



DESTINAZIONE TURISTICA EMILIA

Responsabile : ROMERSI PIERANGELO

DETERMINAZIONE

n. 34 del 13/05/2026

Oggetto: DTE - ASSEMBLEA DEI SOCI DEL 29 APRILE 2026 PUBBLICAZIONE VERBALE N. 01_2026 - DELIBERA N. 01_026 RENDICONTO DI BILANCIO 2025 - DELIBERA N. 02_2026 VARIAZIONE DI BILANCIO - DELIBERA N. 03_2026 CODICE ETICO DI VISIT EMILIA

IL DIRETTORE

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) e si approva il relativo Statuto, successivamente integrato e modificato dall’assemblea dei Soci con proprio atto n. 15 del 20/12/2017;

Visto:

- lo statuto dell’Ente;
- il verbale del Consiglio di Amministrazione della DTEmilìa n. 5 del 7 giugno 2023 che nomina il Direttore, dott. Pierangelo Romersi in qualità di Dirigente a tempo determinato a far tempo dal 1^a luglio 2023;
- il Decreto del Presidente della Provincia di Parma n.114 del 02/07/2024 con il quale si approva la proroga della convenzione per la gestione delle attività intercorrenti tra la DTEmilìa e la Provincia di Parma, fino al 30/06/2027;

Considerato

che il giorno venerdì 29 aprile 2026 si è riunito l'Assemblea dei Soci di Destinazione Turistica Emilia;

che è stato approvato il Verbale n. 01/2026 della seduta del 29 aprile 2026;

che nelle medesime sedute sono state approvate le delibere dell'Assemblea dei Soci:

- n. 01/2026 Rendiconto di Bilancio 2025;
- n. 02/2026 Variazione di Bilancio;
- n. 03/2026 Codice Etico di Visit Emilia.

DETERMINA

- di pubblicare il Verbale n. 01/2026 della seduta dell'Assemblea dei Soci di Destinazione Turistica Emilia, del 29 aprile 2026 (Allegato A)
- di pubblicare le deliberazioni conseguenti:
 - n. 01/2026 Rendiconto di Bilancio 2025 (allegato B);
 - n. 02/2026 Variazione di Bilancio (Allegato C);
 - n. 03/2026 Codice Etico di Visit Emilia (Allegato D-E).
- di pubblicare la presente determinazione avvalendosi della procedura informatizzata della Provincia di Parma, come da convenzione;
- di dare attuazione di quanto previsto negli atti allegati.

Sottoscritta dal Responsabile
(ROMERSI PIERANGELO)
con firma digitale



Responsabile: ROMERSI PIERANGELO

OGGETTO: DESTINAZIONE TURISTICA EMILIA - ASSEMBLEA DEI SOCI DEL 29 APRILE 2026: PUBBLICAZIONE VERBALE N. 01/2026 E DELIBERAZIONI CONSEGUENTI. DELIBERA N. 01/2026 RENDICONTO DI BILANCIO 2025 – DELIBERA N. 02/2026 VARIAZIONE DI BILANCIO – DELIBERA N. 03/2026 CODICE ETICO DI VISIT EMILIA

VISTO DI REGOLARITA' CONTABILE

DESTINAZIONE TURISTICA EMILIA

Visto in ordine alla regolarità contabile attestante la copertura finanziaria (comma 4 dell'art. 151 del T.U.E.L. - D.Lgs 267/2000)

Il Responsabile
ROMERSI PIERANGELO
(firmato digitalmente)



Destinazione Turistica EMILIA
(Province di Parma, Piacenza , Reggio Emilia)

VERBALE DELLA SEDUTA DELL'ASSEMBLEA DEI SOCI
DEL GIORNO 29 APRILE 2026

L'anno duemila ventisei, il giorno mercoledì 29 (ventinove) del mese di Aprile alle ore 11:30, previa l'osservanza di tutte le formalità previste dall'art 9 dello Statuto, si è svolta on-line l'ASSEMBLEA dei SOCI, a seguito di convocazione regolarmente recapitata ai componenti mezzo posta elettronica certificata, da parte del Presidente della Destinazione Turistica EMILIA, dott. SIMONE FORNASARI.

Partecipano all'Assemblea i rappresentanti (effettivi e delegati con diritto di voto) di 34 Enti aderenti su un totale di 123 Enti Soci.

Tot.	ELENCO ENTI ADERENTI	<i>PRESENTI</i>
1	PROVINCIA DI PARMA	
2	ALBARETO	
3	BARDI	
4	BEDONIA	
5	BERCETO	
6	BORE	
7	BORGO VAL DI TARO	
8	BUSSETO	X
9	CALESTANO	
10	COLORNO	X
11	COMPIANO	
12	CORNIGLIO	
13	FIDENZA	
14	FONTANELLATO	
15	FONTEVIVO	X
16	FORNOVO DI TARO	X
17	LANGHIRANO	
18	LESIGNANO DÈ BAGNI	
19	MEDESANO	X
20	MONCHIO DELLE CORTI	
21	MONTECHIARUGOLO	
22	NEVIANO DEGLI ARDUINI	
23	NOCETO	

24	PALANZANO	
25	PARMA	
26	PELLEGRINO PARMENSE	
27	POLESINE ZIBELLO	
28	ROCCABIANCA	X
29	SALSOMAGGIORE TERME	X
30	SAN SECONDO P.SE	
31	SISSA TRECASALI	X
32	SOLIGNANO	
33	SORAGNA	
34	SORBOLO MEZZANI	X
35	TERENZO	
36	TIZZANO VAL PARMA	
37	TORNOLO	
38	UNIONE PEDEMONTANA P.SE (COLLECCHIO, SALA BAGANZA, FELINO, TRAVERSETOLO)	
39	VARANO DE' MELEGARI	
40	VARSI	
41	PROVINCIA DI PIACENZA	X
42	AGAZZANO	
43	ALSENO	
44	ALTA VAL TIDONE	
45	BETTOLA	
46	BOBBIO	
47	BORGONOVO VAL TIDONE	X
48	CALENDASCO	X
49	CARPANETO PIACENTINO	
50	CASTELL'ARQUATO	
51	CASTEL SAN GIOVANNI	
52	CASTELVETRO PIACENTINO	
53	CERIGNALE	
54	COLI	X
55	CORTE BRUGNATELLA	
56	FARINI	X
57	FERRIERE	
58	FIORENZUOLA D'ARDA	
59	GAZZOLA	X
60	GOSOLENGO	
61	GRAGNANO TREBBIENSE	
62	GROPPARELLO	
63	LUGAGNANO VAL D'ARDA	
64	MONTICELLI D'ONGINA	
65	MORFASSO	
66	OTTONE	X
67	PIACENZA	X
68	PIANELLO VAL TIDONE	
69	PIOZZANO	
70	PODENZANO	
71	PONTE DELL'OLIO	
72	PONTENURE	
73	RIVERGARO	

74	SAN GIORGIO PIACENTINO	
75	SAN PIETRO IN CERRO	
76	SARMATO	X
77	TRAVO	X
78	VERNASCA	
79	VIGOLZONE	
80	ZERBA	
81	ZIANO PIACENTINO	X
82	PROVINCIA DI REGGIO EMILIA	
83	ALBINEA	
84	BAGNOLO IN PIANO	
85	BAISO	X
86	BIBBIANO	
87	BORETTO	
88	BRESCELLO	
89	CADELBOSCO DI SOPRA	
90	CAMPAGNOLA EMILIA	
91	CAMPEGINE	X
92	CANOSSA	
93	CARPINETI	
94	CASINA	
95	CASTELLARANO	X
96	CASTELNOVO DI SOTTO	
97	CASTELNOVO NE' MONTI	
98	CAVRIAGO	X
99	CORREGGIO	X
100	FABBRICO	
101	GATTATICO	X
102	GUALTIERI	X
103	GUASTALLA	X
104	LUZZARA	
105	MONTECCHIO EMILIA	X
106	NOVELLARA	
107	POVIGLIO	
108	QUATTRO CASTELLA	X
109	REGGIO EMILIA	
110	REGGIOLO	
111	RIO SALICETO	X
112	ROLO	
113	RUBIERA	
114	SAN MARTINO IN RIO	
115	SAN POLO D'ENZA	X
116	SANT'ILARIO D'ENZA	
117	SCANDIANO	
118	TOANO	
119	VENTASSO	
120	VETTO	
121	VEZZANO SUL CROSTOLO	X
122	VIANO	X
123	VILLA MINOZZO	

Agli atti la registrazione delle presenze e le deleghe ricevute.
(Si rileva che si è provveduto a richiedere di produrre alcune deleghe non pervenute entro i termini dell'avvio dell'Assemblea).

