



DESTINAZIONE TURISTICA EMILIA

Responsabile : ROMERSI PIERANGELO

DETERMINAZIONE

n. 5 del 30/01/2026

Oggetto: DTE - PUBBLICAZIONE VERBALE CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE 1_2026 E DELIBERE 1_2026 APPROVAZIONE PEG 2026 - 2_2026 PROGRAMMA ANNUALE DELLE ATTIVITA' TURISTICHE 2027

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 DTEmiliana 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 DTEmiliana e la Provincia di Parma, fino al 30/06/2027;

Considerato

che il giorno 21 gennaio 2026 si è riunito il Consiglio di Amministrazione di Destinazione Turistica Emilia;

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

che sono state inoltre approvate le conseguenti Deliberazioni di Consiglio e precisamente:

n. 01/2026 Approvazione PEG 2026

n. 02/2026 Piano Annuale delle Attività Turistiche (PAAT) 2027;

DETERMINA

di pubblicare il Verbale n. 01/2026 della Seduta del Consiglio di Amministrazione del 21 gennaio 2026;

di pubblicare le conseguenti Delibere di Consiglio:

n. 01/2026 ad oggetto "Approvazione PEG 2026";

n. 02/2026 ad oggetto "Piano delle Attività Turistiche 2027";

di dare mandato agli uffici di Destinazione Turistica Emilia e di dare attuazione a quanto previsto nel verbale;

di pubblicare la presente determinazione avvalendosi della procedura informatizzata della Provincia di Parma, come da convenzione.

Sottoscritta dal Responsabile
(ROMERSI PIERANGELO)
con firma digitale



OGGETTO: DESTINAZIONE TURISTICA EMILIA - PUBBLICAZIONE VERBALE CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE 1_2026 E DELIBERE 1_2026 APPROVAZIONE PEG 2026 - 2_2026 PROGRAMMA ANNUALE DELLE ATTIVITA' TURISTICHE 2027

VISTO DI REGOLARITA' CONTABILE

DESTINAZIONE TURISTICA EMILIA

Responsabile: ROMERSI PIERANGELO

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)



Verbale n. 1/2026 della Seduta del Consiglio di Amministrazione
Mercoledì 21 gennaio 2026

L'anno duemila venticinque il giorno 21 (ventuno) del mese di gennaio alle ore 10:30, previa osservanza di tutte le formalità previste dall'art. 10 dello Statuto, a seguito di convocazione regolarmente recapitata ai componenti mezzo posta elettronica certificata, si è riunito il Consiglio di Amministrazione della Destinazione Turistica "Emilia" (Province di Parma, Piacenza, Reggio Emilia).

- Viste le Delibere dell'Assemblea dei Soci n. 11 del 20/12/2023, n. 01 del 15/01/2024 e n. 06 del 24/07/2024 con la quale sono stati nominati i membri del Consiglio di Amministrazione di Emilia per il mandato 2024/2026;
- Considerato che con atto dell'Assemblea dei Soci n. 11 del 12/12/2023 è stato nominato tra i membri del CdA, il Presidente dell'Ente nella persona del dott. Simone Fornasari;

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

Composizione CdA	Nome Cognome	Presenti
Piacenza	Simone Fornasari – Presidente	X
	Gianluca Argellati	
	Giulia Monteleone	
Parma	Lorenzo Lavagetto – Vicepresidente	X
	Francesco Mariani	X
	Giulia Chiussi	X
Reggio Emilia	Stefania Bondavalli	X
	Enrico Ferretti	
	Fiorello Tagliavini	X

Non è presente il Coordinatore della Cabina di Regia, Dott. Stefano Cantoni, invitato permanente alle sedute del Consiglio di Amministrazione.

La seduta si svolge on line:

Partecipa alla seduta in veste di uditrice la dott.ssa Elena Marchesi del Comune di Reggio Emilia - indicata dalla Consigliera Stefania Bondavalli.

E' presente il Direttore di Emilia dott. Pierangelo Romersi.

In esecuzione dell'art. 10 dello Statuto e verificato il numero dei presenti, il Presidente Simone Fornasari avvia la seduta delineando i punti chiave, quali l'approvazione del PEG ed annunciano il collegamento con l'agenzia Aigo per illustrare la progettualità della nuova campagna di comunicazione dedicata alla sostenibilità di Emilia Sostenibile.

Fornasari ha lodato il lavoro del CdA per aver sensibilizzato la Regione a elargire un contributo significativo tramite le risorse FUNT e ha sottolineato l'importanza del coinvolgimento della Camera di Commercio come partner fondamentale del progetto. Ha comunicato la scelta di presentare ufficialmente il percorso di "Emilia Sostenibile" in occasione della BIT di Milano ed esteso.

l'invito a presenziare alla BIT a tutti i componenti del CdA, evidenziando il piacere di avere una rappresentanza istituzionale nonostante i numerosi impegni degli amministratori.

Ha infine anticipato che la discussione avrebbe toccato i dettagli delle attività di comunicazione 2026 e una valutazione su fiere e workshop non ordinari per rafforzare la promozione della destinazione.

Punto 1 all'odg: Approvazione PEG 2026

Prende la parola il Direttore Romersi che mostrando alcune slide (inviate per conoscenza ai sigg.ri Consiglieri) presenta il Piano Esecutivo di Gestione (PEG) dell'Ente che rappresenta lo strumento fondamentale per rendere esecutivo il bilancio di previsione già approvato. La sua adozione è necessaria per assegnare al Direttore le risorse finanziarie e gli obiettivi operativi, permettendo la gestione quotidiana dell'ente, l'assunzione di impegni di spesa e l'accertamento delle entrate.

Il piano prevede una ripartizione delle risorse su diversi pilastri strategici:

- Personale (€ 430.000 complessivi): La struttura è composta da quattro dipendenti diretti e quattro dipendenti regionali, i cui costi vengono rimborsati alla Regione Emilia-Romagna, che a sua volta copre parte della spesa totale.
- Spese di Funzionamento (€ 90.000): Include i servizi essenziali per l'autonomia dell'ente, come il Revisore, l'OIV, la sicurezza, il DPO, la contabilità e le assicurazioni. È prevista una voce specifica per i nuovi software di protocollo e delibere, ora gestiti in autonomia rispetto alla Provincia di Parma.
- Promozione e Commercializzazione (PTPL): Sono previsti circa 510.000 euro per il Programma Turistico di Promozione Locale, suddivisi tra Ambito 1 (€ 255.000,00), Ambito 2 (€ 180.000,00) ed eventi (€ 75.000,00).

Il PEG 2026 come presentato delinea un'ambiziosa strategia di posizionamento:

- Comunicazione Turistica (€ 120.000): Include campagne digitali, Meta e Google, oltre al proseguimento della promozione televisiva e radiofonica (tramite l'agenzia Casadio) prevista soprattutto per il secondo semestre.
- Promozione del Territorio (€ 100.000): Fondi destinati a eventi locali, totem nelle stazioni, cartellonistica autostradale e accoglienza di stampa e tour operator.
- Gestione Reti e Digitale (€ 80.000): Risorse per la formazione, la newsletter e l'attivazione della nuova Chatbot Emilia basata su intelligenza artificiale, operativa dal 1° marzo.

Una parte rilevante del piano è dedicata alla declinazione del piano di comunicazione Starcom per il progetto Emilia Sostenibile (Risorse FUNT), con un investimento di 180.000 euro:

- Digital Marketing (€ 70.000): Campagne targettizzate per interessi e geolocalizzazione.
- Affissioni Digitali (€ 70.000): Presenza nelle stazioni ferroviarie di Milano, Bologna e Roma durante il periodo pasquale.
- Influencer e Media (€ 40.000): Collaborazioni con tre influencer focalizzati sulla sostenibilità e con *Condé Nast Traveller*.
- Street Art (€10.000): Si propone l'avvio di un percorso di mappatura e infrastrutturazione della Street Art nei tre comuni capoluogo come nuovo prodotto turistico.

Il piano prevede inoltre uno stanziamento di 60.000 euro per fiere e workshop.

In particolare propone:

- Partecipazione a fiere legate al progetto GAL del Ducato (TerraE a Bergamo, Cicloturismo a Padova, Bitesp a Venezia).
- Presenza all'Aperitivo Festival di Milano (in concomitanza con TuttoFood) e valutazione di una partecipazione al B2B dedicato ai matrimoni a Roma.
- Conferma delle fiere storiche come il Salone del Camper a Parma e Apimel a Piacenza.

In continuità con il PEG 2026, è stata proposta l'approvazione del Piano delle Attività Turistiche 2027, che ricalca i criteri e le risorse dell'anno precedente. Questa scelta è motivata dalla necessità contabile di permettere affidamenti biennali, garantendo maggiore stabilità gestionale e continuità nei rapporti con la Regione. Infine, l'ente monitorerà l'impatto della nuova piattaforma regionale APT (prevista per marzo) sulle attuali funzionalità del sito Visitemilia.com.

Il Presidente pone in votazione il punto 1) all'odg. - Approvazione PEG 2026 – che viene approvato all'unanimità dei presenti come illustrato. Per l'approvazione del PEG 2026 viene redatta dedicata Delibera di Consiglio.

Punto 2 all'odg: Campagna di comunicazione del progetto “Emilia sostenibile”

Il progetto si inserisce nel quadro delle attività finanziate tramite i contributi regionali e le risorse FUNT (Fondo Unico Nazionale del Turismo). Per la declinazione del piano di comunicazione sono stati stanziati complessivamente 180.000 euro, rappresentando la voce di spesa più consistente tra le novità del piano operativo. La strategia vede la collaborazione della Camera di Commercio come partner fondamentale del percorso.

Il piano di comunicazione, affidato all'agenzia Starcom attraverso la convenzione APT Servizi, prevede una strategia mirata e targettizzata basata su tre pilastri principali:

- Digital Marketing (€70.000): Utilizzo di strumenti come Google e Treads per raggiungere segmenti di pubblico specifici definiti per interessi (turismo slow e outdoor), età e geolocalizzazione.
- Affissioni Digitali (€70.000): Una campagna di forte impatto visivo prevista per le due settimane delle vacanze di Pasqua nelle stazioni ferroviarie di Milano, Bologna e Roma. La scelta di Roma è strategica per valorizzare il collegamento tramite l'Alta Velocità con il territorio emiliano.
- Influencer e Media (€40.000): Coinvolgimento di tre influencer specializzati in sostenibilità e una partnership con l'editore Condé Nast Traveller (digitale e cartaceo) per intercettare appassionati di viaggi di alto profilo.

Partecipa alla riunione Massimo Tocchetti dell'Agenzia Starcom che insieme alla collega, hanno presentato ai sigg.ri Consiglieri tre proposte creative; il Consiglio ha approvato il concept creativo denominato "Emilia è come te".

- Storytelling: La campagna rappresenta un'evoluzione di "Conosci Emilia". Mentre la comunicazione precedente mirava a stuzzicare la curiosità, questa nuova fase punta all'identificazione del viaggiatore con i valori di Emilia: un turista consapevole che cerca ritmi slow, rispetto per la natura e autenticità.
- Identità Visiva: Per dare una forte connotazione di sostenibilità, la grafica utilizza il colore verde, richiamando l'onda del logo ufficiale del brand.
- Temi trattati: I contenuti si concentrano sull'outdoor (trekking, bike), sulle eccellenze enogastronomiche vissute in modo genuino (caseifici, cantine) e sulla conservazione delle tradizioni locali.

La campagna "Emilia Sostenibile" avrà il suo momento di massima visibilità istituzionale con la presentazione ufficiale alla BIT di Milano, programmata per l'11 febbraio alle ore 15:30.

Punto 3 all'odg: Piano Fiere 2026

Come anticipato il Piano Fiere 2026 prevede uno stanziamento complessivo di 60.000 euro per la partecipazione a fiere, workshop ed eventi di promozione.

In collaborazione con APT Servizi e i partner territoriali, si conferma la presenza di Destinazione Emilia presso:

- Seminari / Apimel (Piacenza, Marzo): Appuntamento chiave per il settore agroalimentare e del verde (partner locali);

- Salone del Camper (Parma, Settembre): Fiera leader per il turismo *outdoor* e *en plein air*, (con APT servizi);

Gal del Ducato: si attende il via libera definitivo della Regione per le risorse GAL (circa 100.000 euro per il biennio), relative ad un progetto che include i seguenti eventi strategici per la valorizzazione dell'Appennino:

- Cicloturismo (Padova, fine Marzo): Evento considerato fondamentale per il settore bike, in costante crescita sul territorio (già conosciuto – fino allo scorso anno aveva sede a Bologna e si partecipava in collaborazione con APT servizi; quest'anno APT non partecipa);
- TerraE (Bergamo, inizio Novembre): Una nuova fiera focalizzata sulla sostenibilità e il territorio.
- BiTESP (Venezia, fine Novembre): Borsa Internazionale del Turismo Esperienziale.

Il piano propone inoltre l'inserimento di nuovi appuntamenti volti a rafforzare il posizionamento di Emilia su mercati specifici:

- Fa' la Cosa Giusta (Milano, Marzo): Fiera dedicata al consumo critico e agli stili di vita sostenibili, giudicata molto utile per la promozione dei cammini e delle esperienze bike;
- DiscoverItaly (Sestri Levante, Aprile): Workshop B2B con operatori internazionali, che prevede l'organizzazione di pre-tour sul territorio emiliano per mostrare direttamente l'offerta turistica.
- Aperitivo Festival (Milano, Maggio): Evento di grande risonanza nazionale organizzato in concomitanza con *TuttoFood*, dove Emilia potrà promuovere il territorio attraverso le proprie eccellenze enogastronomiche DOP.
- B2B Matrimoni (Roma, Novembre): Una proposta legata al segmento *wedding*, la cui partecipazione è subordinata all'effettivo interesse e coinvolgimento dei tour operator locali, che dovranno fungere da braccio operativo per la vendita del prodotto.

Il Presidente pone in votazione il Punto 3 all'odg – Piano Fiere 2026 che viene approvato all'unanimità dei presenti con l'invito di verificare l'effettivo interesse dei soci privati per il workshop B2B.

Punto 4 all'odg: Attività di Ufficio Stampa e gestione dei profili social di VisitEmilia

Come noto attualmente, le attività di ufficio stampa e social media di Emilia non sono gestite internamente ma sono esternalizzate.

Il budget complessivo previsto nel PEG 2026 per questa voce è di 36.000 euro. Nello specifico, l'incarico per il servizio di ufficio stampa e social ammonta a 18.000 euro più IVA all'anno, a cui si aggiungono le risorse per la gestione tecnica dei profili e della comunicazione.

Nell'ultimo anno, il pacchetto era stato affidato integralmente all'agenzia Aigo, la quale aveva subappaltato una parte delle attività a Ella Studio, fornitore storico dell'ente.

Il Consiglio di Amministrazione deve ora decidere come procedere per il nuovo affidamento, considerando che il precedente schema contrattuale è giunto a scadenza.

Si propone sia di verificare se, a parità di risorse, possano pervenire proposte da altri fornitori per confrontarle con i servizi attuali o di valutare la continuità con Ella Studio, sottolineando che il lavoro svolto finora è stato positivo, con risultati "misurati e misurabili" e senza particolari criticità ereditate dalle precedenti gestioni.

