



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

VERBALE DELLA SEDUTA DELL'ASSEMBLEA DEI SOCI
DEL GIORNO 30 APRILE 2025

L'anno duemila venticinque, il giorno Venerdì 30 (trenta) del mese di Aprile alle ore 15:00, previa l'osservanza di tutte le formalità previste dall'art 9 dello Statuto, si è svolta in modalità on-line l'ASSEMBLEA dei SOCI, a seguito di convocazione regolarmente recapitata ai componenti mezzo posta elettronica certificata, da parte del Presidente della Destinazione Turistica EMILIA, dott. SIMONE FORNASARI.

Partecipano all'Assemblea i rappresentanti (effettivi e delegati con diritto di voto) di 32 Enti aderenti su un totale di 123 Enti Soci.

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

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

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

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

E' presente in Assemblea in veste di uditrice una dirigente del Comune di Reggio Emilia.

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

Aprè la seduta il Vice Presidente di Emilia, dott. Lorenzo Lavagetto (Comune di Parma): l'assemblea si concentrerà sulla revisione delle performance finanziarie e delle attività del 2024 di Destinazione Emilia, la pianificazione della nuova strategia di comunicazione per il 2025, e l'ottimizzazione delle risorse disponibili.

Punto 1): Approvazione del rendiconto di bilancio 2024 e dei suoi allegati.

Il Direttore Romersi illustra ai presenti con l'aiuto di alcune slide il rendiconto di Bilancio 2024, incluse entrate, spese e allegati richiesti per legge (relazione di gestione, parere del revisore dei conti, conto economico, stato patrimoniale, nota integrativa). Ha sottolineato la semplicità patrimoniale dell'ente focalizzato principalmente su spese correnti di turismo e personale.

Dati Finanziari (2024):

Le entrate totali sono di circa 1.294.000 euro determinati dal finanziamento base della Regione Emilia-Romagna di 850.000 euro per delega al turismo, oltre ad un finanziamento aggiuntivo di 200.000 euro assegnato nella seconda parte dell'anno per attività di promo commercializzazione. A questi sono da aggiungere risorse per la gestione di personale e per il coordinamento degli Uffici Turistici, le entrate da soci: 15.000 euro (5.000 euro in meno del preventivato), rimborsi dalla Regione per personale regionale.

Le Spese Principali sono relative alla comunicazione turistica – core business dell'Ente – di euro 1.087.000, oltre a spese per personale regionale, altri dipendenti e costi di gestione.

Le spese di comunicazione turistica sono pari a: 510.000 euro per PTPL (ambito 1 e 2), 577.000 euro per promo commercializzazione (aumentati dai 200.000 preventivati grazie ai fondi regionali aggiuntivi).

Risultato di Esercizio: Positivo per 48.000 euro.

Risultato di Amministrazione che corrisponde al Patrimonio Netto di 294.000 euro.

Il Direttore ripercorre con i presenti le attività svolte nel 2024, come già dettagliate nel corso dell'ultima Assemblea dei Soci a chiusura di esercizio:

- Gestione delle Reti turistiche, del sito e dei social di Emilia oltre alla newsletter mensile;
- Campagne di comunicazione (es. campagna televisiva su Mediaset).
- Promozione turismo enogastronomico di Roberta Garibaldi per il quale si è svolta la presentazione nazionale a Parma;
- Attività di digital marketing e invio dépliant con Poste Italiane.
- Digital marketing e influencer marketing con Starcom.
- Partecipazione a 16 fiere (nazionali e internazionali).
- Organizzazione di press tour e fam trip per giornalisti e tour operator.
- Attività ufficio stampa (articoli su carta stampata e online).
- Eventi sul territorio (promossi da Emilia o in collaborazione con altri Enti o APT servizi), inclusi Good Italy Workshop a Parma (con 55 tour operator internazionali). Nel settembre 2025 Good Italy si terrà a Reggio Emilia.
- E' stata effettuata la rendicontazione completa del PTPL 2024, sia dei 510.000 euro di Ambito 1 (17 IAT e 7 welcome room) che dei 180.000 euro di Ambito 2 dei quali siamo in attesa di

liquidazione da parte della RER per poi procedere al trasferimento ai Comuni. Si ricorda che i 6 progetti tematici di sviluppo di ambito 2 sono: Emilia Wine Experience - Il grande fiume Il Po - I castelli di Emilia (Fantastica Emilia) - Emilia Bike Experience - I cammini di Emilia - Progetto Sport (allargato al benessere nel 2025). Sono inoltre state rendicontate le spese sostenute dai tre Comuni capoluogo per l'organizzazione di Eventi per un totale di € 75.000,00.