Presenti in Assemblea, in veste di uditori rappresentati dei Comuni di: Collecchio, Fontevivo, Parma e Fiorenzuola d'Arda.

Partecipa all'Assemblea il Direttore della DTEmilìa, dott. PIERANGELO ROMERSI.

Il Presidente verificata la presenza dei partecipanti e la validità della seduta, dichiara formalmente aperta l'Assemblea e da inizio ai lavori.

Punto n. 1 all'odg: Approvazione rendiconto di Bilancio 2025.

Il Direttore, Pierangelo Romersi, illustra all'Assemblea il Rendiconto dell'esercizio 2025, evidenziando il raggiungimento del pareggio di bilancio a quota 1,9 milioni di euro. Tale volume finanziario, superiore rispetto all'annualità precedente, è riconducibile all'acquisizione di risorse straordinarie derivanti dai fondi ministeriali FUNT.

Entrate Principali

Le risorse ottenute nel 2025 derivano da diverse fonti:

- Regione Emilia-Romagna: Ha confermato il contributo ordinario di 850.000 euro.
- Fondi Aggiuntivi: Risorse extra sono pervenute tramite i fondi FUNT e la Camera di Commercio dell'Emilia (che ha partecipato per la prima volta dalla costituzione della Destinazione) specificamente per il progetto "Emilia Sostenibile".
- Soci e Privati: Le quote dei soci sono ammontate a 155.000 euro. Sono state inoltre reintrodotte le quote dei privati e i contributi per il personale regionale.
- Altri Enti: La Film Commission regionale ha finanziato attività promozionali legate al progetto "Terra del Cinema".

Ripartizione delle Spese

Le uscite principali riflettono le attività core dell'ente:

- Promozione e Comunicazione: Sono stati investiti 120.000 euro in comunicazione, 100.000 euro per la promozione dei territori, 80.000 euro per le reti turistiche (sito, social, newsletter) e 55.000 euro per fiere e workshop.
- PTPL (Programma Turistico di Promozione Locale): Una fetta consistente delle risorse è stata destinata ai Comuni per eventi e attività di ambito 1 e 2.
- Progetto "Emilia Sostenibile": Questa voce di spesa include il percorso per la certificazione internazionale GSTC, l'implementazione delle attività bike e il supporto tecnologico (come la nuova Chatbot).
- Costi di Gestione: Il bilancio include ora anche la spesa per il personale, precedentemente finanziata in modo diretto dalla Regione.

Per quanto concerne la situazione patrimoniale, l'Ente dispone di un patrimonio netto (avanzo di amministrazione disponibile) pari a €192.000. Tale posta ha subito una contrazione di circa €100.000 rispetto al 2024 a causa dell'utilizzo di parte dell'avanzo (€130.000 totali) per l'integrazione del finanziamento agli uffici IAT e il co-finanziamento del progetto sulla sostenibilità.

L'analisi dei flussi economici trova riscontro nei risultati turistici del territorio: il Direttore riporta un incremento delle presenze (pernottamenti) pari al 9,54%, con una crescita distribuita su tutte e tre le province e una positiva tendenza alla destagionalizzazione

Il Presidente Simone Fornasari interviene integrando l'esposizione tecnica del Direttore Romersi con una visione politica e strategica sottolineando l'impegno proprio e di tutta l'Assemblea nel sensibilizzare la Regione per ottenere maggiori risorse, evidenziando che l'Emilia è il territorio che cresce di più in termini percentuali (con un incremento delle presenze del 9,54%) pur partendo da una contribuzione regionale storicamente inferiore.

Fornasari riporta che nel 2025 si sono registrate circa 100 nuove adesioni alle reti di prodotto turistiche e che è stata completata la nuova rete degli uffici IAT e delle welcome room come centri di informazione e promozione. Rivendica inoltre il successo politico nell'aver ottenuto €250.000 di fondi ministeriali FUNT per la parte corrente e nell'aver coinvolto, per la prima volta dalla costituzione della Destinazione, la Camera di Commercio dell'Emilia con un contributo specifico per il progetto "Emilia Sostenibile".

In merito ad Emilia Sostenibile chiarisce la composizione della voce di bilancio da €300.000 dedicata a questo cluster, che include il percorso per la certificazione internazionale GSTC (che renderebbe l'Emilia la prima area vasta in Europa certificata), l'implementazione delle attività bike e i nuovi strumenti digitali come la chatbot basata su intelligenza artificiale.

Ricorda che Emilia nell'anno è stata presente ad oltre 40 fiere di settore (alcune insieme alla Regione E-R altre, con solo una delle tre destinazioni e altre ancora come ad esempio come quella sul cicloturismo, presidiate solo da Emilia) oltre all'organizzazione di workshop che hanno generato oltre 300 contatti qualificati con tour operator mondiali.

Menziona il lavoro per mantenere sul territorio eventi di prestigio come il Good Italy Workshop e la presentazione della guida Michelin, fondamentali per il posizionamento internazionale della destinazione.

Fornasari conclude il suo intervento ringraziando lo staff per il lavoro "silente e prezioso" che ha permesso di raggiungere questi obiettivi con una struttura operativa contenuta.

Il Presidente pone in votazione il punto 1 all'odg "Approvazione Rendiconto di Bilancio 2025" che viene approvato all'unanimità dei presenti votanti.

Per il punto n. 1 all'odg verrà predisposta dedicata delibera di Assemblea.

Punto n. 2 all'odg: Approvazione Variazione di Bilancio.

Il Direttore illustra la variazione che si è resa necessaria per l'inserimento a bilancio di circa 100.000 euro, derivanti da una nuova convenzione triennale (valida fino al 2028) stipulata con il GAL del Ducato. Queste risorse sono destinate specificamente a potenziare l'offerta turistica e la promozione dell'area montana.

Le attività previste per l'utilizzo di questi fondi si dividono in due macro-aree:

- **Coordinamento Territoriale (Tavoli di Vallata):** Una parte dei fondi verrà impiegata per ripristinare, coordinare e promuovere i "tavoli di vallata" dell'Appennino emiliano. L'obiettivo è favorire il coinvolgimento diretto degli stakeholder locali e migliorare gli strumenti digitali di promozione dedicati alla montagna, come l'App specifica dell'area.
- **Promozione Esterna dell'Appennino:** La seconda macro-attività riguarda la partecipazione a un fitto calendario di fiere di settore e workshop. In questi contesti, l'Appennino di Emilia avrà spazi di visibilità esclusivi o in collaborazione con altri soggetti (come ACIS Servizi), supportati dalla produzione di nuovi materiali promozionali aggiornati.

Il Direttore ha precisato che i tavoli di vallata in appennino, saranno fatti coincidere con gli incontri partecipativi che stanno coinvolgendo tutto il territorio di Emilia sulla sostenibilità ambientale e che saranno calendarizzati tra la seconda metà di maggio e l'inizio di giugno 2026. Politicamente, questo accordo è visto come un successo nella capacità dell'Ente di attrarre contributi per lo sviluppo di progetti dedicati all'Alto Appennino.

Il Presidente pone in votazione il punto 2 all'odg "Approvazione Variazione di Bilancio" che viene approvato all'unanimità dei presenti votanti.

Per il punto n. 2 all'odg verrà predisposta dedicata delibera di Assemblea.

Punto n. 3 all'odg: Approvazione Codice Etico dell'Ente.

Viene portato in approvazione il Codice Etico dell'Ente, presentato come un pilastro fondamentale per la governance e la credibilità di Destinazione Turistica Emilia. Il Codice non è un semplice documento formale, ma una vera e propria "carta dei valori" basata su principi di trasparenza, coerenza, concorrenza leale e sostenibilità. La sua adozione è un passaggio obbligatorio nel percorso intrapreso dall'ente per ottenere la certificazione internazionale GSTC. L'obiettivo politico è costruire un linguaggio comune tra settore pubblico e privato, chiedendo a chiunque interagisca con la Destinazione un impegno concreto e non solo un'adesione simbolica.

Il Codice Etico definisce i comportamenti attesi dagli organismi dell'ente e da tutto il personale e regola i rapporti con i soci, le imprese aderenti alle reti turistiche, i partner e i fornitori, ai quali viene chiesta la sottoscrizione formale della carta dei valori.

Per garantire l'efficacia del Codice, è prevista l'istituzione di una Commissione Etica (o di controllo) che avrà il compito di verificare i comportamenti e monitorare il raggiungimento degli obiettivi annuali.

È stato inoltre sottolineato come molti soci già aderiscano ad iniziative simili (come "Avviso Pubblico"), e l'adozione di questo Codice da parte di DTE rafforza tale orientamento verso la legalità e la trasparenza amministrativa

Il Presidente pone in votazione il punto 3 all'odg "Approvazione Codice Etico dell'Ente" che viene approvato all'unanimità dei presenti votanti.