Poiché le risorse economiche destinate a questo capitolo non sono considerate elevate, la proposta politica è di cercare un soggetto che abbia un interesse strategico personale nel progetto, vedendo nella collaborazione con la Destinazione un'opportunità per creare nuovi link e sinergie per la propria attività imprenditoriale.

Al termine del confronto, il Consiglio decide di dare mandato agli uffici tecnici di verificare quale sia la formula migliore per l'affidamento, bilanciando costi e qualità del servizio.

Punto 5 all'odg: Proposta Programma Annuale delle Attività Turistiche 2027

La proposta del Piano delle Attività Turistiche 2027 nasce dalla necessità di comunicare alla Regione Emilia-Romagna la programmazione dell'ente entro la scadenza del 31 gennaio. La scelta strategica, già condivisa in sede di Assemblea dei Soci, è quella di procedere con l'approvazione del piano per l'annualità 2027 in concomitanza con quella del 2026 per ragioni di continuità operativa e stabilità gestionale.

L'assemblea dei Soci nella seduta del 18/12/2025 stante l'urgenza di provvedere, per permettere l'imputazione biennale, ha pertanto conferito mandato al Consiglio di Amministrazione di approvare il PAAT 2027 nella prima seduta utile ed entro il 31/01/2026 come indicato dalla RegioneER.

L'approvazione di questo documento rappresenta una significativa novità contabile e gestionale. La definizione del piano sul biennio 2026-2027 permette infatti alla Destinazione di:

- Effettuare affidamenti e impegni di spesa biennali anziché annuali.
- Garantire una maggiore solidità nei rapporti con i fornitori e i partner, evitando le interruzioni dovute alle scadenze di fine esercizio.
- Allinearsi alle prassi di altre destinazioni turistiche regionali, come Bologna e Modena, che utilizzano questa formula per assegnare le attività di promozione ai tour operator su base pluriennale.

Il Piano delle Attività Turistiche 2027 è stato configurato in piena continuità con il piano 2026, ricalcandone i criteri, le risorse e la ripartizione strategica. Il documento si articola su quattro schede fondamentali di approfondimento:

- Gestione delle reti di prodotto: Coordinamento dei club di prodotto e delle filiere territoriali.
- Promozione del territorio: Attività di accoglienza, segnaletica e marketing territoriale.
- Comunicazione turistica: Campagne digitali, media e posizionamento del brand.
- Fiere e Workshop: Partecipazione ai principali appuntamenti di settore.

Anche per l'annualità 2027, il Piano conferma l'impostazione del PTPL con i medesimi criteri e analisi utilizzati per l'anno precedente. Questo include:

- La gestione dei sei progetti strategici.
- Il sostegno agli eventi di rilevanza territoriale.
- Le risorse destinate all'Ambito 1 e la gestione degli uffici turistici dei comuni.

L'obiettivo finale del piano è mantenere costante il volume delle attività della Destinazione, assicurando che le risorse limitate a disposizione siano impegnate in modo efficiente per sostenere il posizionamento di Emilia come meta turistica di rilievo nazionale e internazionale anche per il 2027.

Il Presidente pone in votazione il punto 5 all'odg: Proposta Programma Annuale delle Attività Turistiche 2027 che viene approvato all'unanimità dei presenti. Per l'approvazione del Programma Annuale delle Attività Turistiche 2027 viene redatta dedicata Delibera di Consiglio.

Punto 6 all'odg: Richieste patrocini

Le richieste di patrocinio presentate al Consiglio di Amministrazione per l'approvazione riguardano due manifestazioni specifiche, entrambe già sostenute dall'ente negli anni precedenti,:

- *138ª edizione del Carnevale di Castelnovo di Sotto*: la richiesta è stata presentata dal Comune di Castelnovo di Sotto per l'evento che si svolgerà tutte le domeniche del prossimo mese di febbraio.
- *Interno Verde (Piacenza)*: l'iniziativa, organizzata dalla cooperativa Impresa Sociale Interno Verde, è prevista per il 16 e 17 maggio. L'evento permette di visitare giardini privati solitamente chiusi al pubblico nel centro storico di Piacenza e gode già del sostegno di altre istituzioni, tra cui la Regione Emilia-Romagna e il Comune di Piacenza.

Il Consiglio ha espresso parere favorevole a procedere con la concessione del patrocinio per entrambi gli eventi, non rilevando elementi ostativi.

Punto 7 all'odg: Varie ed eventuali.

Il direttore Romersi, porta in visione ai Sigg.ri Consiglieri la “Relazione annuale del Responsabile della Prevenzione della corruzione e della trasparenza 2025”. La Relazione verrà pubblicata sul sito di Emilia e trasmessa all'OIV/Nucleo di valutazione, in quanto rilevante ai fini dei controlli e della performance.

Il Presidente esauriti i punti all'odg, ringrazia i presenti e chiude la seduta alle ore 11:40.

Verbale n. 01/2026 del 21 gennaio 2026.

Il Presidente
Simone Fornasari



Delibera di CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

ATTO N. 1 DEL 21/01/2026

Oggetto: DESTINAZIONE TURISTICA EMILIA – APPROVAZIONE PEG 2026

:

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;

Visti:

- lo statuto dell’Ente;
- la Delibera dell’Assemblea dei Soci n. 11 del 20/12/2023 con la quale sono stati nominati i membri del Consiglio di Amministrazione di Emilia per il mandato 2024/2026;
- Dato atto che con la medesima delibera dell’Assemblea dei Soci n. 11 del 20/12/2023, è stato nominato tra i membri del CdA, il Presidente dell’Ente nella persona del dott. Simone Fornasari.

Considerato che:

- l’Assemblea dei Soci nella seduta del 18 dicembre 2025 ha approvato il Bilancio di previsione 2026-2028 con delibera n. 9;
- che è necessario:
 - o approvare e pubblicare il PEG 2026 sia per parte Entrate e Parte Spese allegati alla presente delibera, quale parte integrante e sostanziale;
 - o accertare e impegnare le entrate e le spese relative alle partite di giro;
 - o dare atto che è previsto un unico centro di costo e un unico Responsabile

DELIBERA

- di approvare e pubblicare il PEG 2026, sia per parte Entrate e Parte Spese allegati alla presente delibera, quale parte integrante e sostanziale;
- accertare e impegnare le entrate e le spese relative alle partite di giro;
- dare atto che è previsto un unico centro di costo e un unico Responsabile;
- di dare mandato agli Uffici di Destinazione Turistica Emilia, di dare attuazione a quanto previsto nel verbale.

PREVISIONE P.E.G.
ENTRATE

		PREVISIONI DELL'ANNO 2026
Fondo pluriennale vincolato per spese correnti	previsioni di competenza	0,00
Fondo pluriennale vincolato per spese in conto capitale	previsioni di competenza	0,00
Utilizzo avanzo di amministrazione	previsioni di competenza	0,00
-di cui avanzo di amministrazione utilizzato anticipatamente	previsioni di competenza	0,00
Fondo di Cassa all'01/01/2026	previsioni di cassa	145.000,00

PREVISIONE P.E.G.
ENTRATE

TITOLO TIPOLOGIA CAPITOLO	DENOMINAZIONE		PREVISIONI DEFINITIVE DELL'ANNO 2025	PREVISIONI dell'anno 2026		
				PREVISIONI ANNO 2026	VARIAZIONI rispetto all'anno 2025	
					in aumento	in diminuzione
TITOLO 2	Trasferimenti correnti					
20101	Tipologia 101: Trasferimenti correnti da Amministrazioni pubbliche					
20001/0	TRASFERIMENTI DA REGIONE EMILIA ROMAGNA	previsione di previsione di cassa	1.100.000,00	875.000,00 1.126.000,04	0,00	225.000,00
20002/0	QUOTE DEGLI ENTI SOCI	previsione di previsione di cassa	157.000,00	155.000,00 174.249,99	0,00	2.000,00
20004/0	Trasferimenti da altri enti pubblici	previsione di previsione di cassa	190.000,00	0,00 6.346,16	0,00	190.000,00
20005/0	Trasferimento per il personale LR 13/2015	previsione di previsione di cassa	401.711,91	401.711,91 687.355,34	0,00	0,00
	Tipologia 101: Trasferimenti correnti da Amministrazioni pubbliche					
Totale		previsione di previsione di cassa	1.848.711,91	1.431.711,91 1.993.951,53	0,00	417.000,00
20103	Tipologia 103: Trasferimenti correnti da Imprese					
20003/0	QUOTE ADESIONI PRIVATI	previsione di previsione di cassa	8.000,00	8.000,00 8.000,00	0,00	0,00
	Totale Tipologia 103: Trasferimenti correnti da Imprese	previsione di previsione di cassa	8.000,00	8.000,00 8.000,00	0,00	0,00
20000	Totale TITOLO 2	Trasferimenti correnti				
		previsione di previsione di cassa	1.856.711,91	1.439.711,91 2.001.951,53	0,00	417.000,00

PREVISIONE P.E.G.
ENTRATE

TITOLO TIPOLOGIA CAPITOLO	DENOMINAZIONE		PREVISIONI DEFINITIVE DELL'ANNO 2025	PREVISIONI dell'anno 2026		
				PREVISIONI ANNO 2026	VARIAZIONI rispetto all'anno 2025	
					in aumento	in diminuzione
TITOLO 7	Anticipazioni da istituto tesoriere/cassiere					
70100	Anticipazioni da istituto tesoriere/cassiere					
70001/0	Anticipazione da Tesoriere	previsione di	100.000,00	50.000,00	0,00	50.000,00
		previsione di cassa		50.000,00		
	Totale Anticipazioni da istituto tesoriere/cassiere	previsione di	100.000,00	50.000,00	0,00	50.000,00
		previsione di cassa		50.000,00		
70000	Totale TITOLO 7	Anticipazioni da istituto tesoriere/cassiere	100.000,00	50.000,00	0,00	50.000,00
		previsione di		50.000,00		
		previsione di cassa		50.000,00		

PREVISIONE P.E.G.
ENTRATE

TITOLO TIPOLOGIA CAPITOLO	DENOMINAZIONE		PREVISIONI DEFINITIVE DELL'ANNO 2025	PREVISIONI dell'anno 2026		
				PREVISIONI ANNO 2026	VARIAZIONI rispetto all'anno 2025	
					in aumento	in diminuzione
TITOLO 9	Entrate per conto terzi e partite di giro					
90100	Tipologia 100: Entrate per partite di giro					
90001/0	RITENUTE FISCALI SU STIPENDI E COMPENSI	previsione di previsione di cassa	45.000,00	30.000,00 39.717,21	0,00	15.000,00
90002/0	RITENUTE CONTRIBUTI SU STIPENDI E COMPENSI	previsione di previsione di cassa	18.000,00	12.000,00 16.952,78	0,00	6.000,00
90003/0	ALTRE RITENUTE SU STIPENDI E COMPENSI	previsione di previsione di cassa	4.600,00	0,00 1.218,00	0,00	4.600,00
90010/0	RITENUTA PER IVA- SPLIT PAYMENT ISTITUZIONALE	previsione di previsione di cassa	150.000,00	150.000,00 201.786,20	0,00	0,00
90104/0	RITENUTA D'ACCONTO IRPEF	previsione di previsione di cassa	10.000,00	10.000,00 10.880,00	0,00	0,00
Totale Tipologia 100: Entrate per partite di giro		previsione di previsione di cassa	227.600,00	202.000,00 270.554,19	0,00	25.600,00
90000	Totale TITOLO 9	Entrate per conto terzi e partite di giro	previsione di previsione di cassa	227.600,00 270.554,19	0,00	25.600,00
TOTALE TITOLI		previsione di competenza previsione di cassa	2.184.311,91	1.691.711,91 2.322.505,72	0,00	492.600,00
TOTALE GENERALE DELLE ENTRATE		previsione di competenza previsione di cassa	2.314.311,91	1.691.711,91 2.467.505,72	0,00	622.600,00

PREVISIONE P.E.G.
SPESE

MISSIONE,PROGRAMMA,TITOLO CAPITOLO			DENOMINAZIONE		PREVISIONI DEFINITIVE DELL'ANNO 2025	PREVISIONI dell'anno 2026		
						PREVISIONI ANNO 2026	VARIAZIONI rispetto all'anno 2025	
							in aumento	in diminuzione
DISAVANZO DI AMMINISTRAZIONE					0,00	0,00	0,00	0,00
MISSIONE	01	Servizi istituzionali, generali e di gestione						
0101	Programma	01	Organi istituzionali					
Titolo 1		Spese correnti						
10015/0		RIMBORSI SPESE ORGANI ISTITUZIONALI		previsione di competenza previsione di cassa	5.000,00 9.210,24	0,00		0,00
10016/0		REVISORE E OIV		previsione di competenza previsione di cassa	7.000,00 17.594,21	0,00		0,00
Totale Titolo		1	Spese correnti	previsione di competenza di cui già impegnato* a fondo pluriennale vincolato previsione di cassa	12.000,00 26.804,45	0,00		0,00
Totale Programma		01	Organi istituzionali	previsione di competenza di cui già impegnato* a fondo pluriennale vincolato previsione di cassa	12.000,00 26.804,45	0,00		0,00
0103	Programma	03	Gestione economica, finanziaria, programmazione e provveditorato					
Titolo 1		Spese correnti						
10012/0		UTENZE A CARICO DELL'ENTE		previsione di competenza previsione di cassa	2.000,00 3.981,66	0,00		0,00
10055/0		ASSICURAZIONI DTE		previsione di competenza previsione di cassa	1.500,00 3.568,00	0,00		0,00
10056/0		SPESE POSTALI		previsione di competenza previsione di cassa	1.000,00 1.947,43	0,00		0,00
10057/0		SERVIZI AMMINISTRATIVI		previsione di competenza previsione di cassa	19.500,00 21.397,74	0,00		10.500,00
10201/0		RIMBORSO ENTI PER CONVENZIONI		previsione di competenza previsione di cassa	7.000,00 7.000,00	0,00		7.000,00
10400/0		INTERESSI SU ANTICIPAZIONI DI CASSA		previsione di competenza previsione di cassa	0,00 2.000,00	2.000,00		0,00