Il Direttore apre una parentesi in tema presenze turistiche che indicano dei dati che si possono considerare contrastanti in quanto il riferimento regionale è ancora il 2019 (pre-pandemia):

- Parma risente ancora del calo del 34% nel sistema termale rispetto al 2019.
- Nel 2024 rispetto al 2023, collina, Appennino e sistema termale hanno mostrato segnali di ripresa.
- Criticità: Alcune strutture ricettive non comunicano le presenze (verificato nel Piacentino). Nonostante gli incontri di sensibilizzazione, questo incide negativamente sull'accuratezza dei dati. Il CIN obbligatorio dal 2025 dovrebbe migliorare la comunicazione.

Il Presidente pone in votazione in primo punto all'odg "Approvazione del rendiconto di bilancio 2024 e dei suoi allegati" che viene approvato all'unanimità dei presenti votanti.

Punto 2): Proposta utilizzo avanzo di amministrazione.

Si è verificato un avanzo disponibile di 294.000 Euro (corrispondente al risultato di amministrazione) dei quali si propone l'utilizzo immediato di 90.000 euro come approvato dal CdA nella seduta dell'11 aprile scorso così ripartiti:

- 30.000 Euro ai Comuni sede di Uffici IAT: Integrando di 2.000 euro per ogni Comune il finanziamento di PTPL per compensare il calo di risorse regionali nel 2025 e riportando quindi i finanziamenti ai livelli dell'anno precedente (differenza dovuta a un nuovo limite percentuale introdotto dalla Regione rispetto ai nuovi strumenti come Welcome Room).
- 60.000 Euro per Promozione Territoriale: Incentivazione di attività, soprattutto autunnali, in quanto le risorse disponibili attualmente (con PEG approvato) si andranno ad esaurire in estate. Verrà presentato un piano di integrazione.

Il Presidente Fornasari ha sottolineato l'impegno del Consiglio di Amministrazione e degli uffici nel fare il meglio con le risorse a disposizione. Ha lodato l'efficacia dell'uso delle risorse da parte della DTE, che ha così ottenuto risultati migliori rispetto ad altre destinazioni che disponevano di maggiori fondi.

Auspica prospettive di finanziamento futuro che possano concretizzarsi con eventuali risorse aggiuntive dalla Regione Emilia-Romagna (come successo nel 2024). Alla RER è stato chiesto inoltre di rivedere i criteri di assegnazione delle risorse annuali che attualmente sono ripartite principalmente in base ai pernottamenti e andrebbero invece rivisti in funzione del modello comportamentale di quello che è il consumatore finale. E' inoltre in corso l'azione di concertazione e di condivisione attraverso un confronto continuo con la Camera di Commercio dell'Emilia identificata come potenziale stakeholder e collaboratore stretto della nostra destinazione.

Il consigliere Roberto Pasquali sottolinea la difficoltà degli Iat con la riduzione di risorse e l'aumento delle spese. Inoltre, testimonia l'aumento di turisti a fronte di dati della statistica regionale in diminuzione per cui non realistici. Anche il consigliere Christian Fiazza sostiene che essendo aumentate le entrate dalla tassa di soggiorno non si spiega il calo segnalato in città se non per un difetto di comunicazione.

Il Presidente e il Direttore sottolineano che ci è stato confermato che alcuni dati delle presenze non sono stati inviati per cui serve un'azione coordinata dei Comuni sul territorio rispetto a tutti gli operatori della ricettività, in particolare dopo l'introduzione del CIN e l'obbligo di comunicazione a

Ross1000. Anche la Destinazione Turistica ha promosso incontri con le strutture ricettive delle tre province, con la presenza del dirigente regionale della statistica per sensibilizzare sulla comunicazione dei dati attraverso la piattaforma Rossmille.

Il Presidente pone in votazione in secondo punto all'odg "Proposta utilizzo avanzo di amministrazione" che viene approvato all'unanimità dei presenti votanti.

Punto 3): Aggiornamento in merito al Piano di comunicazione 2025.

E' stato individuato quale soggetto partner il centro media AIGO, società di Marketing di Milano. Il servizio di AIGO comprende la consulenza strategica, la consulenza all'approccio alla comunicazione 2025, la creatività della campagna e l'adattamento dei concept.

In questa seduta viene illustrata la proposta di comunicazione individuata al Consiglio di Amministrazione. La proposta è stata elaborata partendo dall'analisi dello scenario e dal contesto in cui si trova Emilia che mostra una contrazione di arrivi e presenze nel 2024 sia italiani che stranieri, in controtendenza rispetto alla crescita regionale, è pertanto necessario rivolgere l'attenzione per incrementare gli arrivi nelle festività e stagioni di spalla, specialmente per il turismo straniero, posizionando il territorio come "Il cuore dell'eccellenza italiana" (cibo, cultura, natura). Per fare questa analisi, ha fatto una comparazione con l'offerta dei territori vicini di Lombardia, Piemonte e Romagna.

