



VISIT EMILIA / DIARIO DI BORDO N.5

In questo numero:

1. Appunti di viaggio
Pagina 1-2

2. Lasciati abbracciare
dalla natura
Pagina 3

3. la Bassa protagonista
sul set
Pagina 4

4. Bonus vacanze
questo sconosciuto
Pagina 5

5. Webinar con Enit NY
Pagina 6

6. APT e la promozione
del prodotto termale

Pagina 7

1.APPUNTI DI VIAGGIO

di Natalia Maramotti, Presidente di DTEmilìa

Era il 20 maggio quando abbiamo diffuso il 4 diario di bordo, all'inizio della terza Fase dell'Era Covid.

In questi 2 mesi di intenso lavoro indirizzato a trasmettere l'idea che per fare un viaggio sorprendente non bisogna andare lontano, abbiamo avuto diverse occasioni per far parlare del nostro territorio e della funzione di Destinazione Turistica Emilia.

Fondazione Ora con il suo INNOVA TALK (innovatalk.it) ha dato spazio alle strategie di DTEmilìa per la ripresa post lock down, il periodico di attualità e cultura Stampa Reggiana, nel numero 5 uscito a giugno, tutto dedicato al turismo, ha accolto progetti e idee per il futuro di DTEmilìa; il primo luglio nella meravigliosa cornice dell'Oratorio di San Tiburzio a Parma Rai 5 ha dato spazio a Destinazione Emilia, alle prospettive per l'effetto sull'area dell'intera Destinazione originate dalla riconferma di Parma come Capitale Italiana della Cultura per il 2021, dopo aver intervistato l'assessore Guerra su Parma 2020+2021.

Il Resto del Carlino Cronaca di Reggio Emilia ha coinvolto DTEmilìa circa le prospettive che il protocollo tra Comune di Reggio e RFI per il potenziamento della Stazione della Mediopadana potrà essere in grado di generare per il turismo in tutta la nostra area. L'allentamento delle misure restrittive rispetto al contagio da Covid ci ha permesso, con tutte le cautele del caso, di riprendere le occasioni di incontro territoriali, che sono state una caratteristica del mio impegno come Presidente di Destinazione Emilia;

Il 21 giugno ho partecipato alla presentazione , avvenuta alla [Pieve di Bardone](#) della Guida del Cai di Parma sulla Via Francigena, la seconda della serie dedicata ai Cammini storici, distribuita dalla Gazzetta di Parma e ho poi approfittato della occasione per seguire le guide del Cai in una escursione nel tratto della Via Francigena che va da Bordone al Castello di Casola. Tutte le occasioni per conoscere meglio il territorio sono importanti, in particolare in questo periodo che vede il lavoro di Destinazione indirizzato alla costruzione del 3^ prodotto turistico che chiamiamo "Terme e Outdoor".

Il 30 giugno ho colto l'occasione della proiezione in prima nazionale del film "Si muore solo da vivi" girato tutto nella nostra bassa, per incontrare a Gualtieri ,l'assessore alla cultura Felicori , visitare la mostra di Ligabue a Palazzo Bentivoglio e il bellissimo Teatro Sociale.

Il 14 luglio ho voluto testimoniare l'apprezzamento per il progetto presentato dai comuni dell'Alta Val cenò e Val Taro sul Programma di Promozione Turistica 2020, finanziato da Destinazione Emilia, recandomi alla conferenza stampa a Bordo Val di Taro.

Il 16 luglio si torna nella pianura, ancora a Gualtieri per presenziare alla conferenza stampa di presentazione del Gran Tour di Emilbanca, (www.emilbanecatour.it) un progetto che rientra nel rapporto di collaborazione iniziato e finalizzato a valorizzare le bellezze storico artistiche, naturalistiche ed enogastronomiche dei nostri territori .

Luglio è stato anche un mese da ricordare perché siamo diventati una destinazione da premiare...abbiamo infatti ritirato il [Premio Reward al Milano Marketing Festival](#), assegnato con la seguente motivazione:" per aver saputo valorizzare i saperi e i sapori lungo la via Emilia". Pensiamo che sia un segno di attenzione verso la nostra Destinazione e che serva a posizionarne la riconoscibilità.

La stessa finalità riteniamo abbia conseguito la nostra partecipazione , insieme alle altre 2 destinazioni, grazie alla collaborazione con APT Servizi, al [Webinar organizzato il 6 luglio da Touring Club Italiano](#) per valorizzare le vacanze in Italia. Sono stati 15 minuti nei quali poter raccontare quale varietà di esperienze si possono fare in Destinazione Emilia.