Per il punto n.3 all'odg verrà predisposta dedicata delibera di Assemblea.

Punto n. 4 all'odg: Comunicazione del Presidente in merito al Piano delle Attività Turistiche 2027 e aggiornamento attività 2026.

Il Presidente Simone Fornasari, coadiuvato dal Direttore Pierangelo Romersi, ha illustrato le linee guida del Piano delle Attività Turistiche 2027, sottolineando come questo sia stato approvato dal CDA in continuità strategica con il piano del 2026.

Il Presidente ha delineato un 2027 focalizzato sul consolidamento dei prodotti turistici esistenti, sull'innovazione digitale (tramite strumenti come la chatbot) e sul definitivo posizionamento dell'Emilia come destinazione leader per il turismo sostenibile ed esperienziale. Di seguito i dettagli principali riguardanti la programmazione per il 2027:

Continuità Finanziaria e Operativa: il piano per il 2027 è stato approvato anticipatamente (entro gennaio 2026) per consentire alla Regione di sbloccare le risorse necessarie e garantire l'operatività immediata dell'ente. Si conferma lo stanziamento regionale di 850.000 euro, di cui 510.000 euro destinati al PTPL (Programma Turistico di Promozione Locale) per i comuni e 340.000 euro per le attività di promo-commercializzazione.

Per il 2027, che rappresenta l'ultimo anno della programmazione triennale, vengono confermate le sei aree tematiche di eccellenza del territorio: Emilia Bike Experience, i Cammini di Emilia, Borghi e Castelli, Food and Wine, il Benessere e il Valore UNESCO per l'area del Po.

Proseguirà come asse portante il progetto "Emilia Sostenibile". Il Presidente ha evidenziato l'importanza di completare il percorso per la certificazione internazionale GSTC, che posizionerebbe l'Emilia come la prima area vasta in Europa (e potenzialmente al mondo) a ottenere tale riconoscimento, con enormi vantaggi in termini di marketing internazionale.

Fornasari ha annunciato l'apertura di un tavolo di lavoro specifico per il settore MICE (Meeting, Incentives, Conferences and Exhibitions), che sarà centrale nel 2027 per potenziare il turismo congressuale e l'indotto economico derivante dai grandi eventi aziendali.

Il Merito alle attività in corso il Presidente ha confermato che la campagna di servizi televisivi sui territori proseguirà per tutto il 2026. L'obiettivo è completare la promozione in modo variegato, alternando la valorizzazione di cultura, arte e castelli con il racconto dei grandi eventi prestigiosi. Ad oggi, queste attività hanno già superato i 60 milioni di visualizzazioni.

Per il 2026 è confermata la permanenza sul territorio emiliano di eventi di calibro mondiale come il Good Italy Workshop (previsto per settembre 2026) e la presentazione della guida Michelin, nonostante la concorrenza di altri territori extra-regionali.

Percorso di Sostenibilità (GSTC): Le attività legate al progetto "Emilia Sostenibile" e alla certificazione internazionale GSTC entrano nel vivo con una serie di incontri territoriali già programmati per raccogliere informazioni e sensibilizzare i cittadini.

Focus sull'Appennino: Grazie alla variazione di bilancio approvata, dalla seconda metà di maggio 2026 partiranno le attività dedicate all'alto Appennino, che includono il ripristino dei tavoli di vallata e un piano di promozione specifica in fiere e workshop.

Presenza nelle Fiere: Continua la strategia di partecipazione diretta alle più importanti fiere di settore internazionali (come il Fespo in Svizzera o fiere specifiche sul cicloturismo), anche laddove la Regione non è presente, per garantire visibilità costante alla destinazione.

In sintesi, il 2026 è descritto come un anno di miglioramento continuo e di messa a terra di risultati oggettivi, supportato da una struttura operativa che, seppur piccola, sta portando l'Emilia a essere la destinazione con la maggiore crescita percentuale della regione.

Il Direttore Pierangelo Romersi introduce in Assemblea il Dott. Alessandro Moschetti dell'Agenzia "QuartoPiano": professionista che ha accompagnato l'Ente negli ultimi mesi per la realizzazione del nuovo servizio di chatbot che sarà ospitato a breve sul sito visitemilia.com.

Il dott. Moschetti prende quindi la parola per presentare "Emilia" la nuova chatbot: un'assistente digitale basato su intelligenza artificiale progettato per guidare i turisti nella scoperta del territorio.

"Emilia" interroga esclusivamente un database di informazioni verificate provenienti dalle cinque redazioni locali (Parma, Piacenza, Reggio Emilia, Salsomaggiore Terme e Appennino Reggiano).

Questo garantisce che le risposte non siano "inventate" dall' algoritmo ma basate su contenuti reali e aggiornati. Il sistema utilizza la tecnologia Rag (Retrieval-Augmented Generation) per effettuare ricerche semantiche su oltre 18.000 contenuti, tra cui 10.000 punti di interesse, 1.000 eventi e quasi 1.000 itinerari tematici.

L'utente interagisce con la chatbot in modo discorsivo, fornendo dettagli sul proprio viaggio come, durata del soggiorno, il punto di partenza, il mezzo di trasporto e la composizione del gruppo e in base agli interessi espressi (cultura, food, natura, ecc.), il sistema elabora una proposta che include luoghi da visitare, mostre, e suggerimenti su dove mangiare e dormire.

Una volta confermate le preferenze, la chatbot genera in pochi secondi un documento PDF scaricabile; ma una guida dinamica con suddivisione delle tappe per giorni, mappe geolocalizzate, tempi di percorrenza, numeri utili e link cliccabili per effettuare prenotazioni dirette.

Le interazioni vengono tracciate in forma anonima per permettere all'ente di analizzare i flussi turistici, le richieste più frequenti e la provenienza degli utenti, migliorando così le politiche di marketing territoriale.

Durante l'assemblea, oltre alle relazioni tecniche e politiche del Direttore Romersi e del Presidente Fornasari, diversi soci e amministratori sono intervenuti apportando riflessioni e proposte concrete per lo sviluppo turistico del territorio.

I principali contributi dei presenti sono stati i seguenti:

Fiorello Tagliavini (membro del CdA e rappresentante di Guastalla): ha espresso un giudizio molto positivo sul lavoro svolto, sottolineando come l'incremento delle presenze del 10% sia un risultato significativo per un territorio variegato come quello emiliano. Ha riportato l'esperienza diretta di

Guastalla, che ha visto l'arrivo di turisti da Lombardia e Veneto grazie alla promozione televisiva. Ha inoltre lodato l'adozione del Codice Etico come strumento essenziale di trasparenza per gli enti pubblici.

Mario Marini (Comune di Parma): ha evidenziato che, sebbene DTE sia nota ai turisti, spesso gli stakeholder locali non ne comprendono appieno le potenzialità di coordinamento. Ha proposto di organizzare incontri fisici sul territorio (non solo assemblee formali) per far capire agli operatori locali che l'ente è un interlocutore strategico e operativo "sul pezzo".

Nicola Cesari (Sindaco di Sorbolo Mezzani): ha proposto di chiedere alla Regione il rafforzamento del binomio treno+bici, suggerendo l'allestimento di interi vagoni per il trasporto biciclette (seguendo l'esempio di altre regioni) per favorire il cicloturismo sulla Food Valley Bike. Ha ipotizzato la creazione di treni tematici come il "Treno di Giuseppe Verdi" o di "Peppone e Don Camillo" sulla linea Parma-Suzzara. Ha espresso inoltre il timore che i successi dell'Emilia possano essere penalizzati da uno spostamento di fondi regionali verso la Romagna a seguito delle difficoltà subite da quel territorio, esortando i soci a far sentire la propria voce politica.

Milva Furlotti (Comune di Busseto): Si è riallacciata all'intervento di Cesari, confermando che la mancanza di collegamenti fruibili tra i territori è un problema emerso anche in recenti studi locali e ha sostenuto la necessità di portare questa istanza in Regione in modo unitario.

Il Presidente Fornasari ha accolto favorevolmente i suggerimenti, proponendo in particolare di inserire a verbale l'obiettivo di sensibilizzare il territorio con tour mirati e di proseguire il confronto con la Regione sulle infrastrutture ferroviarie.

Terminata la discussione il Presidente Fornasari, ringrazia i presenti e chiude la seduta alle ore 13:00

Verbale n. 01/2026 della seduta del 29 aprile 2026.