I target principali a cui rivolgersi sono:

- L'Esploratore (30-55 anni): alla ricerca di esperienze autentiche e attive
- Il Viaggiatore culturale & slow (40-65 anni): interessato ad arte e cultura locale
- Memory makers - Famiglie: in cerca di attività educative e divertimento.

Tre sono le proposte creative di AIGO, 1. "Il mio slow mix" : Esperienza personalizzata e multisensoriale del territorio attraverso una progressione di verbi d'azione, 2. "Emilia": Concept: Personificazione del territorio che stabilisce un rapporto diretto con il visitatore, 3. "Riscopri il tuo tempo": Concept: Interpretazione del concetto di "ritmi rilassati" centrale nello Slow Mix.

Tra queste il Consiglio di Amministrazione ha approvato la seconda proposta "Emilia personalità", che parte dall'idea che Emilia ha un nome di persona, creando curiosità attorno al gioco di parole e alle esperienze. Sono tre le declinazioni principali sulle quali verterà la campagna: Cultura, Outdoor, Enogastronomia per ognuna delle quali verranno sviluppate quattro immagini/slogan. Il budget della campagna di comunicazione a disposizione di 100.000 euro verrà declinato per circa la metà in particolare sul Digital e Social marketing. Saranno inoltre individuati uno o più influencer per veicolare in maniera diretta il nostro territorio.

Tra gli strumenti di comunicazione si ricorda inoltre la partnership con Poste Italiane, risultata molto efficace in termini di ritorno di contatti del sito e di iscrizione alla newsletter nella precedente campagna 2024. Possiamo inoltre avvalerci dell'agenzia Starcom (soggetto individuato da APT servizi per la comunicazione degli enti regionali) per la comunicazione media.

Come noto il mercato estero di riferimento è la Svizzera sia per le risorse disponibili, che per il target di turisti alto spendenti che per la vicinanza (è ripartito il treno diretto per Zurigo che ferma tutti i giorni a Piacenza, Parma e Reggio Emilia). E' stata approvata la proposta della Camera di Commercio Svizzera di diventare partner territoriali dei loro eventi per presentarsi alle imprese svizzere: saremo quindi presenti ad eventi di novembre a Lugano e di dicembre a Zurigo.

Il Consigliere Nicola Cesari fornisce all'Assemblea un aggiornamento in merito alla Food Valley Bike, ora tabellata anche su parte del Piacentino (Villanova), collegando di fatto le tre province. Partiranno inoltre delle opportunità legate alla navigazione (Padus) e nuove ciclabili (es. Coenzo-Brescello, Ciclabile Peppone Don Camillo). Sottolinea inoltre l'importanza di puntare sulla navigazione nella comunicazione.

Il Presidente Fornasari annuncia inoltre di un progetto di bike tourism in fase avanzata che prevede, con un tour operator, la vendita di un prodotto turistico (una settimana in Bici in Emilia) a partire dal prossimo anno. L'obiettivo non è solo far conoscere i percorsi, ma venderli.

Il Presidente pone in votazione il terzo punto all'odg "Aggiornamento in merito al Piano di Comunicazione 2025" che viene approvato e condiviso all'unanimità dei presenti votanti.

Punto n. 4): Comunicazioni del Presidente.

Sostanzialmente le cose più importanti sono già emerse durante la discussione: il Presidente riprende quanto anticipato in merito al coinvolgimento della Camera di Commercio di Emilia alla quale verrà illustrato e proposto un progetto di promozione turistica da condividere. Il Progetto di cicloturismo di cui si accennava verrà illustrato all'Assemblea nella prossima seduta.

Punto n. 5): Varie ed eventuali.

- Prossima Assemblea (Luglio): Approvazione equilibrio di bilancio, inizio pianificazione attività turistiche anno successivo.
- Certificazione di Sostenibilità GSTC: Valutazione e ricerca risorse per ottenere una certificazione di destinazione sostenibile a livello mondiale. Sarebbe la prima area vasta del turismo a ottenerla. Ritenuta un'opportunità importante per attrarre turisti consapevoli e sostenibili. Possibile coinvolgimento della Camera di Commercio.
- Convenzione con GAL del Ducato (Biennio): Promozione area appenninica. Riattivazione tavoli di vallata del turismo, partecipazione a fiere a tema Appennino.
- Convenzione con Poste Italiane: Estensione degli sconti (già validi per possessori biglietti Frece) a dipendenti e pensionati di Poste (120.000 persone) per soggiorno nel territorio, con pubblicità diretta e indiretta.
- Progetto Bike Tourism con Tour Operator: Definizione avanzata, vendita prevista dal prossimo anno.

Esaurita la discussione il Presidente Fornasari, ringrazia i presenti e chiude la seduta alle ore 16:30.

Verbale n. 1/2025 della seduta del 30 aprile 2025.

Il Presidente
Simone Fornasari

Il Direttore
Pierangelo Romersi