PREVISIONE P.E.G.
SPESE

MISSIONE,PROGRAMMA,TITOLO CAPITOLO		DENOMINAZIONE		PREVISIONI DEFINITIVE DELL'ANNO 2025	PREVISIONI dell'anno 2026		
					PREVISIONI ANNO 2026	VARIAZIONI rispetto all'anno 2025	
						in aumento	in diminuzione
Totale Titolo	1	Spese correnti	previsione di competenza di cui già impegnato* a fondo pluriennale vincolato previsione di cassa	31.000,00	15.500,00	2.000,00	17.500,00
Totale Programma	03	Gestione economica, finanziaria, programmazione e provveditorato	previsione di competenza di cui già impegnato* a fondo pluriennale vincolato previsione di cassa	31.000,00	15.500,00	2.000,00	17.500,00
0110	Programma	10	Risorse umane				
Titolo 1		Spese correnti					
10001/0		STIPENDI E COMPENSI	previsione di competenza previsione di cassa	165.000,00	190.000,00 223.220,26	25.000,00	0,00
10002/0		CONTRIBUTI PERSONALE DIPENDENTE	previsione di competenza previsione di cassa	48.000,00	55.000,00 61.980,77	7.000,00	0,00
10005/0		ONERI IRAP	previsione di competenza previsione di cassa	30.000,00	30.000,00 47.705,49	0,00	0,00
10200/0		RIMBORSI PER PERSONALE IN COMANDO	previsione di competenza	1.800,00	0,00	0,00	1.800,00
10205/0		RIMBORSO ALLA REGIONE PER PERSONALE LR 13/2015	previsione di competenza previsione di cassa	189.211,91	189.711,91 388.590,03	500,00	0,00
Totale Titolo	1	Spese correnti	previsione di competenza di cui già impegnato* a fondo pluriennale vincolato previsione di cassa	434.011,91	464.711,91	32.500,00	1.800,00
Totale Programma	10	Risorse umane	previsione di competenza di cui già impegnato* a fondo pluriennale vincolato previsione di cassa	434.011,91	464.711,91	32.500,00	1.800,00
0111	Programma	11	Altri servizi generali				
Titolo 1		Spese correnti					
10060/0		SPESE LEGALI	previsione di competenza previsione di cassa	0,00	2.000,00 2.000,00	2.000,00	0,00

PREVISIONE P.E.G.
SPESE

MISSIONE, PROGRAMMA, TITOLO CAPITOLO	DENOMINAZIONE		PREVISIONI DEFINITIVE DELL'ANNO 2025	PREVISIONI dell'anno 2026		
				PREVISIONI ANNO 2026	VARIAZIONI rispetto all'anno 2025	
					in aumento	in diminuzione
Totale Titolo1	Spese correnti	previsione di competenza di cui già impegnato* a fondo pluriennale vincolato previsione di cassa	0,00	2.000,00	2.000,00	0,00
Totale Programma11	Altri servizi generali	previsione di competenza di cui già impegnato* a fondo pluriennale vincolato previsione di cassa	0,00	2.000,00	2.000,00	0,00
Totale MISSIONE 01	Servizi istituzionali, generali e di gestione	previsione di competenza di cui già impegnato* a fondo pluriennale vincolato previsione di cassa	477.011,91	494.211,91	36.500,00	19.300,00

PREVISIONE P.E.G.
SPESE

MISSIONE, PROGRAMMA, TITOLO CAPITOLO			DENOMINAZIONE		PREVISIONI DEFINITIVE DELL'ANNO 2025	PREVISIONI dell'anno 2026			
						PREVISIONI ANNO 2026	VARIAZIONI rispetto all'anno 2025		
							in aumento	in diminuzione	
MISSIONE 07			Turismo						
0701	Programma 01	Sviluppo e valorizzazione del turismo							
Titolo 1		Spese correnti							
10011/0	BENI DI CONSUMO PER DTE	previsione di competenza	2.000,00	2.000,00	0,00	0,00			
		previsione di cassa		2.404,25					
10022/0	SPESE PER TRASFERTE	previsione di competenza	5.000,00	5.000,00	0,00	0,00			
		previsione di cassa		6.414,80					
10030/0	CORSI E PROGETTI DI FORMAZIONE	previsione di competenza	1.500,00	1.500,00	0,00	0,00			
		previsione di cassa		5.200,00					
10050/0	NOLEGGIO AUTOVETTURE	previsione di competenza	7.000,00	8.000,00	1.000,00	0,00			
		previsione di cassa		9.389,40					
10051/0	ALTRE SPESE PER UTILIZZO BENI DI TERZI	previsione di competenza	0,00	1.000,00	1.000,00	0,00			
		previsione di cassa		1.000,00					
10058/0	APPLICATIVI INFORMATICI	previsione di competenza	17.700,00	15.500,00	0,00	2.200,00			
		previsione di cassa		28.466,87					
10061/0	QUOTE ASSOCIATIVE	previsione di competenza	1.500,00	1.500,00	0,00	0,00			
		previsione di cassa		3.000,00					
10062/0	COMUNICAZIONE WEB E SOCIAL DTE	previsione di competenza	42.500,00	33.000,00	0,00	9.500,00			
		previsione di cassa		42.391,64					
10065/0	SERVIZI PER CULTURA ED ENOGASTRONOMIA DTE	previsione di competenza	90.000,00	80.000,00	0,00	10.000,00			
		previsione di cassa		83.684,25					
10066/0	SERVIZI PER LA PROMOZIONE DEI TERRITORI	previsione di competenza	190.500,00	110.000,00	0,00	80.500,00			
		previsione di cassa		172.380,78					
10067/0	SERVIZI PER LA COMUNICAZIONE TURISTICA DTE	previsione di competenza	122.000,00	122.000,00	0,00	0,00			
		previsione di cassa		152.715,87					
10068/0	PARTECIPAZIONE FIERE E WORKSHOP	previsione di competenza	60.000,00	56.000,00	0,00	4.000,00			
		previsione di cassa		69.223,11					
10070/0	SERVIZI PER IL PROGETTO EMILIA SOSTENIBILE (FUNT E CCIA)	previsione di competenza	440.000,00	0,00	0,00	440.000,00			

copia informatica per consultazione

PREVISIONE P.E.G.
SPESE

MISSIONE,PROGRAMMA,TITOLO CAPITOLO	DENOMINAZIONE		PREVISIONI DEFINITIVE DELL'ANNO 2025	PREVISIONI dell'anno 2026		
				PREVISIONI ANNO 2026	VARIAZIONI rispetto all'anno 2025	
					in aumento	in diminuzione
		previsione di cassa		96.368,00		
10100/0	TRASFERIMENTI CORRENTI AI COMUNI PER PTPL	previsione di competenza	475.000,00	480.000,00	5.000,00	0,00
		previsione di cassa		495.300,00		
10101/0	TRASFERIMENTI CORRENTI A PRIVATI PER PTPL	previsione di competenza	55.000,00	30.000,00	0,00	25.000,00
		previsione di cassa		47.165,40		
Totale Titolo	1 Spese correnti	previsione di competenza	1.509.700,00	945.500,00	7.000,00	571.200,00
		di cui già impegnato*				
		a fondo pluriennale vincolato				
		previsione di cassa		1.215.104,37		
Totale Programma	01 Sviluppo e valorizzazione del turismo	previsione di competenza	1.509.700,00	945.500,00	7.000,00	571.200,00
		di cui già impegnato*				
		a fondo pluriennale vincolato				
		previsione di cassa		1.215.104,37		
Totale MISSIONE 07	Turismo	previsione di competenza	1.509.700,00	945.500,00	7.000,00	571.200,00
		di cui già impegnato*				
		a fondo pluriennale vincolato				
		previsione di cassa		1.215.104,37		

PREVISIONE P.E.G.
SPESE

MISSIONE, PROGRAMMA, TITOLO CAPITOLO			DENOMINAZIONE		PREVISIONI DEFINITIVE DELL'ANNO 2025	PREVISIONI dell'anno 2026		
						PREVISIONI ANNO 2026	VARIAZIONI rispetto all'anno 2025	
							in aumento	in diminuzione
MISSIONE	60		Anticipazioni finanziarie					
6001	Programma	01	Restituzione anticipazioni di tesoreria					
	Titolo	5	Chiusura Anticipazioni ricevute da istituto tesoriere/cassiere					
	50001/0		Restituzione a Tesoriere	previsione di competenza previsione di cassa	100.000,00 50.000,00	50.000,00 50.000,00	0,00	50.000,00
	Totale Titolo	5	Chiusura Anticipazioni ricevute da istituto tesoriere/cassiere	previsione di competenza di cui già impegnato* a fondo pluriennale vincolato previsione di cassa	100.000,00 50.000,00	50.000,00 50.000,00	0,00	50.000,00
	Totale Programma	01	Restituzione anticipazioni di tesoreria	previsione di competenza di cui già impegnato* a fondo pluriennale vincolato previsione di cassa	100.000,00 50.000,00	50.000,00 50.000,00	0,00	50.000,00
	Totale MISSIONE 60		Anticipazioni finanziarie	previsione di competenza di cui già impegnato* a fondo pluriennale vincolato previsione di cassa	100.000,00 50.000,00	50.000,00 50.000,00	0,00	50.000,00

PREVISIONE P.E.G.
SPESE

MISSIONE, PROGRAMMA, TITOLO CAPITOLO			DENOMINAZIONE		PREVISIONI DEFINITIVE DELL'ANNO 2025	PREVISIONI dell'anno 2026		
						PREVISIONI ANNO 2026	VARIAZIONI rispetto all'anno 2025	
							in aumento	in diminuzione
MISSIONE	99		Servizi per conto terzi					
9901	Programma	01	Servizi per conto terzi - partite di giro					
	Titolo	7	Uscite per conto terzi e partite di giro					
	70001/0		VERSAMENTO RITENUTE FISCALI DIPENDENTI	previsione di competenza previsione di cassa	45.000,00 46.127,00	30.000,00 46.127,00	0,00	15.000,00
	70002/0		VERSAMENTO RITENUTE CONTRIBUTI DIPENDENTI	previsione di competenza previsione di cassa	18.000,00 16.952,75	12.000,00 16.952,75	0,00	6.000,00
	70003/0		VERSAMENTO ALTRE RITENUTE	previsione di competenza previsione di cassa	4.600,00 2.118,00	0,00 2.118,00	0,00	4.600,00
	70004/0		VERSAMENTO RITENUTA D'ACCONTO IRPEF	previsione di competenza previsione di cassa	10.000,00 10.880,00	10.000,00 10.880,00	0,00	0,00
	70010/0		VERSAMENTO PER IVA- SPLIT PAYMENT ISTITUZIONALE	previsione di competenza previsione di cassa	150.000,00 205.220,58	150.000,00 205.220,58	0,00	0,00
	Totale Titolo	7	Uscite per conto terzi e partite di giro	previsione di competenza di cui già impegnato* a fondo pluriennale vincolato previsione di cassa	227.600,00 281.298,33	202.000,00 281.298,33	0,00	25.600,00
	Totale Programma	01	Servizi per conto terzi - partite di giro	previsione di competenza di cui già impegnato* a fondo pluriennale vincolato previsione di cassa	227.600,00 281.298,33	202.000,00 281.298,33	0,00	25.600,00
	Totale MISSIONE 99		Servizi per conto terzi	previsione di competenza di cui già impegnato* a fondo pluriennale vincolato previsione di cassa	227.600,00 281.298,33	202.000,00 281.298,33	0,00	25.600,00
	TOTALE MISSIONI			previsione di competenza di cui già impegnato* a fondo pluriennale vincolato previsione di cassa	2.314.311,91 2.336.598,53	1.691.711,91 2.336.598,53	43.500,00	666.100,00
	TOTALE GENERALE DELLE SPESE			previsione di competenza di cui già impegnato* a fondo pluriennale vincolato previsione di cassa	2.314.311,91 2.336.598,53	1.691.711,91 2.336.598,53	0,00	622.600,00



DESTINAZIONE TURISTICA EMILIA Parma, Piacenza, Reggio Emilia

PROGRAMMA ANNUALE DELLE ATTIVITA' TURISTICHE 2027

- A - Linee strategiche programmatiche
- B - Programma di promo-commercializzazione turistica
- C - P.T.P.L. Programma turistico di promozione locale
- D - Piano finanziario generale

A - LINEE STRATEGICHE E PROGRAMMATICHE 2027

1. PREMESSA - Emilia, terra dello Slow mix. Gustosa, Accogliente e Sostenibile

Con la LR 4/2016 l'organizzazione turistica della Regione Emilia-Romagna ha visto la nascita delle Destinazioni Turistiche: DTEmilvia, DTRomagna e Città Metropolitana di Bologna costituitasi in seguito come Territorio Turistico Bologna-Modena.

Come Destinazione Turistica Emilia, che riunisce le province di Parma, Piacenza e Reggio Emilia vengono proposte le seguenti Linee strategiche e programmatiche per l'anno 2027 partendo dalla definizione della tipologia di destinazione che si dovrà relazionare con il mercato turistico in seguito alla continua evoluzione sia a livello nazionale che mondiale.

DTEmilvia si propone di delineare la visione della destinazione in accordo con tutti gli attori (pubblici e privati) che a loro volta vorranno condividerne e promuoverne gli obiettivi strategici.

- Innanzitutto, la promo-commercializzazione del prodotto turistico Emilia come meta di viaggi, e pernottamenti. Si lavorerà quindi alle Reti, ai servizi e all'adesione delle agenzie di incoming., che finalizzeranno la vendita.
- Per aumentare le permanenze DTEmilvia dovrà continuare nella attività di affermazione della propria notorietà sul mercato turistico
- al tempo stesso dovrà essere in grado di condurre con autorevolezza, efficacia ed efficienza gli sforzi collettivi per costruire una destinazione con una forte valorizzazione identitaria e ad alto indice di esperienzialità, attivando tutte le leve in proprio possesso per creare rapporti di fiducia e generare cooperazione fra i diversi stakeholder e shareholder.
- Inoltre, il rapporto con i Comuni del territorio risulta fondamentale in particolare nel ruolo di Ente coordinatore degli IAT (dal 2023) e di gestore del bando PTPL: DTEmilvia vuole diventare un player di stimolo ad un continuo miglioramento dell'offerta dei servizi turistici del territorio e di qualificazione degli eventi.

Il presente Piano è stato redatto tenendo in considerazione:

- Le analisi di Enit rispetto alle tendenze del mercato 2025-2026
- Le linee triennali della Regione Emilia-Romagna approvate a luglio 2024
- I dati di Arrivi e Presenze del sito della Statistica della Regione per quanto riguarda il Turismo.
- Il Rapporto del Turismo Enogastronomico Italiano per il 2024 e 2025
- L'elaborazione dei report di Data Appeal riguardante il nostro territorio.
- Il confronto con i Comuni e con i Soggetti privati di DTE.
- Le attività previste e in parte già avviate nel 2026

2. IL TURISMO PROTAGONISTA – Tendenze e prospettive

Dalle dinamiche che si possono osservare nel 2025 siamo in presenza di un turismo più su piccoli gruppi, con un'attenzione maggiore alle destinazioni sostenibili, alle esperienze outdoor e con il racconto del territorio. Ritorna il turismo culturale e si rafforza quello enogastronomico con alcuni cambi di prospettiva, più esperienza che visita, più produzioni locali e da scoprire.

Gli interessi dei turisti e le dinamiche di fruizione delle esperienze cambiano alla svelta e quindi nei prossimi anni potrebbero cambiare ancora le tendenze, ma intanto è necessario ragionare su questo prossimo biennio e per farlo ci serviamo di alcune fonti: la programmazione 2025 di Apt Servizi per l'Emilia-Romagna, le analisi Enit per il mercato internazionale e le dinamiche espresse nel Rapporto Enogastronomico Italiano 2024 e 2025.

Le esigenze del turista sono cambiate e si sono affinate e la scelta di fare le reti di prodotto di Emilia è stata una strada corretta per poter affrontare questi cambiamenti. La rete Emilia Food&Wine Experience può farsi interprete di queste dinamiche.

