



## ESTRATTO DEL VERBALE DELL'ASSEMBLEA DEI SOCI

DELIBERA N. 3 DEL 29/04/2022

Oggetto: DESTINAZIONE TURISTICA EMILIA – VARIAZIONE PROGRAMMA ANNUALE DELLE ATTIVITA' TURISTICHE 2022

### PREMESSO:

- che la Legge Regionale 25 marzo 2016, n. 4 “Ordinamento turistico regionale – Sistema organizzativo e politiche di sostegno alla valorizzazione e promo-commercializzazione turistica - Abrogazione della Legge Regionale 4 marzo 1998, n. 7 (Organizzazione turistica regionale – interventi per la promozione e la commercializzazione turistica)”, disciplina l'organizzazione turistica della Regione Emilia-Romagna e all'art. 12 prevede l'istituzione delle aree vaste a destinazione turistica;
- che con DGR n. 595/2017 si istituisce l'area vasta a finalità turistica e la Destinazione Turistica Emilia (Province di Parma, Piacenza e Reggio Emilia), Ente pubblico strumentale degli Enti locali approvandone il relativo Statuto, successivamente integrato e modificato dall'assemblea dei Soci con proprio atto n. 15 del 20/12/2017;

### CONSTATATO che:

- Con Delibere di Giunta Regionale n. 231 del 21/02/2022 e n. 258 del 28/02/2022 la Regione Emilia-Romagna ha provveduto ad approvare i Programmi annuali delle attività turistiche 2022, definito il budget per l'attività di Promocommercializzazione 2022 e sono stati assegnati e concessi alla DTEmilìa, contributi per la realizzazione dei Programmi di Promocommercializzazione Turistica (P.P.C.T.) e Programmi Turistici di Promozione Locale (P.T.P.L.) per l'anno 2022 pari a € 850.000,00 ripartiti così come segue:
  - € 430.000,00 per il P.P.C.T.
  - € 420.000,00 per il P.T.P.L.
- la Regione Emilia-Romagna ha comunicato che sono disponibili risorse pari ad € 187.811,90 per l'esercizio finanziario 2022, a titolo di contributo per la realizzazione di azioni integrative al Programma di promo-commercializzazione turistica per l'anno 2022;

VISTE le proposte di integrazione del Programma di Promocommercializzazione Turistica (P.P.C.T.) e del Piano finanziario generale, allegate alla presente quale parte integrante e sostanziale, approvate dal Consiglio di Amministrazione, come risulta dal verbale della seduta del 08/04/2022 (verbale 3), secondo gli elaborati predisposti dal Direttore;

ACQUISITO il parere favorevole della Cabina di Regia (verbale della seduta del 29/04/2022) circa l'approvazione dei documenti di programmazione turistica citati;

VISTI:

- lo Statuto dell'Ente;
- la L.R. Emilia-Romagna 4/2016 e s.m;
- la L.R. Emilia-Romagna 13/2015 e s.m;
- la delibera di Giunta Regionale n 786 del 05/06/2017 "L.R. 4/2016 e s.m art 5 modalità procedure e termini per l'attuazione degli interventi regionali per la promo commercializzazione turistica" e s.m.

L'assemblea dei Soci all'unanimità

DELIBERA

- 1) che quanto indicato in premessa costituisce parte integrante e sostanziale del presente atto;
- 2) di approvare l'integrazione del Programma Annuale delle Attività Turistiche 2022 nella parte relativa al Programma di Promocommercializzazione Turistica (P.P.C.T) e al Piano finanziario generale allegata alla presente deliberazione quale parti integranti e sostanziali;
- 3) di comunicare i documenti approvati alla Regione Emilia-Romagna e ad APT SERVIZI;

Il Presidente  
Cristiano Casa  
(firmato digitalmente)



## **B - PROGRAMMA DI PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE TURISTICA** **Schede progetto per l'attività di promo-commercializzazione 2022:**

### **1° PROGETTO: RETI DI PRODOTTO EMILIA**

#### **Attività e obiettivi**

In accordo con i soci e aderenti di DTEmilìa, Comuni e operatori turistici, ed in continuità con le azioni svolte nel corso del 2021, verranno attivate specifiche azioni promozionali a supporto delle Reti di prodotto:

- Emilia Food&Wine: promozione degli aderenti e progetto Food Valley
- Emilia Cultura&Castelli: promozione degli aderenti e MICE
- Emilia Terme&Outdoor: promozione degli aderenti e Sport. Realizzazione progetto Appennino GAL

Nel 2022 DTEmilìa continuerà la propria attività di implementazione e gestione delle tre reti di prodotto Food&Wine, Cultura&Castelli e Outdoor&Terme.