Ora siamo al lavoro con il Gruppo Sport che si è costituito con la partecipazione di diversi amministratori pubblici dei nostri territori per mappare gli impianti sportivi e capire quali tipi di discipline sportive possano essere accolte nelle nostre strutture al fine di favorire indotto turistico; il gruppo lavora anche sulla mappatura delle piste ciclabili.

Il nostro attuale stagista si sta invece dedicando a mappare tutti i luoghi pubblici e privati che possono accogliere eventi convegnistici, definendone dimensioni e attrezzature tecnologiche. Lo scopo è quello , richiesto dalle rappresentanze di categoria del turismo, di poter essere competitivi sotto il profilo dell'offerta di strutture per la convegnistica, non appena si potrà riaprire questa opportunità.

Abbiamo poi restituito il lavoro fatto in questi tre anni di vita della Destinazione in occasione della assemblea dei soci che si è tenuta il 29 maggio, in videoconferenza; trovate in allegato la presentazione che contiene un po' di numeri che raccontano la nostra storia.

Infine dopo aver lavorato nel corso del periodo di lockdown per la promozione degli scenari naturalistici che offre la nostra destinazione, montagne, colline, laghi e fiumi, con l'avvio concomitante della costruzione del prodotto turistico "terme e outdoor" ,ora siamo impegnati nel lavoro preparatorio per promuovere il prodotto "cultura e castelli" e il prodotto "food" che pensiamo possano essere nuovamente attrattivi da settembre in avanti.

Per raggiungere il massimo della coordinazione con le rappresentanze delle imprese del nostro territorio ci confronteremo a fine luglio proprio su queste strategie con la Cabina di Regia, per creare massima integrazione tra il lavoro di promozione di Destinazione turistica Emilia, le visioni e le aspettative degli operatori turistici.

Pur avendo perfetta coscienza che le gravi difficoltà del settore turistico e delle attività produttive connesse, non sono affatto rientrate, vogliamo essere a fianco degli enti locali soci e delle imprese del nostro territorio per contribuire, nei limiti delle competenze statutarie, a risalire la china.

2. LASCIATI ABBRACCIARE DALLA NATURA

Prosegue la campagna pubblicitaria "Lasciati abbracciare dalla Natura". Oltre a coinvolgere le testate quotidiane delle tre province ci sarà uno speciale su QN Itinerari e poi verranno pubblicate immagini dei borghi dell'appennino, ma anche gli eventi che caratterizzeranno l'autunno in Emilia in particolare nei tre capoluoghi. A breve sui social (Facebook e Instagram) verrà pubblicato un video come sponsorizzazione nelle province limitrofe (Pavia, Milano, Lodi, Cremona, Mantova, Modena, Bologna e La Spezia) oltre che sui social di Visitemilia ([Facebook](#) e [Instagram](#)). In questo modo allarghiamo la campagna per rafforzare la comunicazione ma sempre in ottica di "staycation" che caratterizza questo periodo.

Il video della durata di 30 secondi invita sempre ad abbracciare la natura di Emilia. Stay tuned.



3. LA BASSA PROTAGONISTA SUL SET

Sul grande fiume Po, i suoi pioppeti, le sue nebbie, i suoi personaggi, il territorio della bassa reggiana è stato descritto e amato grazie a due recentissimi film finanziati da Film Commission Emilia-Romagna, e realizzati anche grazie alla collaborazione con DTEmlia che costruisce con le produzioni i rapporti con il territorio, le sue amministrazioni comunali, per i permessi e autorizzazioni per le riprese. Prossimi alle uscite nelle sale cinematografiche, "Volevo nascondermi" il film di Giorgio Diritti vede Elio Germano nella magistrale interpretazione di Ligabue che gli è valsa l'orso d'argento come miglior attore al Festival di Berlino 2020 e recentemente i due globi d'oro come miglior film dell'anno e con la migliore fotografia; "Si muore solo da vivi", prodotto dalla casa indipendente K+ (Finché c'è prosecco c'è speranza) e diretto dall'esordiente nel lungometraggio Alberto Rizzi, racconta dei luoghi in cui è ambientato: una placida provincia emiliana con le sue balere, i bar e, soprattutto, il corso di un Po lento e maestoso, sulle cui sponde si svolge la vicenda.



4. BONUS VACANZE QUESTO SCONOSCIUTO

Il Bonus Vacanze è uno strumento previsto dal "Decreto Rilancio" (art. 176 del DL n. 34 del 19 maggio 2020) e consiste in un contributo fino 500 euro da utilizzare per soggiorni in alberghi, campeggi, villaggi turistici, agriturismi e bed & breakfast in Italia. Attivo dal 1° luglio al 31 dicembre 2020 nella prima settimana di luglio la Ministra dell'Innovazione Paola Pisano ha riferito che attraverso la app "IO" "sono stati erogati più di 306.523 Bonus Vacanze, per un controvalore economico di oltre 140 milioni". Di seguito il link vademecum della Agenzia delle Entrate <https://www.agenziaentrate.gov.it/portale/bonus-vacanze-guida> le sue recenti nuove precisazioni e il sito <https://www.bonus-vacanze.org/home> istituito come helpdesk a supporto dell'iniziativa.