Quali sono, quindi, i soggetti che cercano esperienze enogastronomiche in Italia?

I Ricercatori (si dichiarano così nel 69% dei casi) ovvero chi cerca nuove esperienze

I Festaioli (40%) si avvicinano con leggerezza a proposte culinarie e visite

Gli Intellettuali (26%) viaggiano per arricchire il proprio bagaglio culturale

I Figli dei Fiori (19%) viaggiano per cercare il proprio benessere psico-fisico)

Gli Edonisti (14%) viaggiano per concedersi un lusso

Un concetto a cui va posta molta attenzione per una Destinazione come la nostra è quello della sostenibilità. Può essere la chiave di lettura che ci permette di dialogare con il turista che andiamo cercando, un turista alla ricerca di esperienze autentiche, attento a come il territorio viene vissuto e tutelato, a come le attrazioni culturali si inseriscono nel contesto urbano e rurale, a come le esperienze outdoor vengano proposte in luoghi rispettosi della natura, a come la produzione enogastronomica non sfrutta il territorio, ma lo valorizza. Emilia può essere tutto ciò, ma è necessario che le venga riconosciuto anche dall'esterno, per cui la strada di una certificazione internazionale della sostenibilità turistica della destinazione è una strada da intraprendere.

La centralità di questo tema si ritrova anche nelle analisi sulla domanda del turismo come si evince dal seguente schema:



TURISMO E SOSTENIBILITÀ

Risvolti positivi e negativi

Il **turismo** può avere **effetti negativi**:

- Impatta sul **clima**

*Il settore genera il 5% delle emissioni di CO₂ globali
In Europa, il 12% del cibo sprecato (pari a c.a. 35 miliardi di €) proviene dalla ricettività e della ristorazione*

I turisti internazionali «inquinano» TRE volte tanto i residenti nei Paesi in via di sviluppo

- Aumenta la **pressione** sulle **risorse ambientali**, causando **conflitti di utilizzo**

I turisti utilizzano tra i 300 e gli 850 litri di acqua al giorno, ben oltre il consumo dei residenti

- Genera **problemi di sovraffollamento (overtourism)**, creando insoddisfazione tra la comunità locale



Un **turismo** che si caratterizza per un **approccio sostenibile**:

- Coinvolge le **comunità locali** nelle decisioni di sviluppo turistico
- Concorre a **qualificare la forza lavoro**
- Consente una **gestione efficiente ed efficace dei flussi turistici**
- Permette una **migliore tutela e valorizzazione del patrimonio ambientale e culturale**
- Favorisce **strategie di produzione e consumo responsabili** dei prodotti, dei servizi e delle esperienze turistiche
- Contribuisce ad **orientare gli investimenti** verso infrastrutture e servizi a basso impatto ambientale
- Rende il **sistema turistico più resiliente** verso gli shock esogeni ed endogeni
- Favorisce il **raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite**

Fonte: UN Tourism (2023); World Economic Forum (2022)

Si diceva del forte impulso del turismo culturale, già nel corso del 2025 gli eventi del nostro territorio sono stati così partecipati: solo per fare alcuni esempi i concerti all'Arena Campo Volo e Fotografia Europea Reggio, Il Festival Verdi e le diverse Mostre a Parma e il Festival del Pensiero Contemporaneo e gli eventi in XNL a Piacenza

Serve un costante adeguamento dei servizi turistici legati alle esperienze culturali nelle città d'arte nei borghi e nei luoghi più frequentati. Servono infatti alcuni passaggi che si stanno affrontando:

- La riforma degli uffici IAT: il coordinamento è passato sotto il nostro Ente e si è provveduto a individuare la rete di IAT sul territorio, a cui dovrà seguire un coordinamento dei contenuti e dei servizi in modo che in tutta Emilia ci sia un elevato standard di accoglienza e informazione turistica.
- L'accoglienza turistica non può prescindere dalla collaborazione con le strutture alberghiere con la loro qualificazione rispetto alla crescente domanda di qualità dei turisti ed anche con i servizi che possono fornire ad iniziare da un sistema di prenotazione condiviso almeno a livello provinciale.
- Nuovi servizi organizzati magari da un soggetto unico nei 3 capiluoghi (ad esempio: gestore iat) in caso di eventi, visite, EducTour, PressTour e altro.

Per quanto riguarda invece il settore MICE e accoglienza business, si notano segnali confortanti, ma come Destinazione riteniamo sia il momento di fare un passo importante con un coordinamento stabile per la promozione e per le candidature coordinare ad eventi, congressi ed eventi sportivi. L'obiettivo rimane quello di un Convention Bureau dell'Emilia che potrebbe svolgere un ruolo fondamentale per l'intercettazione degli eventi e il coordinamento dell'ospitalità. La collaborazione Camera di Commercio dell'Emilia potrebbe dare un impulso importante in questa direzione.

In particolare, sul tema degli eventi sportivi che rappresenta una fonte importante di presenze sul territorio e che potenzialmente può essere rafforzato, perché sono ripresi a pieno ritmo le manifestazioni e le gare regionali, nazionali e internazionali di tutti i settori sportivi con la presenza di pubblico, per cui candidarsi ad ospitarli serve una sinergia importante e il sostegno della Regione.

e internazionale GSTC con l'ente certificatore Vireo.

Conosci il turista?

I dati che abbiamo riportato sulle presenze turistiche non sono sufficienti a spiegare le dinamiche e l'eventuale soddisfazione del territorio ad averli ospitati. Si sta infatti cercando di capire la loro soddisfazione, la loro possibilità di ritornare sul territorio ed anche la qualità della loro permanenza. Abbiamo affrontato il tema della sostenibilità, va integrato con la capacità della spesa... questo è un parametro che viene in evidenza rispetto al fatto che spesso non è necessario avere incrementi troppo consistenti di turisti, ma serve che i turisti portino sempre più risorse sul territorio (adeguate al servizio reso) e quindi diventa fondamentale in futuro comprendere la qualità della spesa e le scelte che fanno quando si trovano in Emilia. Incrociare tutti i dati della loro presenza (si parla di analisi dei Big Data) aiuta le destinazioni a farsi un'idea sempre più precisa dei soggetti a cui si rivolgono e agli operatori di adeguare l'offerta turistica, qualificandola. Questa dinamica deve essere presente anche nelle politiche pubbliche dalla Regione ai singoli Comuni.

Turismo Sostenibile

Una chiave di lettura del turismo contemporaneo è la sua sostenibilità. Essa va intesa sia dal punto di vista dell'offerta turistica:

- come buone pratiche attuate dagli attori pubblici che investono sul territorio in termini di viabilità, trasporti, arredi urbani, uso del territorio e manutenzioni dei percorsi;
- Come qualità dell'accoglienza in termini di sostenibilità delle strutture ricettive e dei servizi turistici, oltre che dalla proposta delle esperienze e come esse vengono svolte.

Ma è possibile leggere la sostenibilità anche dal punto di vista del comportamento dei turisti, in termini di attenzione all'impatto ambientale e sociale della loro visita.

Diversi studi e sondaggi individuano nella sostenibilità una delle priorità evidenziate dal turista italiano e ancora di più quello internazionale, attento a scegliere una meta che la garantisca e in alcuni casi disposto a spendere anche qualcosa di più piuttosto di non scegliere soluzioni non rispettose dell'ambiente o del contesto sociale.

La nostra Destinazione si vuole porre come un laboratorio di sostenibilità in linea con le attività che si realizzeranno nel 2026: sappiamo che è un percorso e che richiede tempo e la collaborazione di tutti gli attori in campo, ma ci piace sapere che abbiamo un obiettivo chiaro in questa direzione e che la sostenibilità aiuta a leggere in modo differente tutti gli strumenti che mettiamo in campo. Alcuni esempi in questa direzione li scopriamo in questo documento:

- La convenzione con Trenitalia per permettere di arrivare in Emilia in treno,
- il coinvolgimento dei privati per la proposta di noleggio di mezzi elettrici,
- la scelta di dare priorità a progetti finanziati con il PTPL che vadano nella direzione di usufruire in modo diretto il territorio: Cammini, esperienze Bike, le aree naturalistiche Unesco, il rapporto con l'enogastronomia locale, il sistema termale che sfrutta le storiche qualità delle acque;
- la formazione degli operatori turistici e delle strutture ricettive
- o ancora l'introduzione di forme di informazione e accoglienza turistica innovative, non invasive
- la certificazione GSTC (come destinazione sostenibile, al fine di valorizzare le pratiche già in atto e costruendo un modello di riferimento per l'intero sistema turistico regionale)

Inoltre, il Parco Emilia Centrale e il Parco Nazionale dell'Appennino Tosco-Emiliano hanno già avviato il percorso di certificazione delle imprese del loro territorio che le certifica come imprese sostenibili come previsto dall'UE per i parchi: diverse decine di imprese sono riconosciute CETS e il percorso procede nelle fasi successive, con il coinvolgimento anche del nostro Ente.

2. PRINCIPALI MERCATI OBIETTIVO, PRODOTTI E TARGET

Di seguito i principali mercati obiettivo italiani e stranieri:

Mercato Italia

- Lombardia (strategico per DTE)
- Emilia-Romagna (strategico per DTE)
- Piemonte
- Toscana
- Liguria
- Lazio
- Veneto
- Campania

Mercato Internazionale

- Germania (indicato come principale da APT)
- Svizzera (strategico per DTE)
- Francia (strategico per DTE)
- Nord Europa
- Spagna
- USA

Prodotti e target

Valorizzazione identitaria e sostenibilità sono la chiave interpretativa per tutti i prodotti che per il 2027 in continuità con l'anno precedente, dovranno essere considerati in stretto coordinamento tra l'attività di promozione locale dei Comuni attraverso il PTPL 2027 e la promocommercializzazione turistica attuata da DTEmilìa.

I prodotti turistici indicati quali prioritari per il 2027 sono i seguenti in continuità con il 2026:

- EMILIA BIKE EXPERIENCE
- CAMMINI di EMILIA
- FOOD & WINE EXPERIENCE (enogastronomia certificata e ristorazione di qualità)
- BENESSERE (Terme e Sport)
- BORGHI & CASTELLI di Emilia
- VALORE UNESCO (Po Grande e Appennino)

Dai prodotti discende l'identificazione dei target che possono essere indicati come: persone e famiglie che privilegiano l'outdoor e il green, persone alto spendenti (in particolare per benessere ed enogastronomia), persone e famiglie che amano il turismo nei borghi storici e gli eventi sportivi. Uno dei nostri settori principali, il MICE, che aveva subito una battuta d'arresto causa pandemia, nel 2027 (in continuità con le attività 2026) ci si prefigge di consolidare la crescita nel settore per il target di riferimento.

L'identificazione di questi prodotti turistici prioritari discende anche dalle Linee Guida triennali per la promo-commercializzazione turistica della Regione Emilia-Romagna le cui indicazioni raccomandano di focalizzare l'attenzione sullo sviluppo di prodotti legati all' outdoor green come percorsi e sentieri, cammini storici, bike, ambiente e natura, sport e vacanza attiva e legati ai centri minori e borghi come ad esempio castelli, palazzi e monasteri.

Rimane centrale la valorizzazione delle città d'arte che proseguirà sia a livello di comunicazione che di sostegno agli eventi.

3. LA STRATEGIA

Al fine di farci trovare pronti per il nuovo mercato e le nuove esigenze dei viaggiatori, DTE ha commissionato lo studio della campagna di comunicazione all'Agenzia AIGO di Milano per l'annualità 2025 e 2026, che ha comporta lo studio e la realizzazione di nuove immagini che evocano lo slow mix di esperienze che il territorio può offrire. E che si è concretizzata nella campagna Conosci Emilia.

La nostra destinazione, infatti, il cui territorio è composto in gran parte da piccole località (borghi, castelli) poco affollate, ha vissuto e sta vivendo un momento di riscoperta. In particolare, l'Appennino e le aree naturali sono stati privilegiati ne periodo estivo. Occorre quindi consolidare il posizionamento acquisito con la costruzione di proposte esperienziali, anche innovative e sperimentali. La comunicazione dava rilievo all'esperienza attraverso la destinazione.

Nel suo studio AIGO definisce l'Emilia come un luogo da scoprire e definisce 3 utenti ai quali rivolgersi:

L'Esploratore - 30-55 anni

Professionista urbano, tech-savvy, reddito medio-alto

Paesi: Italia, Europa, USA

Attitudine al viaggio: Viaggiatore esperienziale, alla ricerca di vacanza attiva unita ai sapori della tradizione

Comportamenti:

Pianifica il viaggio in autonomia, ma si affida anche a tour operator specializzati.

Ama esperienze outdoor iconiche unite a quelle legate alla scoperta dei prodotti tipici.

Segue influencer su Instagram e YouTube.

Attitudini:

Ricerca di esperienze autentiche e personalizzabili

Attenzione alla sostenibilità

Preferenza per destinazioni "instagrammabili"

Viaggiatore culturale & slow

Viaggia in coppia o con amici 40-65 anni

Paesi: Italia, Francia, Germania, Svizzera, UK, USA

Attitudine al viaggio: Riflessivo e colto, cerca autenticità e arte

Comportamenti:

Pianifica con buon anticipo

Preferisce viaggi fuori stagione

Cerca esperienze locali immersive

Sceglie esperienze guidate, associate a storytelling.

Attitudini:

Forte interesse per la cultura locale

Predilezione per luoghi meno turistici

Apertura a esperienze genuine

Memory makers - Famiglie

Famiglie genitori 35-50 anni con bambini 6-15 anni

Paesi: Italia, Germania, Francia, Svizzera, UK, Olanda

Comportamenti:

Pianificano con anticipo

Cercano mix di attività educative e divertimento per tutta la famiglia

Pianificano il viaggio online e leggono recensioni su TripAdvisor e seguono creator con focus viaggio per famiglie.

Attitudini:

Ricerca di esperienze attive (escursioni in Appennino, cicloturismo, fattorie didattiche)

Focus sulla sicurezza e comodità

Interesse per esperienze multigenerazionali

Attenzione al rapporto qualità-prezzo

Questi i soggetti da intercettare per questo la proposta che abbiamo scelto va ad incanalarli proponendo lo Slow mix di esperienze non viene quindi imposto, ma scoperto insieme al turista, invitandolo poi a venirci a trovare...

Date queste premesse, la key visual della nuova campagna di parte dalla curiosità del Conosci Emilia? Declinandola in 3 tipi di esperienze, Cultura, enogastronomia e Outdoor e proponendo una dinamica scoperta delle diverse esperienze con invito finale a venire a farle.

Sono in tutto 9 immagini e si ritiene di realizzarne altre per il 2027 per continuare l'engagement con il pubblico di riferimento ovvero i potenziali turisti individuati nei target sopra descritti.

La nuova campagna dovrà tenere conto delle indicazioni strategiche del presente piano ed essere verificabile per contatti ottenuti, oltre che coerente con le indicazioni in premessa.

Mercato Italia:

Digital: banner display, display ADV, Native article, Social card, post social e pubbliredazionali.