Il Presidente
Simone Fornasari

Il Direttore
Pierangelo Romersi



Estratto del Verbale dell'ASSEMBLEA DEI SOCI

DELIBERA N. 1/2026 DEL

Oggetto: APPROVAZIONE RENDICONTO DI GESTIONE ANNO FINANZIARIO 2025

L'Assemblea dei Soci

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;

CONSIDERATO CHE:

- è stato approvato il bilancio preventivo 2026 con Delibera n. 9/2025 dall'Assemblea dei Soci
- è stato approvato il PEG 2026 con Delibera n. 1/2026 del Consiglio di Amministrazione

DATO ATTO CHE

- al bilancio di previsione sono state apportate le seguenti variazioni:
 - Applicazione avanzo per far fronte alle necessità amministrative dell'Ente, approvata con Delibera dell'Assemblea dei Soci n. 2 del 30/04/2025;
 - Variazione di bilancio per far fronte a maggiori entrate e uscite dell'Ente, approvata con Delibera dell'Assemblea dei Soci n. 3 del 24/07/2025;
 - Assestamento generale e salvaguardia degli equilibri di bilancio 2025 corredata dal parere dell'Organo di Revisione e approvata dall'Assemblea dei Soci con delibera 4 del 24/07/2024;
 - Variazione di bilancio e ulteriore applicazione avanzo per contributi aggiuntivi all'Ente e relativa compartecipazione finanziaria, approvata con Delibera dell'Assemblea dei Soci n. 6 del 03/10/2025;
- nell'anno 2025 sono state interamente realizzate le attività previste dal programma annuale e pertanto è non stato necessario riaccertare e reimputare sul bilancio 2026 nessuna somma relativa a detto programma;
- l'esercizio 2025 si è chiuso con un risultato di amministrazione di € 192.555,61

PREMESSO altresì che l'articolo 227, comma 2, del D.Lgs. 18/08/2000, n. 267 e l'articolo 18, comma 1, lett. b), del D.Lgs. 23/06/2011, n. 118, prevedono che gli enti locali deliberino, entro il 30 aprile dell'anno successivo, il rendiconto della gestione composto dal conto del bilancio, dal conto economico e dallo stato patrimoniale;

RICHIAMATO l'articolo 11, comma 6, del D.Lgs. n.

118/2011 PRESO ATTO CHE:

- la gestione finanziaria si è svolta in conformità ai principi ed alle regole previste in materia di finanza locale e di contabilità pubblica;
- il Tesoriere ha reso il conto della gestione, ai sensi dell'art. 226 del D.Lgs. n. 267/2000, debitamente sottoscritto e corredato di tutta la documentazione contabile prevista (reversali di incasso, mandati di pagamento e relativi allegati di svolgimento, ecc.);
- l'ente ha provveduto al riaccertamento dei residui nella seduta del Consiglio di Amministrazione del 9 marzo 2026 (Verbale n. 2/2026) come richiesto dall'art. 228 comma 3 del TUEL;
- il Direttore (Responsabile Finanziario) ha effettuato la parificazione del conto del tesoriere e degli agenti contabili interni, verificando la corrispondenza delle riscossioni e dei pagamenti effettuati durante l'esercizio finanziario 2025 con le risultanze del conto del bilancio;

VISTI:

- lo schema del Rendiconto della gestione dell'esercizio 2025 redatto secondo lo schema di cui all'allegato 10 al D.Lgs. n. 118/2011 allegato al presente provvedimento;
- la Relazione tecnica dell'esercizio 2025, redatta ai sensi dell'art. 11, comma 6, del D.Lgs. n. 118/2011;
- il prospetto dimostrativo dell'avanzo;
- l'elenco dei residui da trasmettere al tesoriere;

DATO ATTO CHE il Revisore dei Conti ha espresso parere favorevole e redatto apposito verbale allegato alla presente delibera quale sua parte integrante e sostanziale;

SPECIFICATO che nell'avanzo 2024 non risultano quote vincolate;

All'unanimità dei presenti:

DELIBERA

- di approvare lo schema del Rendiconto della gestione relativo all'esercizio finanziario 2025 redatto secondo lo schema di cui all'allegato 10 al D.Lgs. n. 118/2011 e tutti gli allegati previsti;
- Il risultato di amministrazione di € 192.555,61 coincide con quanto previsto nello stato patrimoniale del 2025 di -101.506,97 aumentato della somma dei risultati degli esercizi precedenti di € 294.062,58 (€ 48.545,53 per il 2024, € 8.567,33 per il 2023 € 63.427,35 per il 2022 € 87.473,85 per il 2021 € 63.173,46 per il 2020 e € 22.875,06 dell'esercizio 2019).
- di dare mandato agli uffici di pubblicare e trasmettere la presente agli Enti di competenza.

Il Presidente
Simone Fornasari



ESTRATTO DEL VERBALE DELL'ASSEMBLEA DEI SOCI

DELIBERA N. 2/2026 DEL

Oggetto: DESTINAZIONE TURISTICA EMILIA – VARIAZIONE DI BILANCIO

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;
- 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;

Visti:

- lo Statuto e il Regolamento di contabilità
- il verbale del Consiglio di Amministrazione della DTEmilìa n. 5 del 7 giugno 2023 che nomina del Direttore, dott. Pierangelo Romersi in qualità di Dirigente a tempo determinato a far tempo dal 1^a luglio 2023;
- il Decreto del Presidente della Provincia di Parma n.114 del 2/07/2024 con il quale si approva la convenzione per la gestione delle attività intercorrenti tra la DTEmilìa e la Provincia di Parma, fino al 30/06/2027;

Dato atto che:

- è stato approvato il bilancio preventivo 2026 con Delibera n. 9/2025 dall'Assemblea dei Soci
- è stato approvato il PEG 2026 con Delibera n. 1/2026 del Consiglio di Amministrazione
- il Rendiconto di gestione 2025 è stato approvato dall'Assemblea dei Soci il 20 aprile 2026;

Preso atto della necessità di adeguamento delle poste di bilancio di previsione 2026/2028 in particolare

- contributo aggiuntivo straordinario di € 98.647,00 assegnato alla Destinazione Turistica Emilia a seguito della presentazione della Domanda di Sostegno al PSP COPSR 2023-2027 e della sottoscrizione della Convenzione con il GAL del Ducato;

Pertanto la proposta di variazione al bilancio di previsione finanziario 2026 prevede quanto segue:

- *anno 2026 - competenza*: variazioni in aumento in entrata e in uscita derivante da:

USCITE	maggiori	minori	differenza
Spese correnti (1-4)	98.647,00	0,00	98.647,00
Spese c/capitale (2)	0,00	0,00	0,00
Servizi per conto terzi (7)	0,00	0,00	0,00
TOTALE	98.647,00	0,00	98.647,00
ENTRATE	maggiori	minori	differenza
Utilizzo Avanzo di amministrazione	0,00	0,00	0,00
Entrate correnti (1-2-3)	98.647,00	0,00	98.647,00
Entrate c/capitale (4-6)	0,00	0,00	0,00
Entrate per conto terzi e partite di giro (9)	0,00	0,00	0,00
TOTALE	98.647,00	0,00	98.647,00

Visti

- il D.Lgs. n. 267/2000 ed in particolare le norme contenute nell'art. 175 in materia di variazioni al bilancio di previsione;
- il D.Lgs. n.118/2011 e successive modificazioni e integrazioni;
- il regolamento di contabilità vigente;
- i pareri favorevoli di regolarità tecnica e contabile, resi ai sensi degli articoli 49 - 1° comma
- i pareri favorevoli di regolarità tecnica e contabile, resi ai sensi degli articoli 49 - 1° comma del D.Lgs. n. 267/2000 dal Responsabile del Settore Economico Finanziario, dott.

Pierangelo Romersi;

Dato atto che

- la variazione in oggetto consente il rispetto degli equilibri di bilancio di cui all'art. 162 c. 6 TUEL
- il Revisore dei Conti ha espresso parere favorevole e redatto apposito verbale;

All'unanimità dei presenti:

L'ASSEMBLEA DELIBERA

- che quanto indicato in premessa costituisce parte integrante e sostanziale del presente atto;
- di approvare il prospetto variazione di bilancio come risulta dall'allegato alla presente deliberazione quale parte integrante e sostanziale.

