comunicato stampa - http://www.regione.emilia-romagna.it/agenzia-di-informazione-e-comunicazione/ricerca-comunicati/@@comunicato_ricerca_dettaglio_view?codComunicato=94485
 - video - link: https://www.facebook.com/watch/live/?v=585106988771063&ref=watch_permalink



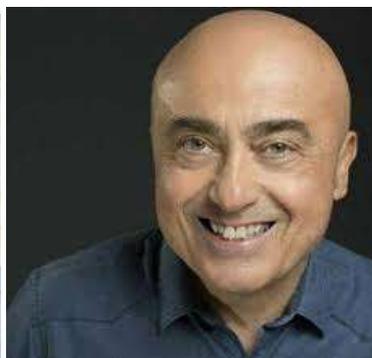
Andrea Corsini



Alberto Tomba



Stefano Accorsi



Paolo Cevoli

- Dal 27 aprile e ogni 15 giorni sarà pubblicato il **Bollettino Ufficiale ENIT** per supportare le imprese e le istituzioni nelle strategie turistiche on line. Le notizie riguarderanno il termometro Italia dalle sedi ENIT nel mondo, il monitoraggio delle prenotazioni aeroportuali internazionali, dei pernottamenti italiane e stranieri, della spesa turistica, dei focus sui mercati, degli strumenti europei per la ripresa, dell'ascolto dell'ecosistema digitale con benchmarking sui paesi competitor. Dal 7 maggio è on line il numero uno (il 27 aprile il numero zero), al link: <http://www.enit.it/it/pressroomonline/comunicati-stampa/3206-enit-turismo-coronavirus-epidemia-bollettino-zero-enit-mibact-dati-2020-aprile.html>
- <https://www.lagenziadiviaggi.it/ora-expedia-implementa-le-info-igienico-sanitarie-delle-strutture/>
- <https://www.lagenziadiviaggi.it/vacanze-post-covid-le-linee-guida-delleuropa/>