Social FB+ IG: sponsorizzate su Visit Emilia

TV: sponsorizzazione programmi TV e realizzazione servizi per Rubriche e TG.

Stampa: Quotidiani nazionali e stampa specializzata

Affissioni: Zone urbane Milano e Roma, Stazioni e Aeroporti.

Convenzione Trenitalia

Mercato Estero:

Campagna banner display su siti tematici in lingua inglese.

Si continuerà a lavorare sul mercato svizzero, cercando di rafforzare l'immagine di Emilia e sfruttare la tratta ferroviaria diretta da Zurigo a Piacenza, Parma e Reggio e a collaborazione con l'Agenzia Tasari che ha portato ottimi risultati nei primi anni. Ed anche si attiveranno collaborazioni con T.O. svizzeri oltre che con SBB per la promozione del treno diretto da Zurigo. Si affronteranno alcune Fiere, workshop ed eventi nei Paesi target sopra descritti.

Si completeranno inoltre i posizionamenti lungo i principali assi autostradali in entrata in Emilia dei cartelli con il benvenuto in Emilia.

4. AZIONI E STRUMENTI

4.1 Reti di prodotto: Food & Wine, Cultura e Castelli, Outdoor e Terme

DTEmilvia svolgerà il ruolo di coordinatore, aggregatore delle Reti di prodotto, oltre ad effettuare la promozione e la comunicazione dell'offerta che gli operatori aderenti metteranno a sistema. È il soggetto centrale, che stimola e mantiene le relazioni con ciascun operatore e tra gli operatori.

DTEmilvia funzionerà come “**motore interno**” nelle azioni di promo-commercializzazione e come principale pilastro delle Reti, disegnando prodotti turistici propri e creando il sistema di collaborazione, partendo dalle risorse (Castelli, prodotti gastronomici etc..) e incoraggiando la collaborazione tra i diversi operatori.

In questo quadro DTEmilvia supporterà gli operatori, esercitando un ruolo di stimolo nel processo di crescita della qualità dei servizi offerti e facilitando la promo commercializzazione. Stimolerà inoltre le amministrazioni locali e le associazioni di categoria a garantire i servizi intorno alle attrattive (ristoranti, musei aperti etc..).

Verranno inoltre **implementate le attività di animazione e formazione** delle Reti rivolte agli aderenti, ma anche agli esterni (es. fornitori), per strutturare una rete di contatti più trasversale possibile, in collaborazione con le Associazioni di Categoria e i Consorzi partners.

4.2 Special cluster: Cultura, Sport e MICE

Il cambio di paradigma generato dalla pandemia, anche e soprattutto nel campo del turismo ci pone davanti a situazioni inedite per l'esperienza del nostro territorio. Il turismo d'affari e il MICE, ossia la convegnistica, sono stati indiscutibilmente lo "zoccolo duro" del turismo in tutti e tre i territori, in particolare per i 3 capoluoghi di provincia, ora la via alternativa delle video conferenze ha inciso su questi settori. Anche se è ripartita l'attività nazionale e internazionale di eventi

aziendali o sportivi, la carenza di un Convention Bureau che possa coordinare l'offerta di DTEmilvia nel settore congressuale incide fortemente sullo sviluppo delle sue potenzialità.

Proprio per questo il 2025 ha rappresentato l'anno della svolta in collaborazione con la Camera di Commercio dell'Emilia: avere un CB che possa partecipare ai bandi e fare proposte in rappresentanza del territorio può essere lo strumento che permette di fare un salto di qualità e valorizzare le tante strutture di qualità che abbiamo.

In accordo con le rappresentanze di categoria della Cabina di Regia di DTEmilvia si sottolineano il forte impatto economico e sociale di questo mutamento sulle imprese dell'accoglienza e sulla filiera derivata, abbiamo presentato due Cluster specifici che definiamo "reattivi" rispetto al contesto ossia "Sport " e "MICE" convinti che mai come ora l'offerta straordinaria e di qualità delle infrastrutture sportive del territorio possa insieme a una azione studiata e promozionale sulla accoglienza convegnistica rappresentare una azione resiliente rispetto a questo mutamento di realtà che diventa una grave penalizzazione economica.

Sport e MICE hanno una attenzione particolare anche all'interno delle Linee Guida Triennali della Regione Emilia-Romagna. In particolare, per il MICE si prevede un consistente investimento, da parte di tutti gli attori (Destinazioni, APT e Regione) per riconquistare il posizionamento disperso causa Covid 19, in linea con quanto realizzato nel 2025 e quanto in programma per il 2026. Si intende altresì amplificare e rafforzare la relazione esistente tra turismo e sport attraverso il progetto trasversale "Sport Valley Emilia Romagna" che coinvolge tutti i territori fornendo importanti opportunità di business attraverso la valorizzazione del territorio pronto ad ospitare grandi eventi sportivi nazionali e internazionali.

CULTURA

Per quanto riguarda gli eventi culturali, rimane strategica la promozione delle città d'arte attraverso l'offerta del patrimonio culturale e degli eventi che si svolgeranno. Verranno coinvolti nello specifico la Regione Emilia-Romagna ed APT servizi per la promozione trasversale di questo progetto: è previsto un Workshop internazionale nel mese di giugno. Si rilancerà l'iniziativa di Teatri Aperti. Si finanzieranno anche quest'anno la promozione di eventi di rilievo turistico attraverso i comuni capoluogo con il PTPL. Con la newsletter e i social si promuovono, attraverso anche le sponsorizzate, i principali eventi culturali. Festival Verdi, Festival del Pensare Contemporaneo, Fotografia Europea, e tutte le mostre non ricorrenti.

4.3 Altri Focus:

APPENNINO

Dopo l'attuazione delle convenzioni sottoscritte con i 2 Gal del nostro territorio (Gal del Ducato dal 2020 al 2022 e Gal dell'appennino Reggiano nel 2023, si tratta ora di dare continuità agli strumenti avviati e visitabilità al nostro appennino in modo efficace. (www.appenninoemilia.it sito e APP)

Inoltre, con la nuova programmazione europea del Sostegno allo Sviluppo rurale LEADER, sarà possibile attivare nuove convenzioni con i GAL. Nel frattempo, abbiamo realizzato le nuove mappe aggiornate delle nostre vallate e partecipiamo a diverse Fiere Outdoor che permettono di promuovere questa importante zona del nostro territorio, dove il turismo non diventa un'opzione, ma è una delle poche vie concrete di sopravvivenza: la promozione va affiancata a interventi su infrastrutture, viabilità, trasporti, servizi... etc.. L'Appennino di Emilia ci permette anche di percorrere la strada verso la sostenibilità del turismo sia in termini di offerta che di domanda.

Serve un coordinamento permanente di tutti gli attori che intervengono a vario titolo su questa zona.

BIKE

Oltre alla promozione dei nostri percorsi, all'interno di Emilia Bike Experience daremo continuità al progetto finanziato nell'ambito del FUNT 2026 e con il contributo della Camera di Commercio dell'Emilia, ovvero:

- Formazione delle strutture Bike Friendly sul nostro territorio
- Promozione del percorso promosso come vacanza di una settimana in bici sul nostro territorio. Organizzato e venduto da Itinera, agenzia specializzata.
- Realizzazione con APTServizi dell'ospitalità di FamTrip e PressTour sul Bike in Emilia.

FOOD

Dopo l'edizione 2025 di Good Italy Workshop, l'ultima di ormai una serie che ha avuto un grande successo, penseremo ad occasioni di collegamento con i T.O. arrivati e a EducTour stagionali per promuovere le esperienze alla scoperta delle nostre eccellenze.

La rete Food&Wine dovrà essere comunicata in modo specifico per non perdere il vantaggio competitivo creato in questi anni sia come FoodValley sia per l'attivazione della rete stessa, una delle più ricche nel panorama nazionale.

Anche nel PTPL si continuerà a insistere sulle esperienze del territorio in particolare proseguendo il rapporto con le Strade dei Sapori di Emilia che possono diventare un partner utile alla crescita della consapevolezza del territorio, oltre che per gli eventi e le degustazioni.

4.4 Comunicazione web e social

a. Il portale www.visitemilia.com

Dopo il passaggio dei contenuti sul sistema di informazione regionale e la pubblicazione del nuovo sito, nel 2027 continuerà l'attività di miglioramento della user experience del nuovo sito al fine di avere uno strumento flessibile, di facile consultazione e ben posizionato. La novità sarà per il 2026 la nuova ChatBot, con uso di intelligenza artificiale chiamata Emilia che non solo interlocherà con l'utente, ma ha l'obiettivo di finalizzare la produzione di un pdf con proposta di viaggio (e soggiorno) per invogliare il visitatore a valutare concretamente la proposta ed anche diffonderla. Questo strumento è stato oggetto di un lavoro importante con una ditta specializzata che applicherà il nuovo strumento che si alimenterà delle informazioni che le piattaforme delle redazioni locali inseriranno, quindi sempre aggiornate. Nel 2027 si proseguirà con l'implementazione di questo strumento

Nuovi contenuti saranno via via implementati ed integrati alla struttura esistente, con altre sottosezioni tematiche e filoni di esperienze oltre alle pagine dei prodotti turistici finanziati con il PTPL

Al fine di aumentare la visibilità del sito visitemilia.com e migliorarne la posizione nelle ricerche online, si continuerà l'attività di ottimizzazione e implementazione SEO on page in entrambe le lingue, italiano e inglese.

DTE procederà con l'attività di raccolta contatti della newsletter mensile, di approfondimento e proposta. I temi trattati avranno ricorrenza stagionale e saranno legati alle tre tematiche di rete: food, outdoor e cultura.

Verranno coinvolti blogger e influencer che possano generare contenuti freschi e originali e che invitino alla scoperta e alla fruizione delle proposte tematizzate del territorio (food&wine, cultura, outdoor, etc..). Questi contenuti saranno poi naturalmente promossi attraverso i canali *social*.

b. Facebook Visit Emilia e Instagram Visit Emilia

Continuerà l'attività di social media marketing, con l'inserimento continuo di contenuti esperienziali dedicati alle Reti e la pianificazione di campagne Adv volte a completare il funnel nella sua interezza, dalla creazione di awareness, alla generazione di traffico, fino alla conversione.

In estrema sintesi, 7 giorni su 7, l'attività sui canali social prevederà:

- creazione di 3/4 post a settimana su FB
- creazione di 3/4 post a settimana su IG
- creazione di 5/6 stories al giorno su IG
- 2 tweet a settimana su Twitter oltre ai retweet
- Attività sul nuovo profilo TikTok

c. Ufficio Stampa – Digital PR

L'Ufficio stampa si occuperà della promozione turistica di DTEmilìa e delle Reti di prodotto oltre che delle attività istituzionali degli organi di Emilia, attraverso le seguenti attività:

- creazione di un elenco mirato di giornalisti (quotidiani, periodici, riviste specializzate, TV, Radio e siti Internet);
- piano di comunicazione condiviso, vario e attrattivo;
- almeno 3 comunicati stampa al mese;
- conferenze stampa;
- notizie personalizzate e follow up dei giornalisti interessati alla Destinazione;
- inviti ai giornalisti affinché possano vivere l'esperienza di DTEmilìa attraverso Educational tour organizzati ad hoc;
- collaborazione con l'ufficio stampa di APT;
- organizzazione della rassegna stampa;
- attività di engagement e monitoraggio messaggi al fine di consolidare e ampliare la community di DTEmilìa.

8.5 Partecipazione a Fiere

DTEmilìa, in accordo con i soggetti privati aderenti al Programma annuale delle attività turistiche e con i Comuni soci, intende partecipare ad alcune delle Fiere previste dal calendario di APT Servizi e valutare la partecipazione ad altri eventi fieristici particolarmente adatti alla promozione di specifici prodotti.

DTEmilìa, valuterà particolarmente quelle Fiere in cui vi sarà maggiore presenza dei propri operatori mettendo in atto anche eventuali attività promozionali specifiche presso i quartieri

fieristici o le località in cui si svolge l'evento. DTEmilvia si prefigge per il 2027 di coordinare le modalità di partecipazione alle Fiere e il coinvolgimento degli operatori aderenti al fine di rendere più efficace la presenza. In particolare, come aggiuntivi ci sono Bergamo, Lione, Venezia e Bruxelles. Anche in collaborazione con il GAL del Ducato

4.6 II PTPL 2027

Alla luce degli obiettivi di DTEmilvia al fine di promuovere in modo unitario il territorio, si è deciso di proseguire anche per il 2027 con i criteri relativi ai progetti del Programma di Promozione Turistica Locale avviata negli ultimi anni.

In particolare:

- per l'Ambito 1, Servizi turistici di base (IAT, IAT R e nuove forme dei Servizi Turistici di Informazione e Accoglienza Turistica) alla luce della riorganizzazione e la messa a sistema della rete digitale integrata di servizi d'informazione turistica d'interesse regionale, stabilita dalla delibera della Giunta Regionale Num. 2188/2022 e ss.mm.ii., e a seguito del loro riconoscimento, si privilegerà per l'anno 2027, in continuità con il 2026, il rafforzamento e la riconoscibilità sul territorio dei servizi stessi.;
- per l'Ambito 2, Iniziative di promozione turistica di interesse locale, i sei temi specifici individuati per il 2027 sono per il terzo anno:
 - EMILIA BIKE EXPERIENCE
 - CAMMINI di EMILIA
 - FOOD & WINE EXPERIENCE (enogastronomia certificata e ristorazione di qualità)
 - BENESSERE (Terme e Sport)
 - BORGHI & CASTELLI di Emilia
 - VALORE UNESCO (Po Grande e Appennino)

solo su questi temi sarà possibile presentare i progetti.

L'obiettivo è quello di finanziare pochi progetti ma con importi più consistenti per contribuire a realizzare una promozione unitaria e trasversale sul territorio sicuramente più incisiva e utilizzabile per tutte le attività peculiari di DTEmilvia.

La nuova normativa regionale prevede inoltre il finanziamento degli eventi promozionali dei Comuni. Per il 2027 questo tipo di finanziamento sarà definito dalla differenza tra quanto possibile stanziare su Ambito 1 (255 mila euro) e quanto storicamente si finanzia su Ambito 2 (180 mila euro). Rimangono quindi 75 mila euro che andranno a finanziare progetti che dovranno rispondere ai seguenti criteri:

- Eventi di rilievo turistico, rivolti quindi a fruitori dei mercati di riferimento di Emilia
- Eventi trasversali sui territori o di carattere nazionale e internazionale
- Eventi culturali, musicali o sportivi che permettono al fruitore di soggiornare in Emilia.

Si distribuiranno le risorse in tre parti uguali sulle 3 province, con il criterio del cofinanziamento al 50%, chiedendo ai Comuni capoluogo di fare sintesi rispetto agli eventi rilevanti del proprio territorio.

4.7 La commercializzazione delle esperienze turistiche

DTEmilvia si occupa della promozione turistica e dell'organizzazione della rete promocommerciale del territorio, non si occupa direttamente del sistema di prenotazione e vendita delle esperienze e dei pernottamenti. Per questo ha organizzato le reti di prodotto e ogni anno individua con bando

i Tour operator che aderiscono al presente programma. Un'esigenza però che si avverte è quella di migliorare i meccanismi di passaggio dalla informazione turistica fino all'acquisto dell'esperienza e del pernottamento utilizzando le tecnologie informatiche e cercando soprattutto di coordinare un sistema condiviso sul territorio, che dialoghi con il sistema regionale e con quanto si sta portando avanti a livello di DMS.