Il Presidente
Simone Fornasari



Estratto del Verbale dell'ASSEMBLEA DEI SOCI

DELIBERA N. 3/2026 DEL

Oggetto: APPROVAZIONE CODICE ETICO DI DESTINAZIONE TURISTICA EMILIA

L'Assemblea dei Soci

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;

CONSIDERATO CHE:

- è stato approvato il bilancio preventivo 2026 con Delibera n. 9/2025 dall'Assemblea dei Soci
- è stato approvato il PEG 2026 con Delibera n. 1/2026 del Consiglio di Amministrazione

DATO ATTO CHE

- nella seduta del 03/10/2025 l'Assemblea dei Soci ha approvato il progetto “Emilia Sostenibile” finanziato dal del Fondo unico nazionale del turismo di parte corrente – annualità 2025 e dalla Camera di Commercio;
- il suddetto progetto prevede obbligatoriamente l'adozione di un Codice Etico dell'Ente che definisce i comportamenti attesi dagli organismi dell'ente e da tutto il personale e regola i rapporti con i soci, le imprese aderenti alle reti turistiche, i partner e i fornitori, ai quali viene chiesta la sottoscrizione formale della carta dei valori;

PREMESSO altresì che l'articolo 227, comma 2, del D.Lgs. 18/08/2000, n. 267 e l'articolo 18, comma 1, lett. b), del D.Lgs. 23/06/2011, n. 118, prevedono che gli enti locali deliberino, entro il 30 aprile dell'anno successivo, il rendiconto della gestione composto dal conto del bilancio, dal conto economico e dallo stato patrimoniale;

RICHIAMATO l'articolo 11, comma 6, del D.Lgs. n.

118/2011 PRESO ATTO:

- della necessità di approvare il suddetto Codice, e prevedere l'istituzione di una Commissione Etica (o di controllo) che avrà il compito di verificare i comportamenti e monitorare il raggiungimento degli obiettivi annuali.

VISTI:

- lo Statuto della DTE;
- i Piani di promocommercializzazione 2025;
- il T.U.E.L.;
- il D.L. 118/2011

All'unanimità dei presenti:

DELIBERA

- di approvare IL Codice Etico dell'Ente;
- di impegnarsi ad istituire una Commissione Etica (o di controllo) che avrà il compito di verificare i comportamenti e monitorare il raggiungimento degli obiettivi annuali.
- di dare mandato agli uffici di pubblicare e trasmettere la presente agli Enti di competenza.

Il Presidente
Simone Fornasari



Codice Etico della Destinazione “Visit Emilia”

Per adozione da parte dell’Ente e degli operatori aderenti

Versione narrativa e breve

1. Premessa e finalità

Visit Emilia promuove e coordina lo sviluppo turistico della destinazione nel rispetto dell’identità dei luoghi, della qualità della vita dei residenti e dell’esperienza autentica dei visitatori. Questo Codice Etico definisce i valori e i comportamenti attesi da Visit Emilia, dai partner pubblici e privati, dagli operatori aderenti e da chiunque collabori alla promozione e fruizione turistica del territorio.

La finalità è duplice: da un lato garantire un modello di turismo **responsabile, inclusivo e trasparente**; dall’altro tutelare il patrimonio naturale, culturale e sociale dell’Emilia, contribuendo a una crescita economica corretta e duratura.

2. Ambito di applicazione

Il Codice si applica a:

- Visit Emilia (organi direttivi, staff, collaboratori, consulenti);
- partner e operatori che utilizzano i canali di comunicazione della destinazione (portali, campagne, eventi, press tour);
- fornitori e subfornitori coinvolti in servizi e progetti promossi o coordinati da Visit Emilia;
- stakeholder pubblici e privati che sottoscrivono formalmente il Codice come condizione di adesione o partecipazione a iniziative.

3. Valori guida

Visit Emilia si riconosce nei seguenti valori, che guidano ogni decisione strategica e operativa:

Integrità: agiamo con onestà, coerenza e responsabilità.

Rispetto: valorizziamo persone, comunità, culture e paesaggi senza sfruttamento o banalizzazione.

Qualità: promuoviamo standard elevati di accoglienza, sicurezza e tutela dell’esperienza.

Trasparenza: comunichiamo in modo chiaro, verificabile e non ingannevole.

Sostenibilità: perseguiamo equilibrio tra benefici economici, impatti ambientali e benessere

sociale.

Inclusione: garantiamo pari dignità, accessibilità e non discriminazione.

4. Principi etici e impegni

4.1 Centralità delle comunità locali

Visit Emilia riconosce i residenti come co-protagonisti della destinazione e si impegna a:

- promuovere un turismo compatibile con i ritmi e gli spazi della vita quotidiana;
- favorire la distribuzione dei flussi nel tempo e nello spazio, evitando sovraffollamento e pressioni eccessive;
- valorizzare filiere locali e micro-imprese, contrastando dinamiche estrattive (profitto senza ritorno sul territorio);
- ascoltare attivamente le comunità (incontri periodici, strumenti di feedback, consultazioni su eventi e campagne).

4.2 Tutela del patrimonio culturale e identitario

La destinazione tutela l'autenticità e l'integrità del patrimonio materiale e immateriale:

- promuovendo narrazioni rispettose, contestualizzate e non stereotipate;
- scoraggiando pratiche di "folklorismo" o appropriazione culturale;
- lavorando con musei, archivi, guide abilitate, associazioni e comunità custodi delle tradizioni;
- adottando criteri di comportamento per i visitatori in luoghi sensibili (borghi, luoghi di culto, aree rurali).

4.3 Responsabilità ambientale e climatica

Visit Emilia si impegna a ridurre gli impatti ambientali generati dal turismo e a promuovere comportamenti consapevoli:

- preferendo mobilità a basso impatto (ferrovia, bici, cammini, intermodalità), e comunicando alternative concrete all'auto privata quando disponibili;
- promuovendo la tutela della biodiversità e il rispetto delle aree naturali, con regole chiare di fruizione;
- incentivando la riduzione dei rifiuti (plastic-free dove possibile), l'uso efficiente di acqua ed energia, e pratiche di acquisto responsabile;
- supportando iniziative locali di adattamento climatico, cura del paesaggio e rigenerazione.

4.4 Accoglienza, diritti, sicurezza e non discriminazione

La destinazione promuove un'ospitalità fondata su dignità, sicurezza e pari opportunità:

- rifiutando ogni forma di discriminazione (genere, età, origine, religione, disabilità, orientamento, condizioni sociali);
- sostenendo l'accessibilità fisica, sensoriale e informativa (linguaggi chiari, informazioni affidabili, servizi per bisogni specifici);
- contrastando molestie, sfruttamento e abusi, con procedure di segnalazione e risposta;
- promuovendo standard di sicurezza per attività outdoor, eventi e servizi turistici, nel rispetto delle normative vigenti.

4.5 Lavoro dignitoso e filiere corrette

Visit Emilia riconosce la qualità del lavoro come parte integrante della qualità turistica e si impegna a:

- favorire partner e fornitori che rispettano contratti, sicurezza sul lavoro, orari e retribuzioni conformi;
- scoraggiare pratiche di dumping sociale e irregolarità contrattuali;
- promuovere formazione continua su ospitalità, sostenibilità, accoglienza inclusiva, sicurezza.

4.6 Trasparenza, comunicazione corretta e marketing responsabile

La promozione della destinazione deve essere credibile e verificabile:

- evitando greenwashing e dichiarazioni non dimostrabili;
- distinguendo chiaramente contenuti editoriali da contenuti sponsorizzati o partnership;
- comunicando limiti e regole di fruizione (prenotazioni necessarie, comportamenti richiesti, capacità massime, stagionalità);
- utilizzando immagini e messaggi rispettosi delle persone e dei luoghi, senza spettacolarizzare povertà, marginalità o fragilità.

4.7 Protezione dei dati e responsabilità digitale

Visit Emilia tratta i dati in modo lecito e rispettoso:

- minimizzando la raccolta dati e proteggendoli con misure adeguate;
- garantendo trasparenza sulle finalità, sui tempi di conservazione e sui diritti degli interessati;

- utilizzando strumenti digitali e AI con criteri di correttezza, evitando manipolazioni e pratiche scorrette.

4.8 Rapporti con la Pubblica Amministrazione e prevenzione dei conflitti di interesse

Visit Emilia adotta comportamenti improntati a legalità e imparzialità:

- prevenendo conflitti di interesse reali o percepiti in selezioni, bandi, partnership e forniture;
- adottando criteri chiari di scelta dei fornitori (qualità, impatto, tracciabilità, regolarità);
- rifiutando regali o vantaggi indebiti che possano influenzare decisioni o comunicazioni.

5. Impegni specifici per gli operatori aderenti (Carta di adesione)

Gli operatori che aderiscono alla destinazione si impegnano, per quanto applicabile, a:

- garantire informazioni chiare su prezzi, condizioni, servizi, accessibilità e policy;
- ridurre sprechi e rifiuti, promuovendo comportamenti sostenibili dei clienti;
- valorizzare prodotti e fornitori locali quando possibile e dichiararlo correttamente;
- gestire reclami e recensioni con rispetto, trasparenza e orientamento alla soluzione;
- adottare un comportamento corretto verso dipendenti e collaboratori, nel rispetto di sicurezza e contratti.