Presso DTEmilìa una segreteria dedicata alle reti è ormai punto di riferimento consolidato per i rapporti con gli aderenti e per la gestione e lo sviluppo di attività e dei data base.

Nel 2022 la segreteria, unitamente con l'ufficio, si occuperà anche della pubblicazione on line, mantenimento e aggiornamento, in doppia lingua italiana e inglese, dei contenuti relativi agli aderenti alle Reti di prodotto.

Inoltre, la promozione delle Reti, degli aderenti e delle loro offerte esperienziali, prevederà molteplici azioni e canali in specifico riferimento ai mercati e target individuati dal presente documento. Partecipazione a fiere e ad eventi specifici, attività social e on-line, attività di comunicazione ed altre attività, avranno le Reti di prodotto e i loro aderenti come punto di riferimento specifico per l'offerta turistica di DTEmilìa.

DTEmilìa inoltre organizzerà incontri formativi con gli aderenti alle reti al fine di favorire la coesione della rete e la collaborazione tra i soggetti oltre a incrementare la conoscenza degli strumenti di comunicazione e promozione on-line.

L'incremento delle risorse consentirà di potenziare le attività relative alle tre reti di prodotto: in particolare, per quella della Cultura, sarà ripetuta i primi di giugno l'iniziativa Teatri Aperti inoltre Il Consiglio d'Amministrazione ha approvato la proposta di realizzare per il mese di ottobre, in contemporanea con la manifestazione fieristica Good Italy, che si svolgerà a Piacenza presso Piacenza Expo, un Workshop in presenza, dedicato appunto agli aderenti alle reti che avrà l'obiettivo della conoscenza e scambio reciproco di esperienze e della promozione dei territori e dei prodotti tipici.

RISORSE 2022 INIZIALMENTE PREVISTE	€ 70.000,00
VARIAZIONE	+ € 15.000,00
RISORSE 2022 A SEGUITO DI VARIAZIONE	€ 85.000,00



## **2° PROGETTO: PROMOZIONE TERRITORIALE**

Questo progetto verrà sviluppato in relazione ai prodotti turistici indicati come prioritari per la promozione turistica locale nelle linee strategiche del PTPL 2022 al fine di coordinare l'attività promozionale degli Enti locali con la promo-commercializzazione di DTEmilvia, per non disperdere le risorse e massimizzare i risultati:

- WINE
- GOLF
- CASTELLI
- GRANDE FIUME
- BIKE
- CAMMINI STORICI

La promozione territoriale deve anche tenere conto di due settori molto importanti, il MICE e lo SPORT, che hanno bisogno di essere sostenuti dopo il forte periodo di crisi dovuto alla pandemia ancora in atto.

Inoltre, particolare risalto strategico sarà riservato alle attività e ai progetti legati ai settori CULTURA (in particolare nelle città d'arte e progetti regionali), APPENNINO (Progetto Gal, attività dei Parchi e Giornate Verdi) ed il nuovo progetto delle Strade dei Vini e dei Sapori di Emilia.

### **Attività 2022**

- Sostegno ai principali eventi, anche sportivi, attraverso le pagine Social di Emilia;
- Rinnovo partnership e convenzioni in essere (Fidenza Village, EmilBanca, ecc);
- Realizzazione progetto Emilia, Food Valley italiana attraverso l'organizzazione del Food Valley Fest;
- Progetto Sport;
- Progetto MICE
- Progetto Città d'Arte

### **Obiettivi per l'attuazione del progetto:**

In considerazione delle difficoltà e della incertezza del periodo Covid, che indirizzano verso una programmazione di brevissimo periodo; considerando anche che il mercato turistico è notevolmente mutato portando principalmente la nostra attenzione verso il mercato domestico e di corto raggio, i principali obiettivi da perseguire per l'anno 2022 saranno;