Nel corso del 2027 quindi, DTEmilìa proseguirà il confronto con la cabina di regia per attuare una modalità unica di integrare il sistema di prenotazione, che permetta di non perdere i tanti contatti che arrivano sui nostri mezzi digitali e allo stesso tempo possa interagire con le piattaforme regionali: infatti sarà prevista una nuova piattaforma che integrerà anche la parte adesso gestita da Emilia-Romagna Welcome e sarà necessaria anche la presenza delle esperienze del nostro territorio.

5. MONITORAGGIO DELLA DESTINATION REPUTATION

La soddisfazione è alla base della reputazione, che a sua volta è la base del marketing della destinazione. Pertanto, è fondamentale la gestione della soddisfazione del cliente per assicurare l'attrattività del territorio.

È necessaria, di conseguenza, l'elaborazione di un barometro sulla *customer satisfaction* che sia realmente efficiente e che rifletta il livello globale di soddisfazione da parte dei turisti. La scelta viene confermata sullo strumento offerto da Data Appeal a cui è stato ulteriormente aggiunto un modulo relativo al *media monitoring* su Visit Emilia e sui tre territori di riferimento.

Il sentiment verso le nostre strutture e la visibilità di Visit Emilia è così monitorato in tempo reale.

Gli ultimi 2 moduli utilizzati quest'anno sono L'indice della sostenibilità turistica, che ci serve proprio nell'ottica del nuovo percorso intrapreso e il Modulo dello Spending ovvero la possibilità di avere i dati di spesa della Carta Visa nelle 3 province raggruppate a livello di settimane e mesi... questa è un'informazione molto utile per capire la qualità e la direzione della spesa dei turisti sul nostro territorio durante la loro permanenza, Abbiamo richiesto un ulteriore affinamento dei dati per una migliore dettaglio di analisi.

Anche questa attività in futuro potrebbe essere integrata nella nuova piattaforma regionale.

B - PROGRAMMA DI PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE TURISTICA Schede progetto per l'attività di promo-commercializzazione 2027

1° PROGETTO: RETI DI PRODOTTO EMILIA, SITO WEB e SOCIAL

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 2025 e che si svolgeranno nel 2026, 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.

Nel 2027 DTEmilìa continuerà la propria attività di implementazione e gestione delle tre reti di prodotto Food&Wine, Cultura&Castelli e Terme&Outdoor.

È stata individuata una nuova dipendente che svolgerà questo importante ruolo.

La segreteria dovrà occuparsi 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 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

Rimane centrale la gestione e sviluppo degli strumenti di comunicazione sulla quale abbiamo investito molto, ovvero il sito internet VisitEmilia.com, nella quale sono presenti le reti oltre alle proposte di soggiorno, le news e gli eventi, ed anche i nostri profili Social, in continua crescita.

Strumenti previsti:

1. Sviluppo, implementazione e gestione del sito web di destinazione;
2. Gestione di spazi dedicati sui principali social: FB, Instagram, YouTube etc.;
3. Individuazione di un ufficio stampa dedicato per la comunicazione attraverso i media tradizionali e le principali testate di settore e che funga da gestore dei profili Social di VisitEmilia

RISORSE 2027 ATTRIBUITE AL PROGETTO Euro 80.000,00

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 2027 al fine di coordinare l'attività promozionale degli Enti locali con la promo-commercializzazione di DTEmilìa, per non disperdere le risorse e massimizzare i risultati:

- EMILIA BIKE EXPERIENCE
- CAMMINI di EMILIA
- FOOD & WINE EXPERIENCE (enogastronomia certificata e ristorazione di qualità)
- BENESSERE (Terme e Sport)
- BORGHI & CASTELLI di Emilia
- VALORE UNESCO (Po Grande e Appennino)

La promozione territoriale deve anche tenere conto di due settori molto importanti, il MICE e lo SPORT, 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 (Progetti Gal, attività dei Parchi e Giornate Verdi) ed il nuovo progetto delle Strade dei Sapori di Emilia.

Attività 2027

- Sostegno ai principali eventi, anche sportivi, attraverso le pagine Social di Emilia;
- Rinnovo partnership e convenzioni in essere (Fidenza Village, EmilBanca, Poste, Trenitalia, etc.);
- Realizzazione progetto Emilia, Food Valley italiana attraverso l'ospitalità e la collaborazione per la realizzazione in Emilia del GOOD Italy workshop.
- Accordo con le Autostrade per i cartelli di benvenuto;
- Proseguimento promozione sul mercato svizzero e americano;
- Promozione territorio attraverso il collocamento di cartelli promozionali
- Progetto SportValley in accordo con APTServizi.
- Progetto MICE e costituzione di un coordinamento Convention Bureau
- Progetto Città d'Arte e workshop CITIES ER
- Sostegno ai progetti di APT Trasversali come Monasteri Aperti, Giornata Verde, Cammini Emilia Convenzione con Film Commission Emilia-Romagna per la valorizzazione dei territori attraverso l'ospitalità di case di produzione partecipanti a bandi regionali per la ricerca di location sul territorio

Obiettivi per l'attuazione del progetto:

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:

- promozione delle destinazioni e degli eventi culturali della DTEmilvia attraverso una molteplicità di canali: web, social, stampa, press trip per giornalisti, TV etc.;
- 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 etc.;
- 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 e alle TV
- educational tour per giornalisti e operatori e food blogger;

Per questo progetto si coinvolgerà anche la Camera di Commercio dell'Emilia.

RISORSE 2027 ATTRIBUITE AL PROGETTO Euro 100.000,00

3° PROGETTO: ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE TURISTICA

Attività 2027

Per le attività di comunicazione 2027, in linea con quanto si realizzerà nel 2026, DTEmilias si baserà su una nuova campagna ideata da un soggetto da individuare in base alle indicazioni, le strategie e gli strumenti descritti in questo Piano. Sarà quindi necessario procedere all'individuazione tramite apposita procedura di un soggetto che svolga il "Servizio di comunicazione operativa, ufficio stampa, gestione social, internet e grafica.

Per quanto riguarda gli strumenti e gli spazi si utilizzerà tramite convenzione il soggetto che ha vinto il bando come Meda Center di APTServizi.

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

- Affermare l'immagine di DTEmilias come La terra dello slow mix – continuerà la campagna CONOSCI EMILIA?
- Promuovere la Destinazione come meta GSTC
- 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 DTEmilias.
- Aumentare i contatti sul sito, attraverso i profili social e gli iscritti la Newsletter di VisitEmilia

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 è da ritenersi mercato di riferimento la Svizzera e proseguirà l'attività già messe in essere nel 2025-2026.

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:

- campagna di comunicazione attivando un centro media specializzato
- dotazione di strumenti tradizionali di comunicazione turistica: brochure, cartoline, gadget etc.. sia dedicati a prodotti specifici che trasversali;
- implementazione dell'attività di affermazione e notorietà del nuovo logo Emilia e immagine coordinata;
- archivio immagini da reperire presso i Comuni e i soci aderenti o da realizzare ex novo.
- strutturazione di un programma annuale di educational tour per giornalisti, blogger e operatori.

RISORSE 2027 ATTRIBUITE AL PROGETTO ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE Euro 120.000,00

4° PROGETTO: PARTECIPAZIONE A FIERE E WORKSHOP

Attività 2027

- 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, BMT Napoli e Salone del Camper in Italia oltre a eventi in Regione: Fiera Cicloturismo (Padova), Italian Bike Festival (Misano), Borsa delle città d'arte e Good Italy.
- Conferma per le fiere locali solo a rilevanza turistica: Seminart/Apimell/Buonvivere
- 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 (Bergamo, Venezia, Lione)
- In collaborazione con E-35, fondazione di partecipazione pubblica, senza scopo di lucro che Sostiene la promozione europea ed internazionale del territorio di Reggio Emilia si parteciperà ad alcune missioni all'estero in alcuni paesi gemellati con il comune di Reggio per la promozione del territorio (Fort Worth, Dijon, Girona)

Obiettivi 2027

L'attività di partecipazione a fiere di settore è parte integrante dell'attività di promocommercializzazione di DTEmilvia 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 in collaborazione con APT

Apt Servizi non ha ancora reso noto il calendario fieristico 2027 che si presume ricalcherà la programmazione degli anni precedenti. Si riporta di seguito l'elenco delle fiere nazionali e internazionali alle quali DTEmilvia intenderebbe partecipare, se confermate e della possibile partecipazione a workshop:

GENNAIO	FITUR, Madrid
GENNAIO	Stoccarda
FEBBRAIO	BIT, Milano
FEBBRAIO	FREE, Monaco
MARZO	ITB, Berlino

MARZO	BMT, Napoli
MARZO	FA LA COSA GIUSTA, Milano
MAGGIO	ATM, Dubai
SETTEMBRE	IFTM TOP RESA, Parigi
SETTEMBRE	SALONE DEL CAMPER, Parma
SETTEMBRE	IBF Misano
OTTOBRE	TTG TRAVEL EXPERIENCE, Rimini
NOVEMBRE	WTM, Londra
NOVEMBRE	IBTM WORLD, Barcellona

WORKSHOP 2027

DISCOVER ITALY (Sestri Levante),
CITIES EMILIA ROMAGNA WORKSHOP, Bologna, aprile
GOOD ITALY WORKSHOP, Bologna, ottobre

Fiere locali 2027

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.

FEBBRAIO	FIERA DEI TERRITORI, Bergamo
MARZO	SEMINAT/APIMELL/BUONVIVERE, Piacenza

RISORSE 2027 ATTRIBUITE AL PROGETTO Euro 60.000,00
--

C - PROGRAMMA DI PROMOZIONE TURISTICA LOCALE 2027

INVITO A PRESENTARE PROGETTI PER IL COFINANZIAMENTO DI INIZIATIVE A SOSTEGNO E QUALIFICAZIONE DEI SERVIZI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA TURISTICA E PROGETTI DI PROMOZIONE TURISTICA DELLA DESTINAZIONE TURISTICA EMILIA



Parma, XX

Prot. n.

PROGRAMMA DI PROMOZIONE TURISTICA LOCALE 2027

INVITO A PRESENTARE PROGETTI PER IL COFINANZIAMENTO DI INIZIATIVE A SOSTEGNO E QUALIFICAZIONE DEI SERVIZI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA TURISTICA E PROGETTI DI PROMOZIONE TURISTICA DELLA DESTINAZIONE TURISTICA EMILIA

Premessa

Con il presente invito Destinazione Turistica Emilia (DTEmilìa) individua modalità, procedure, termini e criteri di valutazione relativi ai progetti a valere sul PTPL 2027 presentati dai beneficiari individuati dalla L.R. 4/2016.

I progetti potranno essere presentati in relazione ai seguenti ambiti di attività:

1- Ambito 1

- a. Servizi Turistici di base dei Comuni relativi all'accoglienza che ricomprendono il sistema degli IAT R e IAT e le nuove forme Welcome Room, IAT Digitali e IAT Diffusi;
- b. Servizi Turistici di base dei Comuni relativi all'animazione e intrattenimento turistico;

2- Ambito 2

- a. Iniziative di promozione turistica di interesse locale - Progetti che vengono realizzati per promuovere l'immagine, le peculiarità e le caratteristiche di qualità dei servizi e dei prodotti turistici locali presenti nell'area vasta di riferimento nelle priorità individuate dal Consiglio di amministrazione in coerenza con il piano di promo-commercializzazione turistica.

1 - AMBITO 1

Chi può presentare domanda

Possono presentare la domanda le Unioni dei Comuni oppure i Comuni che hanno ottenuto il riconoscimento di un ufficio IAT/IATR, o IAT Digitale o Welcome Room o IAT Diffuso.

Ad oggi risultano come riconosciuti e formalmente attivi i seguenti Servizi di Informazione e Accoglienza Turistica:

IAT R e IAT:

Tipologia	Denominazione
IAT R	CASTELL'ARQUATO E VAL D'ARDA - UFFICIO INFORMAZIONI E ACCOGLIENZA TURISTICA (IAT R)
IAT R	GRAZZANO VISCONTI E VALNURE VALCHERO - UFFICIO INFORMAZIONI E ACCOGLIENZA TURISTICA (IAT R)
IAT	BOBBIO E VAL TREBBIA - UFFICIO INFORMAZIONI E ACCOGLIENZA TURISTICA (IAT)
IAT R	PIACENZA - UFFICIO INFORMAZIONI E ACCOGLIENZA TURISTICA (IAT R) - VISITPIACENZA
IAT R	BUSSETO E TERRE VERDIANE - UFFICIO INFORMAZIONI E ACCOGLIENZA TURISTICA (IAT R)
IAT	BORGIO VAL DI TARO E VAL CENO - UFFICIO INFORMAZIONI E ACCOGLIENZA TURISTICA (IAT)
IAT	SALA BAGANZA E VALLI DI PARMA - UFFICIO INFORMAZIONI E ACCOGLIENZA TURISTICA (IAT)
IAT	LANGHIRANO - TORRECHIARA E VAL PARMA - UFFICIO INFORMAZIONI E ACCOGLIENZA TURISTICA (IAT)
IAT R	PARMA - UFFICIO INFORMAZIONI E ACCOGLIENZA TURISTICA (IAT R) - PARMA WELCOME
IAT R	COLORNO - SORBOLO MEZZANI - UFFICIO INFORMAZIONI E ACCOGLIENZA TURISTICA (IAT R)
IAT	SALSOMAGGIORE TERME - UFFICIO INFORMAZIONI E ACCOGLIENZA TURISTICA (IAT)
IAT	CASTELNOVO NE' MONTI E APPENNINO REGGIANO - UFFICIO INFORMAZIONI E ACCOGLIENZA TURISTICA (IAT)
IAT R	REGGIO EMILIA - UFFICIO INFORMAZIONI E ACCOGLIENZA TURISTICA (IAT R) - REGGIO EMILIA WELCOME
IAT	GUASTALLA E BASSA REGGIANA - UFFICIO INFORMAZIONI E ACCOGLIENZA TURISTICA (IAT)
IAT R	FIDENZA CASA CREMONINI - UFFICIO INFORMAZIONI E ACCOGLIENZA TURISTICA (IAT R)
IAT	FORNOVO DI TARO - UFFICIO INFORMAZIONI E ACCOGLIENZA TURISTICA (IAT)

Nuove forme di accoglienza e informazione turistiche:

WELCOME ROOM

Denominazione
SAN SECONDO PARMENSE - WELCOME ROOM
CORREGGIO - WELCOME ROOM
FIORENZUOLA D'ARDA - WELCOME ROOM
FIDENZA VILLAGE - WELCOME ROOM
VIGOLENO - WELCOME ROOM
BEDONIA - WELCOME ROOM
FORTEVIVO – WELCOME ROOM

IAT DIGITALE Piattaforma multimediale

Denominazione
APPENNINO REGGIANO

Tale elenco è pubblicato annualmente sul sito di DTEmilvia Visitemilia.com, sezione Pianifica il tuo viaggio/Uffici Informazione Turistica.