6. Governance, attuazione e miglioramento continuo

Per rendere il Codice operativo, Visit Emilia istituisce:

- un **Referente Etico** (o Comitato Etico) con funzione di indirizzo e verifica;
- un canale di **segnalazione riservata** (email dedicata o modulo) per comportamenti non conformi, con tutela della riservatezza;
- un processo annuale di **monitoraggio** (indicatori minimi: reclami/feedback, accessibilità informativa, sostenibilità eventi, qualità comunicazione);
- un piano di **miglioramento** e formazione, con aggiornamento periodico del Codice.

7. Segnalazioni, gestione delle non conformità e misure

Le segnalazioni vengono raccolte, valutate e gestite in tempi ragionevoli secondo criteri di imparzialità. In caso di violazioni accertate, possono essere previste misure graduate, ad esempio:

- richiesta di adeguamento entro termini definiti;
- sospensione temporanea da campagne o canali della destinazione;
- revoca dell'adesione in caso di gravi o reiterate violazioni.

8. Adozione e pubblicazione

Il Codice viene approvato dagli organi competenti della DMO, pubblicato sui canali ufficiali e sottoscritto dai soggetti aderenti.

CODICE ETICO

Destinazione Visit Emilia

Rev. 00 – [Mese] [Anno]

Approvato con Delibera n. ___ del // ___

Sommario

SEZIONE I – Principi Generali

1. Premessa
2. Natura e funzione del Codice
3. Chi siamo
4. Scopo e obiettivi
5. Destinatari e ambito di applicazione
6. Diffusione, conoscenza e responsabilità individuale

SEZIONE II – I Nostri Valori

1. Legalità e responsabilità
2. Integrità e anticorruzione
3. Trasparenza e tracciabilità
4. Riservatezza e protezione delle informazioni
5. Equità e imparzialità
6. Valore delle persone
7. Diversità, inclusione e pari opportunità
8. Tutela del patrimonio della destinazione e dell'organizzazione

9. Correttezza, lealtà e collaborazione
10. Conflitto di interessi
11. Responsabilità nell'uso delle risorse e sostenibilità
12. Responsabilità verso la collettività e il territorio
13. Sicurezza, tutela e prevenzione dei rischi
14. Comunicazione responsabile e reputazione

SEZIONE III – Norme di comportamento nei confronti del personale, degli operatori aderenti e dei terzi

1. Principi generali di condotta
2. Gestione dei rapporti di lavoro e collaborazione
3. Selezione, incarichi e valutazione
4. Comportamenti attesi e doveri di diligenza
5. Regali, omaggi, ospitalità e utilità
6. Utilizzo di beni, strumenti e sistemi informativi
7. Gestione delle informazioni e dei contenuti
8. Rapporti con visitatori e utenti
9. Rapporti con fornitori e terzi (acquisti, incarichi, partnership)
10. Tutela dell'immagine e uso del brand Visit Emilia

SEZIONE IV – Rapporti con l'esterno

1. Rapporti con istituzioni e soggetti pubblici
2. Rapporti con il mercato e concorrenza leale
3. Rapporti con media e comunicazione pubblica
4. Rapporti con comunità locali, associazioni, mondo culturale
5. Rapporti con mondo accademico, ricerca e innovazione
6. Relazioni in eventi, fiere, press tour e attività promozionali

SEZIONE V – Segnalazioni, violazioni e misure conseguenti

1. Principi generali
2. Segnalazioni e canali
3. Istruttoria e gestione

4. Misure conseguenti e provvedimenti
5. Tutela da ritorsioni e riservatezza
6. Misure verso operatori aderenti e terzi

SEZIONE VI – Modalità di attuazione e aggiornamento

1. Referente Etico / Comitato Etico
2. Piano di diffusione e formazione
3. Monitoraggio e miglioramento continuo
4. Revisione del Codice
5. Entrata in vigore

SEZIONE I

PRINCIPI GENERALI

1. Premessa

Visit Emilia considera l'etica non come un tema accessorio, ma come una componente strutturale della qualità della destinazione. La reputazione turistica di un territorio si costruisce nel tempo e si può compromettere rapidamente: bastano comunicazioni scorrette, pratiche opache, comportamenti discriminatori, narrazioni stereotipate o iniziative che generano conflitto con le comunità locali.

Questo Codice Etico nasce per fissare una cornice chiara e condivisa: definisce i valori che orientano l'azione della destinazione e stabilisce le regole di comportamento attese da chiunque operi nel suo perimetro, a qualunque titolo. La sua finalità non è "punitiva", ma preventiva e culturale: fornire riferimenti concreti per decidere e agire in modo coerente, riconoscibile e credibile.

2. Natura e funzione del Codice

Il Codice Etico è un documento di indirizzo e di autoregolamentazione che:

- definisce diritti, doveri e responsabilità della destinazione verso i propri stakeholder;
- orienta il governo dei processi interni (decisioni, gestione risorse, comunicazione);
- stabilisce criteri di condotta nei rapporti con operatori, fornitori, visitatori, partner;
- costituisce riferimento per la gestione di segnalazioni e non conformità;

- integra e ispira procedure, linee guida e regolamenti operativi.

Il Codice si applica trasversalmente: prevale, come principio generale, su prassi o consuetudini non coerenti con i suoi contenuti. Quando sorgono dubbi interpretativi, deve prevalere l'approccio più prudente, trasparente e rispettoso dell'interesse collettivo della destinazione.

3. Chi siamo

Destinazione Turistica Emilia (anche Visit Emilia) è l'Ente pubblico territoriale che promuove e coordina la promozione turistica nelle 3 province dell'Emilia occidentale, valorizzandone il patrimonio culturale, paesaggistico, enogastronomico e identitario. La destinazione non è un "prodotto" isolato: è un ecosistema composto da comunità, imprese, istituzioni, associazioni, luoghi e racconti.

Per questo Visit Emilia agisce come soggetto di raccordo e di garanzia: crea coerenza tra narrazione e realtà, incentiva la qualità dell'offerta, rafforza il posizionamento competitivo e, al tempo stesso, tutela l'autenticità del territorio.

4. Scopo e obiettivi

Lo scopo del Codice è assicurare che lo sviluppo turistico avvenga secondo criteri di:

- **equilibrio** (tra crescita e capacità del territorio),
- **responsabilità** (verso ambiente e comunità),
- **correttezza** (nei comportamenti e nella comunicazione),
- **valore condiviso** (benefici distribuiti lungo la filiera).

Gli obiettivi operativi sono:

1. prevenire comportamenti che danneggiano la reputazione della destinazione;
2. migliorare la qualità delle relazioni con stakeholder e visitatori;
3. rafforzare trasparenza e imparzialità nelle scelte;
4. promuovere standard comuni, senza appesantire inutilmente gli operatori;
5. rendere misurabile il miglioramento attraverso monitoraggi periodici.

5. Destinatari e ambito di applicazione

Sono destinatari del Codice:

- organi di indirizzo e governance della Destinazione;
- personale, collaboratori, consulenti e volontari coinvolti nelle attività;

- operatori aderenti (ricettività, ristorazione, servizi turistici, guide, eventi);
- fornitori e partner tecnici;
- soggetti coinvolti in progetti, campagne, attività promozionali e iniziative con il brand Visit Emilia.

Ogni destinatario è tenuto a conoscere il Codice e ad applicarlo in modo proporzionato al proprio ruolo. L'adesione alla rete o l'utilizzo del brand implica l'accettazione dei principi qui esposti.

6. Diffusione, conoscenza e responsabilità individuale

Visit Emilia assicura la diffusione del Codice tramite pubblicazione sui canali ufficiali, consegna ai destinatari, momenti di presentazione e formazione essenziale. La conoscenza del Codice non è opzionale: ciascun destinatario ha il dovere di informarsi e chiedere chiarimenti quando necessario.

Il Codice è efficace solo se diventa parte della quotidianità: per questo Visit Emilia promuove strumenti pratici (linee guida, checklist, format comunicativi, esempi) coerenti con i principi etici.

SEZIONE II

I NOSTRI VALORI

1. Legalità e responsabilità

Visit Emilia fonda la propria azione sul rispetto delle regole e sulla responsabilità individuale. Legalità significa anche correttezza sostanziale: non basta evitare l'illecito, occorre evitare comportamenti "formalmente corretti" ma sostanzialmente opachi, iniqui o dannosi per la reputazione collettiva.

Ogni destinatario è responsabile delle proprie scelte e del loro impatto: verso colleghi, partner, visitatori e comunità.