- cercare il più possibile di recuperare posizioni rispetto al movimento turistico pre Covid;
- perseguire l'incremento delle presenze turistiche attraverso proposte di turismo esperienziale dedicate:
  - al settore Food con il progetto Emilia Food Valley italiana e il Food Valley fest;
  - alle città d'arte, con particolare attenzione al MICE
  - allo sport, attraverso il progetto sul BIKE in Emilia coordinato dal tavolo di lavoro e che vuole collegare tutte le esperienze e i percorsi sul territorio;
  - al MICE per rilanciare le presenze business e la convegnistica oltre che al settore fieristico, attraverso la creazione di un tavolo di confronto sul tema e la promozione delle rete di accoglienza di DTEmilvia;



- alle esperienze all'aria aperta sviluppando anche azioni profilate rispetto a periodi specifici quali ponti e festività;

- sviluppare il rapporto con il mercato italiano e specialmente con i mercati di prossimità ma anche monitorare i mercati esteri tradizionali europei e USA che continuano a mostrare un forte interesse per l'Italia pur potendo per ora viaggiare con limitazioni.
- favorire la creazione di offerte accattivanti, innovative e dinamiche sostenibili e con una forte valorizzazione identitaria;
- aumentare la rete delle collaborazioni, tra pubblici e tra privati al fine di ottimizzare l'impiego delle risorse su attività di sistema;
- supportare lo sviluppo di prodotti innovativi o il riposizionamento di prodotti già consolidati.

**Il mercato privilegiato** è quello italiano ma, in collaborazione con APT, verranno attivate anche azioni su mercati stranieri specialmente europei.

**Il target da privilegiare** è il seguente: individuali italiani e stranieri, famiglie, soggetti dell'intermediazione organizzata e no profit, giornalisti specializzati, blogger.

**Le azioni e gli strumenti di promo-commercializzazione:**

1. promozione delle destinazioni e degli eventi culturali della DTEmilvia attraverso una molteplicità di canali: web, social, stampa, press trip per giornalisti ecc...;
2. attività promozionali concordate in stretta sinergia con gli operatori riguardanti proposte week end e short break in cui siano specificatamente sottolineate le caratteristiche di territorio autentico, accogliente, con un'alta qualità della vita ecc...;
3. verranno inoltre selezionate proposte di eventi che possano qualificarsi come prodotto turistico in collaborazione con i Comuni aderenti a DTEmilvia e gli operatori in grado di confezionare offerte di soggiorno che possano competere sul mercato.

**Strumenti di comunicazione:**

- attività web e social attraverso contenuti e immagini emozionali in affiancamento ai media tradizionali;
- educational tour per giornalisti e operatori e food blogger;

Per questo progetto si coinvolgeranno le CCIAA dei tre territori provinciali.

Proseguirà la collaborazione con Roberta Garibaldi per la pubblicazione del Rapporto enogastronomico del turismo italiano giunto alla 5 edizione e verrà promossa inoltre una campagna promozionale in Svizzera attraverso i canali che saranno ritenuti più idonei ed efficaci, anche per la promozione di questa iniziativa soprattutto sui social potranno essere utilizzate le risorse aggiuntive.

RISORSE 2022 INIZIALMENTE PREVISTE	€ 131.000,00
VARIAZIONE	+ € 61.000,00
RISORSE 2022 A SEGUITO DI VARIAZIONE	€ 192.000,00



### **3° PROGETTO: ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE, WEB E SOCIAL**

#### **Attività 2022**

L'attività di comunicazione 2022 di DTEmilìa si focalizzerà sul rafforzamento e valorizzazione e del concetto di EMILIA, LA TERRA DELLO SLOW MIX concepito e sviluppato nella seconda parte del 2021 e che ha portato la destinazione a considerare una nuova identità, più aderente alla sua natura.

Sarà impostata una **campagna di comunicazione** originale, organica e coordinata in collaborazione con le principali concessionarie a livello italiano. La campagna dovrà inoltre essere strutturata in base al posizionamento di DTEmilìa rilevato grazie ai nuovi strumenti di monitoraggio. Inoltre, tutti gli strumenti di comunicazione di DTEmilìa, dai social ai comunicati stampa, dal sito internet alla newsletter dovranno continuare ad esprimersi in chiave di Slow Mix.