Importo di finanziamento complessivo

Con riferimento alla DGR 2188/2022 novellata dalla DGR 2060/2025 nell'ambito delle risorse complessive disponibili per la realizzazione dei Programmi di attività di cui all'art. 6 della L.R. 4/2016, DTEmilvia può destinare al PTPL il budget massimo del 60%; b) può destinare all'Ambito del PTPL - Servizi Turistici di base dei Comuni relativi all'accoglienza, fino a un massimo del 50% del budget definito al precedente punto a); c) utilizzerà una percentuale di almeno 15% delle risorse finanziarie destinate all'ambito 1 del PTPL - Servizi Turistici di base dei Comuni relativi all'accoglienza per finanziare le nuove forme dei Servizi Turistici di Informazione e Accoglienza Turistica (IAT Diffuso, IAT Digitale e piattaforme multimediali, e Welcome room), d) eventuali residui non impegnati o non spesi relativi alla quota di risorse di cui al precedente punto c), per mancanza di candidature ammissibili o di spesa realizzata, potranno essere ridestinati, all'interno dell'Ambito 1 del PTPL, ai Servizi Turistici di base dei Comuni relativi all'animazione e intrattenimento turistico, oppure all'interno dell'Ambito 2 del PTPL alle iniziative di promozione turistica di interesse locale.

L'importo di finanziamento destinato ai Servizi di informazione e accoglienza turistica per l'anno 2027 è pari a Euro 255.000,00.

Gli importi di cofinanziamento sono determinati dalla DTEmilvia in base alle caratteristiche degli IAT R, IAT e alla loro rappresentatività. In caso di budget da redistribuire o di ulteriori risorse stanziare, saranno valutati altri elementi quali ad esempio il numero dei contatti registrati nell'anno solare precedente all'anno di riferimento del bando, l'entità dei corsi annuali di aggiornamento seguiti (totale delle ore e adeguatezza delle tematiche di argomento) e, in generale, il grado di coerenza delle attività di tali servizi con le linee strategiche programmatiche 2027 e la collaborazione nel raggiungimento degli obiettivi prefissati.

Documentazione minima di rendicontazione

A rendicontazione dei progetti finanziati DTEmilvia richiederà ai beneficiari per ciascuna tipologia di servizio la compilazione della modulistica scaricabile dal sito Visitemilia.com sezione Chi Siamo volta a riassumere e raccogliere schematicamente le seguenti informazioni:

- relazione illustrativa e conclusiva degli interventi realizzati corredata da un prospetto riassuntivo delle spese sostenute;
- elenco ed esecutivi del materiale prodotto (cartaceo, dépliant, video, link ai siti ecc.);
- elenco della documentazione amministrativa atta a dimostrare le spese sostenute per la realizzazione del progetto (eventuali atti di impegno e liquidazione);
- dati di monitoraggio, come eventualmente integrati sulla base di specifiche esigenze territoriali da DTEmilvia o di specifico atto del Responsabile del Settore competente in materia di Turismo della Regione Emilia-Romagna.

1 - Ambito 1a) - Uffici IAT R, IAT

Tipologia dei progetti e modalità di presentazione

Rientrano in questo ambito le spese relative all'accoglienza al turista degli uffici di informazione e accoglienza turistica – IAT R e IAT.

I progetti dovranno essere presentati mediante compilazione del MODULO ADESIONE_A1 _IAT R e IAT.

Requisiti per l'ammissibilità

1. Il servizio deve aver ottenuto regolare riconoscimento nel rispetto di quanto stabilito dai criteri previsti;
2. le attività oggetto di finanziamento devono svolgersi nell'anno solare di riferimento 01/01/2027 – 31/12/2027;
3. le attività oggetto di finanziamento devono essere coerenti adeguate ed interconnesse con le linee strategiche e programmatiche annuali di DTEmilvia e con la Redazione Locale di riferimento del SITur.

Importo di finanziamento

1. L'ammontare totale minimo delle spese rendicontabili sostenute e documentabili deve essere pari a Euro 35.000,00.
2. L'importo di base del contributo massimo assegnabile è:

Comuni capoluogo	Euro 13.000
IAT Salsomaggiore e IAT R	Euro 11.000
IAT di area turistica omogenea	Euro 9.000
IAT con WR o con IAT digitale	Euro 8.000
Altri IAT	

Con riferimento alla DGR 2188/2022 novellata dalla DGR 2060/2025 inoltre:

3. il finanziamento, concesso da DTEmilvia ai Comuni o alle Unioni dei Comuni per la realizza-

zione degli interventi di cui all'Ambito "Servizi Turistici di base dei Comuni relativi all'accoglienza" del PTPL (ambito 1), non potrà superare la percentuale massima del 50% dell'importo ammissibile per ciascun intervento¹;

4. l'importo concedibile di cofinanziamento sarà compreso entro la soglia massima per ogni IAT/IAT R di Euro 100.000,00.

Tipologia delle spese ammesse

1. spese di personale addetto al front-office e al back-office; nel caso di uffici gestiti in appalto potranno essere rendicontate spese di personale in pianta organica dei Comuni o delle Unioni dei Comuni beneficiari in misura non superiore al 15% dell'importo totale ammissibile di tutte le ulteriori altre spese di progetto;
2. spese per la partecipazione a percorsi di aggiornamento;
3. spese di gestione quali locazione di immobili, riscaldamento locali, pulizie, utenze telefoniche ed elettriche, spese postali, spese per assistenza tecnica;
4. abbonamenti a piattaforme multimediali per la promozione turistica e a uno o più quotidiani contenenti le edizioni locali;
5. spese per il rafforzamento e miglioria del sistema d'informazione ed accoglienza turistica in ottica 4.0: noleggio attrezzature e acquisto abbonamenti, ad esempio abbonamenti ad applicazioni multimediali, noleggio attrezzature per realtà aumentata e videoproiezione;
6. realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali sia cartacei che in formato elettronico.

Tipologia di spese non ammesse

1. spese relative ad acquisto di immobili, spese per gli investimenti e/o l'acquisto di beni durevoli compresi arredi e attrezzature, materiali di consumo (sono escluse anche le spese di cancelleria);
2. spese per la realizzazione e promozione di eventi;
3. spese di manutenzione ordinaria e straordinaria dei locali e degli impianti e comunque interventi di ristrutturazione dell'immobile;
4. spese di personale per la partecipazione a manifestazioni fieristiche e promozionali in genere;
5. spese varie non esplicitate, comprese la voce generica "utenze".

1 - Ambito 1a) - ALTRI SERVIZI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA TURISTICA (IAT Digitali, Welcome Room e IAT Diffusi)

Tipologia dei progetti e modalità di presentazione

Rientrano in questo ambito le spese relative all'accoglienza al turista con riferimento al funzionamento delle nuove forme dei Servizi Turistici di Informazione e Accoglienza Turistica (IAT Digitali o Welcome Room o IAT Diffusi).

I progetti dovranno essere presentati mediante compilazione MODULO ADESIONE_A1_ALTRI SERVIZI.

¹ La percentuale massima del 50% delle spese ammissibili dovrà essere rispettata anche a consuntivo di fase di rendicontazione.

Requisiti per l'ammissibilità

1. Il servizio deve aver ottenuto regolare riconoscimento nel rispetto di quanto stabilito dai criteri previsti;
2. le attività oggetto di finanziamento devono svolgersi nell'anno solare di riferimento 01/01/2027 – 31/12/2027;
3. le attività oggetto di finanziamento devono essere coerenti adeguate ed interconnesse con le linee strategiche e programmatiche annuali di DTEmilìa e con la Redazione Locale di riferimento del SITur.

Importi di finanziamento

IAT Digitale	minimo Euro 5.000
Welcome Room	minimo Euro 5.000

L'ammontare totale minimo delle spese rendicontabili sostenute e documentabili deve essere pari a Euro 10.000,00. In base alla disponibilità dei fondi il contributo potrà aumentare, sempre in proporzione alle spese presentate.

Con riferimento alla DGR 2188/2022 novellata dalla DGR 2060/2025 inoltre:

4. il finanziamento, concesso da DTEmilìa ai Comuni o alle Unioni dei Comuni per la realizzazione degli interventi di cui all'Ambito "Servizi Turistici di base dei Comuni relativi all'accoglienza" del PTPL (ambito 1), non potrà superare la percentuale massima del 50% dell'importo ammissibile per ciascun intervento²;
5. l'importo concedibile di cofinanziamento per ciascuna tipologia di servizio sarà compreso entro le seguenti soglie massime:
 - per ogni IAT Digitale e Piattaforma multimediale fino a un massimo di Euro 30.000;
 - per ogni Welcome room fino a un massimo di Euro 15.000;
 - per il complesso della rete comunale degli IAT Diffusi fino a un massimo Euro 10.000³.

Tipologia di spese ammesse

IAT DIGITALE (Totem e Piattaforme Multimediali)

1. canoni di locazione totem multimediali;
2. canoni e/o acquisto software, comprese le spese eventuali di progettazione, sviluppo e canoni per piattaforme multimediali (anche applicazioni) di promozione e informazione turistica;
3. spese software house;
4. spese di installazione e manutenzione degli strumenti informatici e multimediali;
5. spese per l'alimentazione elettrica e per la connettività Internet;
6. spese per l'acquisto di contenuti redazionali e/o per personale dedicato alla sua realizzazione;
7. spese per traduzioni;
8. spese di grafica.

² La percentuale massima del 50% delle spese ammissibili dovrà essere rispettata anche a consuntivo di fase di rendicontazione.

³ Nel caso di IAT Diffusi che interessino il territorio di più Comuni o di una Unione di Comuni, è facoltà di DTEmilìa innalzare il massimale previsto, fino a un massimo di ulteriori 5.000 euro per ogni territorio comunale interessato aggiuntivo al primo.

WELCOME ROOM

1. spese di gestione, quali locazione di immobili, riscaldamento locali, pulizie, utenze elettriche, spese per la guardiania, spese per il noleggio sussidi audio-visivi, informatici e immersivi;
2. abbonamenti a piattaforme multimediali per la promozione turistica e a uno o più quotidiani contenenti le edizioni locali;
3. spese per il rafforzamento e miglioria del sistema d'informazione ed accoglienza turistica in ottica 4.0: noleggio attrezzature e acquisto abbonamenti, ad esempio a titolo esemplificativo e non esaustivo: abbonamenti ad applicazioni multimediali, noleggio attrezzature per realtà aumentata e videoproiezione;
4. realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali sia cartacei che in formato elettronico;

Tipologia di spese non ammesse

IAT DIGITALE (Totem e Piattaforme Multimediali)

1. spese per gli investimenti e/o l'acquisto di beni durevoli compresi arredi e attrezzature;
2. spese di gestione quali locazione di immobili, riscaldamento locali, pulizie, utenze telefoniche, spese postali, spese per assistenza tecnica.

WELCOME ROOM

1. spese relative ad acquisto di immobili, spese per gli investimenti e/o l'acquisto di beni durevoli compresi arredi e attrezzature, materiali di consumo (comprese le spese di cancelleria);
2. spese di manutenzione ordinaria e straordinaria dei locali e degli impianti e comunque interventi di ristrutturazione dell'immobile;
3. spese varie non esplicitate, comprese la voce generica "utenze";

1 - Ambito -1b) - Eventi

Tipologia dei progetti e modalità di presentazione

Sarà inoltre attribuita una quota di finanziamento ai Servizi Turistici di base dei Comuni per la realizzazione di progetti di animazione e intrattenimento turistico. Si è ritenuto opportuno destinare tali fondi alle tre città capoluogo, che dovranno farsi promotrici del coordinamento e della promozione degli eventi più significativi e a valenza turistica sul territorio provinciale.

I progetti dovranno essere presentati mediante compilazione del MODULO ADESIONE_A1_EVENTI COMUNI CAP.

Requisiti per l'ammissibilità

I progetti presentati dai Comuni capoluogo dovranno riguardare la realizzazione di eventi con le seguenti caratteristiche:

1. di rilievo turistico, rivolti quindi ai target e mercati di riferimento di Emilia;
2. trasversali sui territori o di carattere nazionale e internazionale;
3. culturali, musicali o sportivi che permettano al fruitore di soggiornare per più giorni in Emilia.

Importi di finanziamento

Ai Servizi turistici di base relativi all'animazione e intrattenimento turistico viene attribuito uno stanziamento complessivo di € 75.000,00 (25.000,00 ad ogni provincia).

La somma del totale delle spese rendicontabili sostenute e documentabili per i complessivi 3 progetti nella loro totalità dovrà essere pari a minimo Euro 150.000,00.

Documentazione minima di rendicontazione

A rendicontazione dei progetti finanziati DTEmilìa richiederà ai beneficiari compilazione della modulistica scaricabile dal sito Visitemilia.com sezione Chi Siamo, volta a riassumere e raccogliere schematicamente le seguenti informazioni:

- relazione illustrativa e conclusiva degli interventi realizzati corredata da un prospetto riassuntivo delle spese sostenute;
- elenco ed esecutivi del materiale prodotto (cartaceo, dépliant, video, link ai siti ecc.);
- elenco della documentazione amministrativa atta a dimostrare le spese sostenute per la realizzazione del progetto (eventuali atti di impegno e liquidazione);

Tipologia di spese ammesse

Sono da considerarsi ammissibili tutte le voci di spesa ascrivibili a spese di servizi con riferimento al progetto presentato.

2 - AMBITO 2

Tipologia dei progetti e modalità di presentazione

Rientrano in questo ambito di attività i progetti che verranno realizzati per promuovere l'immagine, le peculiarità e le caratteristiche di qualità dei servizi e dei prodotti turistici presenti nell'area di DTEmilìa.

Sono stati individuati dal Consiglio di amministrazione sei temi specifici per l'anno 2026 a valere anche per il 2027:

- EMILIA BIKE EXPERIENCE
- CAMMINI di EMILIA
- FOOD & WINE EXPERIENCE (enogastronomia certificata e ristorazione di qualità)
- BENESSERE (Terme e Sport)
- BORCHI & CASTELLI di Emilia
- VALORE UNESCO (Po Grande e Appennino)

I progetti dovranno essere presentati mediante compilazione MODULO ADESIONE_A2_PROMO che schematicamente ricomprende il seguente set di informazioni:

- il prodotto/i prodotti turistici di riferimento e/o l'area territoriale coinvolta;
- strategie ed obiettivi;
- mercati e target di riferimento;
- attività e azioni programmate;
- tipologie di strumenti e materiali;
- eventuali azioni a supporto della promo-commercializzazione dei privati;
- tempi di svolgimento;
- eventuali partnership previste
- azioni di verifica dei risultati attesi;
- budget redatto sulla base dello schema di massima allegato

Nel caso in cui il progetto sia rivolto a mercati stranieri occorre dettagliare accuratamente le azioni che verranno realizzate all'estero. Tale progetto dovrà essere sottoposto, da parte di DTEmilìa, alla preventiva approvazione di APT Servizi.