2. Integrità e anticorruzione

Visit Emilia rifiuta qualsiasi forma di corruzione, pressione indebita o scambio improprio. L'integrità richiede di mantenere indipendenza di giudizio, evitare scorciatoie e non subordinare decisioni o vantaggi a relazioni personali, regali, utilità o favori.

Sono incompatibili con la destinazione:

- richieste, offerte o accettazioni di utilità che condizionino decisioni;
- promesse di visibilità, inserimenti o vantaggi in cambio di benefici;
- pratiche opache nella selezione di fornitori, partner o operatori.

3. Trasparenza e tracciabilità

La trasparenza riguarda decisioni, processi e comunicazione. Visit Emilia si impegna a rendere comprensibili criteri e motivazioni, soprattutto quando riguardano: selezioni, partnership, campagne, incarichi, sponsorship e progetti.

La tracciabilità significa documentare in modo ordinato e verificabile: cosa si è deciso, perché, con quali criteri e con quali risorse. È un presidio di qualità, non una burocrazia fine a se stessa.

4. Riservatezza e protezione delle informazioni

Visit Emilia tutela informazioni riservate: dati interni, strategie, contenuti non pubblici, informazioni di partner, operatori e visitatori. La riservatezza non deve essere usata per nascondere scelte discutibili, ma per proteggere persone, relazioni e processi.

Chi gestisce informazioni deve farlo con prudenza, evitando diffusioni improprie, condivisioni non autorizzate, utilizzi per fini personali o comunicazioni non coerenti con le linee editoriali ufficiali.

5. Equità e imparzialità

Visit Emilia agisce con equità: criteri chiari, opportunità non discriminatorie, parità di trattamento a condizioni comparabili. L'imparzialità vale soprattutto nei contesti in cui la destinazione può attribuire visibilità, accesso a iniziative, partecipazione a campagne o vantaggi reputazionali.

L'equità richiede anche di ascoltare voci diverse: piccoli operatori, aree periferiche, realtà emergenti, e di evitare che la destinazione diventi la somma di pochi interessi dominanti.

6. Valore delle persone

Le persone sono il principale fattore di qualità. Visit Emilia riconosce dignità, competenza e contributo di ciascuno: staff, collaboratori, operatori, comunità. Ne deriva l'impegno a promuovere relazioni professionali sane: rispetto, chiarezza, correttezza, ascolto.

Sono inaccettabili comportamenti che mortificano, intimidiscono o svalutano. Il clima organizzativo è parte dell'etica: determina la qualità delle decisioni e la credibilità esterna.

7. Diversità, inclusione e pari opportunità

Visit Emilia promuove una destinazione accogliente, accessibile e rispettosa delle differenze. Inclusione significa: linguaggio non discriminatorio, attenzione all'accessibilità delle informazioni, rispetto delle identità personali, contrasto a stereotipi e barriere.

Pari opportunità significa anche garantire che collaborazione, incarichi e visibilità non dipendano da appartenenze, relazioni personali o caratteristiche non pertinenti alla qualità professionale.

8. Tutela del patrimonio della destinazione e dell'organizzazione

Il patrimonio non è solo economico: include brand, reputazione, relazioni, archivi, contenuti, dati, know-how e credibilità. Ogni destinatario è custode di questo patrimonio e deve evitarne l'uso improprio: appropriazione di contenuti, uso non autorizzato del marchio, divulgazione di strategie, azioni che danneggiano l'immagine della destinazione.

9. Correttezza, lealtà e collaborazione

La destinazione vive di collaborazione. Visit Emilia promuove comportamenti leali: rispetto degli accordi, chiarezza dei ruoli, gestione costruttiva dei conflitti, responsabilità nei tempi e negli impegni.

La lealtà è anche interna: non alimentare conflittualità inutili, non diffondere informazioni distorte, non "scaricare" responsabilità su altri. La collaborazione non è accondiscendenza: è capacità di lavorare per un obiettivo comune preservando qualità e integrità.

10. Conflitto di interessi

Il conflitto di interessi può essere reale, potenziale o percepito. Anche la percezione è importante: se una decisione appare influenzata da relazioni personali, la reputazione ne risente.

Esempi tipici: partecipazioni in imprese coinvolte, rapporti familiari con candidati/fornitori, incarichi esterni che interferiscono, vantaggi ricevuti. In tali casi si richiede dichiarazione, trasparenza e astensione dalle decisioni.

11. Responsabilità nell'uso delle risorse e sostenibilità

Le risorse della destinazione (finanziarie, umane, comunicative) devono essere usate con sobrietà ed efficacia. Sprechi e scelte inefficaci danneggiano il territorio. Visit Emilia assume la sostenibilità come criterio operativo: mobilità, eventi, materiali, forniture, scelte comunicative.

La sostenibilità non è un'etichetta: è un criterio di scelta. Ogni progetto dovrebbe chiedersi: "Quale impatto genera? È coerente con l'identità del luogo? Porta valore diffuso?".

12. Responsabilità verso la collettività e il territorio

Visit Emilia opera per lo sviluppo del territorio in senso ampio: economico, culturale e sociale. La destinazione non può crescere contro i residenti: deve crescere con loro. Ciò richiede ascolto, dialogo e attenzione a effetti collaterali: sovraffollamento, disturbo, perdita di autenticità, banalizzazione culturale.

13. Sicurezza, tutela e prevenzione dei rischi

Nelle attività promozionali, negli eventi e nelle esperienze, Visit Emilia promuove attenzione alla sicurezza dei partecipanti e alla gestione responsabile dei rischi (organizzativi, reputazionali, ambientali). La prevenzione passa da informazione chiara, scelta di partner affidabili, gestione appropriata delle criticità.

14. Comunicazione responsabile e reputazione

La narrazione di una destinazione è un atto di responsabilità. Visit Emilia si impegna a raccontare l'Emilia in modo autentico, evitando stereotipi, semplificazioni e promesse irrealistiche. La reputazione si costruisce con coerenza: ciò che si comunica deve poter essere vissuto davvero.

SEZIONE III

NORME DI COMPORTAMENTO NEI CONFRONTI DEL PERSONALE, DEGLI OPERATORI ADERENTI E DEI TERZI

1. Principi generali di condotta

Tutti i destinatari devono agire con diligenza e buona fede, rispettando ruoli, processi e impegni assunti. Le regole etiche valgono nei rapporti interni e in quelli esterni: in ufficio, durante eventi, nelle fiere, online, nelle relazioni con media e influencer.

Sono vietati comportamenti che possano generare danno reputazionale alla destinazione: aggressività, scorrettezza, comunicazioni non autorizzate, mancanza di rispetto verso comunità e luoghi.

2. Gestione dei rapporti di lavoro e collaborazione

Visit Emilia promuove rapporti professionali chiari: incarichi definiti, obiettivi espliciti, responsabilità coerenti e comunicazione trasparente. Nelle collaborazioni esterne si richiedono professionalità, affidabilità e coerenza con i valori del Codice.

Ogni rapporto deve essere gestito evitando ambiguità e sovrapposizioni: i confini tra interessi personali e ruolo devono restare netti.

3. Selezione, incarichi e valutazione

La selezione di personale e collaboratori, così come l'assegnazione di incarichi, deve basarsi su competenze, esperienza e idoneità al ruolo. Sono vietati favoritismi, nepotismi e criteri non oggettivi.

Nelle decisioni che prevedono scelte tra soggetti comparabili, Visit Emilia deve rendere chiari i criteri e mantenere traccia delle valutazioni essenziali.

4. Comportamenti attesi e doveri di diligenza

I destinatari devono:

- rispettare tempi e impegni;
- evitare linguaggi offensivi o discriminatori;
- gestire divergenze in modo professionale;
- segnalare criticità con senso di responsabilità;

- custodire informazioni e beni affidati.

La diligenza è anche cura del dettaglio: un'informazione errata, un contenuto impreciso, una promessa non mantenuta possono compromettere l'esperienza e la fiducia.

5. Regali, omaggi, ospitalità e utilità

Regali e ospitalità possono generare condizionamenti reali o percepiti. Per questo:

- sono ammessi solo omaggi di cortesia di valore contenuto e coerenti con prassi trasparenti;
- sono vietate utilità che possano influenzare decisioni (incarichi, selezioni, visibilità, partnership);
- in caso di dubbio, il destinatario deve informare il proprio referente e adottare la scelta più prudente (rifiuto o restituzione).

Press tour e ospitalità a media/influencer devono essere gestiti con criteri chiari: trasparenza sulle condizioni e distinzione tra contenuto editoriale e sponsorizzato.