#### **Gli obiettivi per l'attuazione del progetto sono i seguenti:**

- Affermare l'immagine di DTEmilìa come La terra dello slow mix
- Offrire ai soggetti aderenti, Comuni e operatori, e alle Reti di prodotto, strumenti operativi di comunicazione di sistema;
- Stimolare la scelta della destinazione attraverso contenuti e immagini emozionali per favorire la conversione del desiderio in acquisto;
- Sensibilizzare il territorio e i protagonisti dell'accoglienza come testimonial di DTEmilìa.

Il mercato privilegiato è in generale quello italiano ma con scelta geografica mirata (nord Italia) in caso di attività social sponsorizzate. Per il mercato estero sono da ritenersi mercati di riferimento la Francia, la Germania, la Svizzera.

**Il mercato privilegiato** è in generale quello italiano ma con scelta geografica mirata (nord Italia) in caso di attività social sponsorizzate. Per il mercato estero sono da ritenersi mercati di riferimento la Francia, la Germania, la Svizzera e gli USA;

**Il target da privilegiare** è il seguente: individuali italiani e stranieri, famiglie, soggetti della intermediazione organizzata e no profit, giornalisti specializzati, blogger.

#### **Le azioni e gli strumenti di promocommercializzazione:**

1. sviluppo, implementazione e gestione del sito web di destinazione
2. attivazione di spazi dedicati sui principali social: FB, Instagram, You Tube ecc.;
3. attivazione di ufficio stampa dedicato per la comunicazione attraverso i media tradizionali e le principali testate di settore;
4. campagna di comunicazione attivando un centro media specializzato utilizzando la creatività McCann;
5. dotazione di strumenti tradizionali di comunicazione turistica: brochure, cartoline, gadget ecc.. sia dedicati a prodotti specifici che trasversali;
6. implementazione dell'attività di affermazione e notorietà del nuovo logo Emilia e immagine coordinata;
7. archivio immagini da reperire presso i Comuni e i soci aderenti o da realizzare ex novo.
8. strutturazione di un programma annuale di educational tour per giornalisti, blogger e operatori.
9. sensibilizzazione del territorio emiliano anche attraverso il coinvolgimento del settore scolastico



L'incremento consistente delle risorse sul progetto, di fatto raddoppiate, consentirà di programmare le attività del Media Center individuato per proseguire la promozione della campagna di Emilia "Terra dello Slow Mix" mediante un'accurata pianificazione, acquisto, gestione e monitoraggio di spazi e tempi pubblicitari su mezzi offline e online.

Verranno realizzati, attraverso l'affidamento al Centro Media i due obiettivi: Awverness e Action.

.	€ 190.864,00
RISORSE 2022 INIZIALMENTE PREVISTE	
VARIAZIONE	+ € 109.136,00
RISORSE 2022 A SEGUITO DI VARIAZIONE	€ 300.000,00



#### 4° PROGETTO: PARTECIPAZIONE A FIERE E WORKSHOP

##### Attività 2022

- Conferma della presenza alle principali Fiere internazionali, con APT, in base agli obiettivi target Svizzera, Germania e Francia per UE e mercati anglofoni: Zurigo, Parigi, Monaco, Bruxelles, Madrid e WTM Londra.
- Presenza, sempre con APT, a TTG, BIT e Napoli in Italia oltre a eventi in Regione (Italian Bike Festival, Buy Emilia Romagna, Borsa delle 100 città d'arte e Borsa del Po).
- Conferma per le fiere locali solo a rilevanza turistica: Salone del Camper (PR), Apimel e Vignaioli indipendenti (PC).
- Valutazione della presenza in fiere di settori di nicchia come quello del Food, dell'Archeologia e dell'Outdoor
- Realizzazione degli eventi collaterali di promozione dell'Appennino come da convenzione

##### Obiettivi 2022

L'attività di partecipazione a fiere di settore è parte integrante dell'attività di promocommercializzazione di DTEmilìa e come tale persegue i medesimi obiettivi indicati al progetto n.2. La partecipazione a Fiere ed eventi promozionali sarà svolta là dove possibile in presenza, oppure on-line, seguendo la programmazione di APT Servizi.