Chi può presentare domanda

Possono presentare domanda i soggetti indicati dall'art. 6, comma 2, della L.R. 4/2016. I Comuni e le Unioni di Comuni, per poter presentare domanda, devono essere soci della DTEmilìa. Per quanto riguarda gli altri soggetti devono presentare progetti che abbiano per oggetto la promozione dei territori dei Comuni soci. Possono presentare la domanda le Unioni dei Comuni socie oppure composte da Comuni soci.

Requisiti di ammissibilità

1. Sarà possibile presentare i progetti sovracomunali solo sui temi individuati. Il Comune capofila farà da riferimento per la gestione delle risorse e per la realizzazione delle singole attività;
2. i progetti dovranno essere espressione di una rete di enti del territorio, comprovata da lettera formale di adesione dei Comuni aderenti;
3. le attività oggetto di finanziamento devono svolgersi nell'anno solare di riferimento 01/01/2027 – 31/12/2027;
4. le attività oggetto di finanziamento devono essere coerenti adeguate ed interconnesse con le linee strategiche e programmatiche annuali di DTEmilìa.

Importi di finanziamento

Le Iniziative di promozione turistica di interesse locale saranno finanziate con € 180.000,00. A ognuno dei sei progetti sarà attribuito un cofinanziamento di € 30.000,00 a fronte di una spesa ammissibile di almeno € 50.000,00. Il contributo sarà erogato previa presentazione della rendicontazione delle spese effettivamente sostenute, corredata dal bilancio completo del progetto, comprensivo delle voci di spesa dettagliate e della indicazione delle altre entrate sulla base della modulistica fornita. In caso di rimodulazione del progetto da parte del beneficiario sarà prevista una proporzionale riduzione del contributo. Il contributo sarà invece del tutto revocato se le spese effettuate risultassero sostanzialmente difformi rispetto al preventivo tanto da configurare una sostanziale non realizzazione del progetto stesso.

Assegnazione punteggi

Ciascun Comune o Unione dei Comuni o altro soggetto ammesso dalla legge, potrà fare parte di un solo progetto di promozione sia come capofila sia come soggetto aderente. Nel caso di più progetti inerenti allo stesso tema verrà fatta una valutazione dei progetti stessi e relativa assegnazione dei punteggi in base ai criteri illustrati alla fine del presente bando.

Tipologia delle spese ammesse

Attività di Comunicazione

- Cataloghi, folder, guide, materiale promozionale specifico
- Prodotti multimediali
- Strumenti informatici per la promozione del territorio
- Pagine web (creazione, implementazione ecc..)
- Passaggi radio/TV
- Inserzioni stampa
- Pubbliche relazioni e ufficio stampa
- Educational tours
- Animazione eventi fieristici e workshop di settore
- Altro _____

Attività di Marketing

- Acquisto e/o creazione di mailing list mirate

- Azioni di web marketing
- Altre azioni _____

Verifica dei risultati

- Azioni/strumenti di verifica

Progettazione e spese generali di gestione

- Max 10% dell'importo complessivo del progetto

Tipologia di spese non ammesse

Non saranno ammesse le spese relative alla mera realizzazione degli eventi come ad esempio: noleggio attrezzature, acquisto attrezzature, cachet artisti, allestimenti, SIAE, ecc...

Formazione della graduatoria

Si provvederà alla formazione di una eventuale graduatoria solo in relazione a progetti presentati sullo stesso tema dell'Ambito 2 e sulla base dei seguenti criteri.

Il nucleo di valutazione individuato dal Consiglio di amministrazione provvederà ad esaminare i progetti e ad assegnare i relativi punteggi entro il 30 novembre 2026.

Ambito 2 – Iniziative di promozione turistica locale		
Indicatori	Parametri	Punteggio
Qualità progettuale	Coerenza con le Linee strategiche programmatiche della DTEmilvia anno 2027, esposizione chiara degli strumenti e degli obiettivi e delle risorse impiegate	Ottima 25 p Buona 20 p Suff. 15 p Scarsa 5 p
Incisività di prodotto	Competitività della proposta sulla base della sua aderenza alla specificità dell'area di riferimento del progetto, della corretta e motivata identificazione dei target e dei mercati	Ottima 20 p Buona 15 p Suff. 10 p Scarsa 5 p
Innovazione e creatività:	Capacità di fare emergere e valorizzare al meglio il prodotto turistico relativo al tema scelto specifiche azioni con particolare riferimento alle iniziative di digital marketing anche in relazione agli strumenti di DTEmilvia	Per entrambi i criteri: Ottimo 10 p Buono 8 p Suff. 6 p Scarso 3 p
Coinvolgimento	Funzionalità delle azioni al supporto della promo-commercializzazione degli operatori turistici privati	Ottimo 10 p Buono 8 p Suff. 6 p Scarso 3 p
Efficacia	Esplorazione dei risultati attesi e adeguatezza delle azioni di verifica dei risultati attraverso opportuni indicatori	Ottima 10 p Buona 8 p Suff. 6 p Scarsa 3 p

Trasversalità	Progetto trasversale a tutto il territorio della Destinazione Emilia (province di Parma, Piacenza e Reggio Emilia)	Si 15 p No 0 p
Punteggio totale massimo attribuibile		Max 100

Documentazione minima di rendicontazione

A rendicontazione dei progetti finanziati DTEmilìa richiederà ai beneficiari compilazione della modulistica scaricabile dal sito Visitemilia.com sezione Chi Siamo corredata della documentazione seguente (da caricarsi sulla piattaforma indicata nella modulistica medesima):

- materiale prodotto (cartaceo, dépliant, video, link ai siti....) a dimostrazione dell'utilizzo del logo Emilia e del logo #inemiliaromagna;
- documentazione amministrativa a dimostrazione delle spese sostenute per la realizzazione del progetto, in particolare:
 - i Comuni e Unioni dovranno allegare i giustificativi di spesa (delibere e/o determine di impegno e atti di liquidazione ecc...)
 - gli altri soggetti dovranno fornire le attestazioni dei pagamenti sostenuti mediante fatture e relative quietanze (bonifici bancari)

Utilizzo di eventuali economie

Eventuali economie di spesa rilevate saranno finalizzate ad iniziative già previste dal Programma Annuale delle Attività Turistiche della DTEmilìa oppure per la realizzazione di nuovi progetti, azioni, e iniziative coerenti con lo stesso Programma annuale 2027.

Utilizzo dei loghi VisitEmilia e VisitEmiliaRomagna (Ambito 1 e Ambito 2)



Gli strumenti informativi e promozionali, cartacei o elettronici, relativi ai progetti del PTPL 2027, dovranno obbligatoriamente riportare il logo della DTEmilìa e il logo regionale VisitEmiliaRomagna qui sopra riportati. Al fine della liquidazione del contributo, la documentazione promozionale prodotta off line e on line, provvista dei loghi, dovrà obbligatoriamente essere presentata in sede di rendicontazione quale documentazione a corredo del modulo di rendicontazione e caricata sulla piattaforma ivi indicata.

Modalità di erogazione del contributo (Ambito 1 e Ambito 2)

L'ammontare dell'assegnazione del cofinanziamento ai progetti sarà provvisorio e sarà formulato presumendo un'assegnazione regionale totale almeno pari a quella del 2025 che dovrà essere confermata con l'approvazione del Bilancio preventivo 2027 da parte della Regione Emilia-Romagna.

A seguito dell'assegnazione definitiva del contributo, i beneficiari dovranno attestare l'avvio del progetto con apposita comunicazione alla DTEmilìa.

L'intenzione di realizzare il progetto finanziato **dovrà essere confermata entro il 30 giugno 2027 mediante la compilazione dei moduli scaricabili dal sito Visitemilia.com sezione Chi Siamo**, in cui **l'eventuale rimodulazione o modifica sostanziale delle azioni del progetto dovrà essere motivata da parte del soggetto destinatario.**

Presentazione rendicontazione finale (Ambito 1 e Ambito 2)

La rendicontazione finale dovrà essere inviata entro il **15/02/2028** tramite posta certificata utilizzando l'apposita modulistica scaricabile dal sito Visitemilia.com sezione Chi Siamo. Tutta la documentazione a corredo necessaria indicata nel presente bando dovrà essere caricata, come indicato nella modulistica stessa, sulla piattaforma messa a disposizione.

Modalità e tempi per la presentazione delle domande (Ambito 1 e Ambito 2)

Le domande dovranno essere redatte seguendo la modulistica in allegato **dovranno essere inviate entro le ore 18:00 del giorno 16 novembre 2026, con posta certificata al seguente indirizzo: protocollo@postacert.provincia.parma.it.**

D – PROGRAMMA ANNUALE 2027– PIANO FINANZIARIO GENERALE

A. PROGRAMMA DI PROMOCOMMERCIALIZZAZIONE (P.P.C.T) 2027	
ENTRATE	
1. QUOTE ASSOCIATIVE	
1.1 QUOTA PARTE DEI SOCI PUBBLICI	56.000,00
1.2 QUOTE SOCI PRIVATI	0,00
2. COFINANZIAMENTO REGIONALE	340.000,00
TOTALE GENERALE=1+2	396.000,00
USCITE	
1.1 RETI PRODOTTO EMILIA	80.000,00
1.2 PROMOZIONE TERRITORIALE	100.000,00
1.3 ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE, WEB E SOCIAL	120.000,00
1.4 PARTECIPAZIONE A FIERE E WORKSHOP	60.000,00
1. SUB TOTALE PROGRAMMA PROMOCOMMERCIALIZZAZIONE	360.000,00
SPESE GENERALI PER LA GESTIONE DEL PROGRAMMA 10% di 1.	36.000,00
TOTALE	396.000,00
B. RIPARTIZIONE SPESE TRA MERCATO ESTERO E MERCATO ITALIANO	
SPESE MERCATO ITALIANO	336.000,00
SPESE MERCATO ESTERO	60.000,00
TOTALE	396.000,00
C. RIPARTIZIONE BUDGET REGIONALE	
PROGRAMMA TURISTICO DI PROMOZIONE LOCALE - P.T.P.L 2026	510.000,00
PROGRAMMA PROMOCOMMERCIALIZZAZIONE TURISTICA - P.P.C.T. 2026	340.000,00
TOTALE GENERALE BUDGET REGIONALE	850.000,00



Delibera di CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

ATTO N. 2 DEL 21/01/2026

Oggetto: DESTINAZIONE TURISTICA EMILIA – PROGRAMMA ANNUALE DELLE ATTIVITA' TURISTICHE 2027

RICORDATO:

- che la Regione Emilia-Romagna con la Legge Regionale 4/2016 e smi ha disposto la riorganizzazione del sistema turistico regionale;
- 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;

CONSTATATO che la Cabina di Regia della Regione Emilia-Romagna ha:

- provveduto ad approvare i Programmi annuali delle attività turistiche 2026 delle Destinazioni Turistiche;
- definito il budget per l'attività di Promo-commercializzazione 2026;

Dato atto che:

- La Regione Emilia-Romagna ha apportato con Delibera n. 1899 del 17/11/2025 "L.R. 4/2016 E SS.MM. - APPROVAZIONE MODIFICHE ALL'ALLEGATO 1 DELLA D.G.R. 786/2017 E SS.MM. "MODALITÀ, PROCEDURE E TERMINI PER L'ATTUAZIONE DEGLI INTERVENTI REGIONALI PER LA PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE TURISTICA" - APPROVAZIONE TESTO COORDINATO" uno dei cambiamenti più significativi nel funzionamento amministrativo dell'Ente che riguarda la possibilità di effettuare impegni di spesa triennali (2025-2027).

Considerato che:

- Per avvalersi di questa opzione, è necessario predisporre il Programma Annuale delle Attività Turistiche 2027 di Destinazione Turistica Emilia che dovrà poi essere trasmesso alla Regione ER per la sua approvazione;
- Lo statuto di Emilia prevede all'art. 7 comma 8 che il Programma Annuale delle Attività Turistiche venga approvato dall'Assemblea dei Soci;
- Che, stante l'urgenza di provvedere e permettere l'imputazione biennale, l'Assemblea dei Soci di Emilia, nella seduta del 18/12/2025 ha dato mandato al Consiglio di Amministrazione di approvare il PAAT 2027 da presentare alla Regione Emilia-Romagna entro il termine stabilito del 31/01/2026 per le rispettive competenze amministrative;

VISTO il Programma Annuale delle Attività Turistiche 2026 approvato con Delibera dell'Assemblea dei Soci n. 5 del 3/10/2025 redatto secondo gli elaborati predisposti dal Direttore, sulla base degli indirizzi politico-programmatici indicati dal Consiglio di Amministrazione relativamente al Programma Annuale delle Attività Turistiche 2026 composto da:

- Linee strategiche programmatiche della Destinazione Turistica Emilia;
- Programma di Promocommercializzazione Turistica (P.P.C.T);

- Programma Turistico di Promozione locale (P.T.P.L);
- Piano finanziario generale;
- l'Avviso pubblico per la partecipazione degli operatori turistici al programma di Promozionalizzazione 2026 di Destinazione Turistica Emilia, che prevede la possibilità di aderire nelle more del regolamento regionali relativo alla partecipazione dei privati;

Considerato che:

- L'Assemblea dei Soci con delibera n. 9 del 18/12/2025, ha approvato il Bilancio di previsione 2026-2028;
- il Consiglio di Amministrazione nella seduta n. 01/2026 del 21/01/2026 ha approvato il Programma Annuale delle Attività Turistiche 2027, redatto in continuità con il PAAT 2026 e quindi composto da:
 - Linee strategiche programmatiche della Destinazione Turistica Emilia;
 - Programma di Promozionalizzazione Turistica (P.P.C.T);
 - Programma Turistico di Promozione locale (P.T.P.L);
 - Piano finanziario generale;
- L'approvazione del Piano delle attività turistiche 2027, sottintende inoltre l'approvazione e pubblicazione dell'Avviso pubblico per la partecipazione degli operatori privati al programma di promo-commercializzazione 2027 di Destinazione Turistica Emilia.

VISTI:

- lo Statuto dell'Ente;
- la L.R. Emilia-Romagna 4/2016 e smi;
- la L.R. Emilia-Romagna 13/2015 e smi;
- 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 promozionalizzazione turistica" e smi

DELIBERA

- che quanto indicato in premessa costituisce parte integrante e sostanziale del presente atto;
- di approvare il Programma Annuale delle Attività Turistiche 2027, come allegato e composto da:
 - Linee strategiche programmatiche della Destinazione Turistica Emilia;
 - Programma di Promozionalizzazione Turistica (P.P.C.T);
 - Programma Turistico di Promozione locale (P.T.P.L);
 - Piano finanziario generale;
- che l'approvazione del Piano delle attività turistiche 2027, sottintende inoltre l'approvazione e la pubblicazione dell'Avviso pubblico per la partecipazione degli operatori privati al programma di promo-commercializzazione 2027 di Destinazione Turistica Emilia;
- di comunicare tempestivamente i documenti approvati alla Regione Emilia-Romagna per le loro adempienze;
- di dichiarare, per l'urgenza di provvedere in merito, il presente atto immediatamente eseguibile ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 134 [comma 4] del D.Lgs. 267/2000 e smi.

Il Presidente
Simone Fornasari