Chiediamo agli operatori che hanno deciso di aderire o che sono in procinto di farlo, di comunicarcelo scrivendo all'indirizzo info@visitemilia.com al fine di cercare di meglio promuovere questa opportunità presso gli utenti finali ovvero i turisti.

BREVE RASSEGNA STAMPA SULL'ARGOMENTO

<https://www.ilfattoquotidiano.it/2020/07/08/bonus-vacanze-franceschini-sta-funzionando-erogati-oltre-400mila-bonus-per-un-totale-di-183-milioni-di-euro-di-spesa/5861873/>

https://www.repubblica.it/economia/diritti-e-consumi/fisco/2020/07/05/news/bonus_vacanze-260921595/

<https://www.lagenziadiviaggi.it/bonus-vacanze-anche-in-agenzia-tutti-i-nodi-da-sciogliere/>



crediti ph. Gol Club Castellarquato



crediti ph. Barbara Bertani

5.WEBINAR PROMOZIONALE IN COLLABORAZIONE CON ENIT NY

In questo periodo di temporanea impossibilità da parte dei cittadini americani e canadesi di recarsi in Italia per turismo, la sede ENIT di New York ha rilevato un certo interesse presso gli Agenti di Viaggio verso mete italiane diverse da quelle consolidate e più conosciute come Venezia, Firenze e Roma. Sembra che, non potendo concretizzare le vendite dei pacchetti e soggiorni verso l'Italia, gli Agenti stiano "studiando" il mercato italiano per arricchire e rinnovare la propria offerta con proposte nuove e inconsuete e quindi essere maggiormente competitivi alla riapertura dei voli.

Da qui la proposta di Enit NY verso le Regioni e le destinazioni italiane di organizzare una serie di webinar promozionali, rivolti agli Agenti di Viaggio americani e canadesi e a giornalisti, per "tenere caldo" un mercato molto importante suscitando nuovi interessi, curiosità e favorendo contatti.

La Regione Emilia-Romagna, con APT servizi, ha realizzato tre webinar dedicati alle tre Destinazioni Turistiche (Emilia, Bologna-Modena e Romagna) e Destinazione Turistica Emilia ha colto l'opportunità partecipando in prima persona per approfondire alcuni temi mirati ad un target medio-alto con particolare riferimento a Golf, Castelli e residenze di charme, relax e benessere, food experience.

L'appuntamento dedicato a Visit Emilia si terrà il 17 luglio alle ore 18.30 ora italiana.

Per registrarsi:

<http://www.italiantourism.com/webinars-emilia-romagna.html>



6.APT SERVIZI PER LA PROMOZIONE DEL PRODOTTO TERMALE - POST LOCKDOWN

APT Servizi, anche a seguito di diversi confronti con il Coter (come espressione di tutti i 24 centri termali dell'Emilia Romagna), metterà in campo nel 2020, per rafforzare la comunicazione e promozione del prodotto "Terme dell'Emilia Romagna" alcune azioni mirate:

Campagna Radiofonica

- prevista la messa on air uno spot da 30 secondi (con il nuovo claim: Terme dell'Emilia Romagna, Perfetto equilibrio tra salute e relax;
- su Reti nazionali (Radio Rai e/o altri emittenti nazionali);
- per un totale di 15 settimane nei seguenti periodi (3 settimane sono state già realizzate dal 15 giugno al 3 luglio e le restanti 12 settimane da pianificare dal 24 agosto al 20 novembre).

Campagna stampa QN

Nel 2020 sono raddoppiate le uscite di pagine redazionali su Qn (Resto del Carlino - Il giorno - La Nazione) per la promozione delle attività dei centri termali, dato anche l'esito positivo dell'azione attivata nei precedenti anni.

Sono previste:

- 5 uscite nelle seguenti date 16/23/30 luglio e 6 /13 agosto
- 5 uscite tra fine agosto e inizio settembre

Promozione Web

Attività di promozione del prodotto Terme e benessere sui siti e social aziendali. Inoltre anche sulla pagina social FB la Notte Celeste sono previsti i rilanci di 16/18 rubriche di Travel Emilia Romagna iniziate il 2 luglio.

Serate Promozionali

A causa delle problematiche legate al Covid 19, stanno valutando se realizzare le 3 serate promozionali nel periodo autunnale. L'azione è realizzata in compartecipazione con il COTER.