6. Utilizzo di beni, strumenti e sistemi informativi

Beni e strumenti (account, device, database, piattaforme social, immagini, archivi) sono destinati alle finalità istituzionali. È vietato:

- usare asset della destinazione per fini personali o non autorizzati;
- condividere credenziali o accessi;
- pubblicare contenuti non verificati o non approvati;
- installare o utilizzare strumenti non autorizzati che esponano a rischi.

7. Gestione delle informazioni e dei contenuti

Le informazioni pubblicate devono essere accurate, aggiornate e verificabili. Vale soprattutto per: prezzi/condizioni, accessibilità, regole di fruizione, orari, capacità, prenotazioni, limiti ambientali, sicurezza.

È vietato “abbellire” artificialmente il territorio con narrazioni fuorvianti (greenwashing o overpromising). Le immagini devono rispettare persone e luoghi: niente spettacolarizzazione di fragilità, marginalità o situazioni private.

8. Rapporti con visitatori e utenti

I rapporti con visitatori devono essere improntati a rispetto, chiarezza e ascolto. Visit Emilia promuove un'accoglienza che non si limita al “servizio”, ma valorizza cultura e identità.

Reclami e feedback vanno gestiti con approccio costruttivo: evitare difensivismi, riconoscere responsabilità quando necessario, attivare miglioramenti. La qualità del riscontro è parte dell'etica.

9. Rapporti con fornitori e terzi (acquisti, incarichi, partnership)

Nei rapporti con fornitori e terzi si richiedono:

- criteri oggettivi di selezione (qualità, affidabilità, coerenza valoriale);
- chiarezza nei requisiti e nelle aspettative;
- trasparenza nei termini e nelle condizioni;
- prevenzione di dipendenze improprie o posizioni dominanti.

È vietato utilizzare la relazione con la destinazione per ottenere vantaggi personali (sconti, favori, servizi gratuiti non autorizzati). I pagamenti e gli accordi devono essere coerenti con prestazioni effettive e documentabili.

10. Tutela dell'immagine e uso del brand Visit Emilia

L'uso del logo, del marchio e delle diciture legate alla destinazione deve avvenire secondo linee guida ufficiali. È vietato:

- utilizzare il brand per promuovere offerte o messaggi non coerenti;
- insinuare endorsement non autorizzati;
- associare il marchio a contenuti discriminatori, ingannevoli o in contrasto con i valori della destinazione.

Visit Emilia può richiedere la rimozione immediata di utilizzi impropri e adottare misure verso gli aderenti.

SEZIONE IV

RAPPORTI CON L'ESTERNO

1. Rapporti con istituzioni e soggetti pubblici

Visit Emilia mantiene rapporti corretti e collaborativi con le istituzioni. La destinazione promuove trasparenza, imparzialità e rispetto dei ruoli. Ogni interlocuzione deve essere gestita con chiarezza di mandato: chi rappresenta la destinazione deve attenersi alle posizioni ufficiali e non utilizzare la relazione istituzionale per fini personali o di parte.

2. Rapporti con il mercato e concorrenza leale

Visit Emilia opera per valorizzare il territorio senza alterare la concorrenza tra operatori. La destinazione non deve trasformarsi in strumento per favorire sistematicamente alcuni soggetti a danno di altri. La promozione deve essere basata su criteri dichiarabili: qualità, coerenza con prodotto, capacità organizzativa, affidabilità, rappresentatività territoriale.

Sono scorrette pratiche di esclusione arbitraria, opacità nella selezione o promesse di “corsie preferenziali”.

3. Rapporti con media e comunicazione pubblica

La relazione con media e content creator deve essere gestita con responsabilità. Visit Emilia:

- comunica dati e informazioni verificabili;
- distingue tra informazione, promozione e sponsorizzazione;
- rispetta la libertà editoriale, evitando pressioni improprie;
- tutela l'immagine del territorio, evitando narrazioni stereotipate o sensazionalistiche.

4. Rapporti con comunità locali, associazioni, mondo culturale

Visit Emilia considera le comunità e il mondo culturale alleati strategici. La promozione turistica deve rispettare il senso dei luoghi e delle tradizioni: evitare appropriazioni, folklorismi e riduzioni caricaturali.

Quando si lavora su eventi e patrimoni identitari, Visit Emilia favorisce il coinvolgimento dei portatori di conoscenza: associazioni, istituzioni culturali, comunità custodi.

5. Rapporti con mondo accademico, ricerca e innovazione

La destinazione sostiene progetti di ricerca, misurazione e innovazione (dati sui flussi, sostenibilità, accessibilità, customer experience), promuovendo integrità metodologica, correttezza nella comunicazione dei risultati e tutela dei dati.

6. Relazioni in eventi, fiere, press tour e attività promozionali

In tutti i contesti pubblici, i rappresentanti della destinazione devono mantenere comportamenti coerenti con il Codice. In particolare: rispetto, sobrietà, chiarezza comunicativa, attenzione agli impatti. Gli eventi devono essere progettati con cura: accessibilità informativa, attenzione ai rifiuti/materiali, coerenza con identità locale, prevenzione di criticità reputazionali.

SEZIONE V

SEGNALAZIONI, VIOLAZIONI E MISURE CONSEGUENTI

1. Principi generali

Il Codice è efficace se esistono strumenti per intercettare criticità e correggerle. Le violazioni non vanno gestite con logiche punitive automatiche, ma con approccio proporzionato: comprendere, correggere, prevenire recidive, tutelare la destinazione.

2. Segnalazioni e canali

Visit Emilia attiva canali dedicati (indirizzo email o modulo) per segnalare condotte non coerenti con il Codice. Le segnalazioni devono essere circostanziate, con elementi utili alla valutazione. È incoraggiata la segnalazione in buona fede, nell'interesse della destinazione.

3. Istruttoria e gestione

Le segnalazioni vengono valutate con imparzialità e riservatezza, garantendo:

- ascolto delle parti coinvolte;
- raccolta di evidenze;
- tracciabilità delle decisioni;
- tempi ragionevoli di gestione.

4. Misure conseguenti e provvedimenti

Le misure sono graduate in base a gravità e recidiva. A titolo esemplificativo:

- richiamo e richiesta di adeguamento;
- limitazioni temporanee di utilizzo del brand;
- esclusione da specifiche iniziative promozionali;
- sospensione o revoca dell'adesione (nei casi gravi o reiterati).

5. Tutela da ritorsioni e riservatezza

Visit Emilia tutela la riservatezza del segnalante e non tollera ritorsioni verso chi segnala in buona fede. La tutela della persona è parte del presidio etico.

6. Misure verso operatori aderenti e terzi

Quando la condotta riguarda operatori o terzi, Visit Emilia privilegia l'approccio di miglioramento (piano correttivo) ma preserva la reputazione collettiva: se necessario, adotta misure di sospensione o cessazione del rapporto.

SEZIONE VI

MODALITÀ DI ATTUAZIONE E AGGIORNAMENTO

1. Comitato Etico

Visit Emilia individua un Comitato Etico con compiti di:

- promozione della cultura etica;

- supporto interpretativo;
- gestione/indirizzo delle segnalazioni;
- proposta di aggiornamento del Codice;
- raccordo con la governance della destinazione.

2. Piano di diffusione e formazione

Il Codice è diffuso tramite:

- pubblicazione sul sito;
- consegna agli aderenti;
- momenti informativi (anche online);
- strumenti pratici di applicazione (linee guida e format).

3. Monitoraggio e miglioramento continuo

Visit Emilia predispone un monitoraggio periodico, basato su indicatori ragionevoli (non burocratici): segnalazioni, reclami, coerenza comunicativa, adesione operatori, qualità percepita, impatti di eventi e campagne. I risultati possono essere sintetizzati in un breve report

4. Revisione del Codice

Il Codice è soggetto a revisione periodica per restare attuale e coerente con l'evoluzione della destinazione. Le revisioni avvengono con atto formale della governance competente.

5. Entrata in vigore

Il presente Codice entra in vigore dalla data di approvazione con Delibera e si applica a tutti i destinatari indicati.

Delibera

L'Organo competente di Visit Emilia, L'Assemblea dei Soci:

- preso atto della necessità di dotare la destinazione di un Codice Etico quale strumento di indirizzo e responsabilità;
- valutata l'opportunità di rendere pubblici principi, valori e regole di comportamento a tutela della reputazione e dell'interesse collettivo;

delibera:

1. di approvare il "Codice Etico della Destinazione Visit Emilia – Rev.";
2. di disporre la pubblicazione sui canali ufficiali;
3. di prevederne l'applicazione ai destinatari indicati nel Codice;

4. di demandare al Referente/Comitato Etico le attività di diffusione, supporto interpretativo, gestione delle segnalazioni e proposta di aggiornamento;
5. di stabilire che l'adesione alla rete e l'uso del brand Visit Emilia presuppongano accettazione del Codice.