##### Azioni e strumenti:

- Partecipazioni a Fiere e Workshop in collaborazione con APT Servizi secondo il calendario fieristico di APT.
- Realizzazione di eventi ed attività promozionali mirate virtuali o presso lo stand di APT.
- Partecipazione con proprio stand ad altri eventi fieristici locali ai quali risulta interessante partecipare per presentarci ai mercati e target domestici.
- Predisposizione di un catalogo dei nostri operatori aderenti e delle loro offerte

##### Calendario Fiere 2022 in collaborazione con APT

Apt Servizi non ha ancora reso noto il calendario fieristico 2022 che si presume ricalcherà la programmazione degli anni precedenti adeguandosi alle varie necessità organizzative (in presenza/on-line). Si riporta di seguito l'elenco delle fiere internazionali alle quali DTEmilìa intenderebbe partecipare, se confermate, riservandosi di volta in volta la valutazione delle condizioni in atto della situazione pandemica e della possibile partecipazione a workshop attraverso la modalità on-line:

GENNAIO	FITUR, Madrid
GENNAIO	FESTPO, Zurigo
FEBBRAIO	BIT, Milano
FEBBRAIO	Bruxelles
FEBBRAIO	FREE, Monaco
MARZO	ITB, Berlino
MARZO	SALON DESTINATIONS NATURE , Parigi
MARZO	BMT, Napoli
OTTOBRE	TTG TRAVEL EXPERIENCE, Rimini
NOVEMBRE	WTM, Londra





### **Fiere locali 2022**

La partecipazione alle fiere locali, se confermate, riguarderà solo eventi a carattere turistico o con un movimento di visitatori particolarmente interessante per il bacino di provenienza. MARZO SEMINAT E APIMEL, Piacenza

SETTEMBRE

SALONE DEL CAMPER, Parma

NOVEMBRE

VIGNAIOLI INDIPENDENTI, Piacenza

La Destinazione ha inoltre partecipato ad EUROFLORA 2022 dal 23 aprile all'8 maggio con un apposito spazio dedicato e un'iniziativa specifica dal titolo "I castelli di Emilia in fiore" il 27 aprile e a Discovery Italy a Sestri Levante il 7 e l'8 aprile con alcuni soci privati.

RISORSE 2022 INIZIALMENTE PREVISTE	€ 44.500,00
VARIAZIONE	+ € 3.791,90
RISORSE 2022 A SEGUITO DI VARIAZIONE	€ 48.291,90

## D – PROGRAMMA ANNUALE 2022 – PIANO FINANZIARIO GENERALE

A. PROGRAMMA DI PROMOCOMMERCIALIZZAZIONE (P.P.C.T) 2022	
ENTRATE	
	<b>1. QUOTE ASSOCIATIVE</b>
1.1 QUOTA PARTE DEI SOCI PUBBLICI	50.000,00
1.2 QUOTE SOCI PRIVATI	0,00
Prelevamento dall'AVANZO DI AMMINISTRAZIONE	20.000,00
<b>2. COFINANZIAMENTO REGIONALE</b>	<b>617.811,90</b>
<b>TOTALE GENERALE=1+2</b>	<b>687.811,90</b>
USCITE	
<b>1. PROGETTI DI PROMOCOMMERCIALIZZAZIONE</b>	
	85.000,00
1.1 RETI PRODOTTO EMILIA	
	192.000,00
1.2 PROMOZIONE TERRITORIALE	
	300.000,00
1.3 ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE, WEB E SOCIAL	
	48.291,90
1.4 PARTECIPAZIONE A FIERE E WORKSHOP	
<b>1. SUB TOTALE PROGRAMMA PROMOCOMMERCIALIZZAZIONE</b>	<b>625.291,90</b>
<b>SPESE GENERALI PER LA GESTIONE DEL PROGRAMMA 10% di 1.</b>	<b>62.520,00</b>
<b>TOTALE</b>	<b>687.811,90</b>
B. RIPARTIZIONE SPESE TRA MERCATO ESTERO E MERCATO ITALIANO	
SPESE MERCATO ITALIANO	627.811,90
SPESE MERCATO ESTERO	60.000,00
<b>TOTALE</b>	<b>687.811,90</b>



<b>C. RIPARTIZIONE BUDGET REGIONALE</b>	
PROGRAMMA TURISTICO DI PROMOZIONE LOCALE - P.T.P.L 2022	420.000,00
PROGRAMMA PROMOCOMMERCIALIZZAZIONE TURISTICA - P.P.C.T. 2022	617.811,90
<b>TOTALE GENERALE BUDGET REGIONALE 2022</b>	<b>1.037.811,90</b>