



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

VERBALE DELLA SEDUTA DELL'ASSEMBLEA DEI SOCI
DEL GIORNO 29 aprile 2022

L'anno duemilaventidue, il giorno venerdì 29 (ventinove) del mese di aprile alle ore 10:00 in videoconferenza e previa l'osservanza di tutte le formalità previste dall'art 9 dello Statuto, si è svolta 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. CRISTIANO CASA.

Sono presenti i rappresentanti (effettivi e delegati) degli Enti aderenti di seguito elencati, di 39 Enti su un totale di 123 aderenti.

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	
12	CORNIGLIO	
13	FIDENZA	
14	FONTANELLATO	X
15	FONTEVIVO	
16	FORNOVO DI TARO	
17	LANGHIRANO	X
18	LESIGNANO DÈ BAGNI	X
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	
35	TERENZO	
36	TIZZANO VAL PARMA	
37	TORNOLO	
38	UNIONE PEDEMONTANA P.SE (COLLECCHIO, SALA BAGANZA, FELINO, TRAVERSETOLO)	X
39	VARANO DE' MELEGARI	
40	VARSI	
41	PROVINCIA DI PIACENZA	
42	AGAZZANO	
43	ALSENO	
44	ALTA VAL TIDONE (PECORARA, CAMINATA, NIBBIANO)	
45	BETTOLO	
46	BOBBIO	X
47	BORGONOVO VAL TIDONE	
48	CALENDASCO	
49	CARPANETO PIACENTINO	
50	CASTELL'ARQUATO	X
51	CASTEL SAN GIOVANNI	X
52	CASTELVETRO PIACENTINO	
53	CERIGNALE	
54	COLI	X
55	CORTE BRUGNATELLA	
56	FARINI	
57	FERRIERE	
58	FIORENZUOLA D'ARDA	X
59	GAZZOLA	X
60	GOSSOLENGO	
61	GRAGNANO TREBBIENSE	
62	GROPPARELLO	X
63	LUGAGNANO VAL D'ARDA	
64	MONTICELLI D'ONGINA	
65	MORFASSO	X
66	OTTONE	X
67	PIACENZA	X
68	PIANELLO VAL TIDONE	
69	PIOZZANO	

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

Partecipa all'Assemblea il Direttore della DTEmilìa, dott. Pierangelo Romersi.

Il Presidente Cristiano Casa, dichiara valida la seduta e avvia la discussione:

Saluta e ringrazia i presenti e cede la parola al Direttore Romersi per la discussione dei primi punti all'odg.

Punto n. 1 – Proposta di approvazione del Rendiconto di Bilancio 2021.

Il Direttore illustra ai presenti il “Risultato di amministrazione 2021” pari a circa 173.000,00 che coincide con l’”Avanzo di amministrazione” e mostra il quadro generale riassuntivo a partire da un focus sulle spese che sono principalmente relative a: Beni e servizi – Progetti di Comunicazione, e Trasferimenti correnti – PTPL.

Come noto le entrate sono relative a trasferimenti correnti derivanti dalla Regione Emilia Romagna e dalle quote di adesione dei Soci.

Al 31/12/2021 si pareggia a 2ml di euro, in quanto oltre alle risorse regionali sono a bilancio le risorse provenienti dal Progetto con il Gal del Ducato e del Progetto Erasmus – progetto che ha consentito a studenti delle nostre scuole superiori di effettuare periodi di stage lavorativi all'estero.

Il Direttore illustra le attività svolte da Emilia nel corso dell'anno a partire dal nuovo Logo di Emilia ideato dalla società McCann. Il logo e il suo pay off “emilia terra dello slow mix”, con le doppie immagini del territorio, è stato veicolato con la nuova campagna di comunicazione che ha riguardato attività sia on line che off line coinvolgendo le principali testate italiane che si occupano di turismo oltre a totem retroilluminati presso alcune delle principali stazioni FFSS italiane e Teads per il mercato estero. La pianificazione e realizzazione della campagna di comunicazione è stata affidata alla società LIFE ed ha riguardato principalmente uscite digital e stampa (Manzoni, RCS, Condénast, Mediamond, Borghi) e social (facebook e Instagram) oltre alle affissioni nelle grandi stazioni retail ed è stata presentata la comunicazione attraverso addressable TV su La7 e La7d che ha registrato ottimi numeri in termini di impression e klik.

Con Lastminute.com, ci si è dedicati ai mercati francesi e tedeschi e in collaborazione con Autostrade.it, sono stati posizionati 3 cartelli autostradali promozionali in entrata nel territorio di Emilia lungo le principali autostrade. APT servizi in collaborazione con le Destinazioni Turistiche ha dato l'avvio alla campagna “Via Emilia” con Stefano Accorsi come testimonial, che attraverso racconti e narrazioni sui suoi social ha narrato i luoghi più affascinanti e curiosi dell'Emilia Romagna. Sono inoltre stati realizzati 4 video con protagonista Paolo Cevoli dedicate a Dante Alighieri nel sette centenario della sua morte. Il comico romagnolo prendendo spunto da passi della Divina Commedia racconta luoghi e personaggi del territorio.

Grande attività anche per l'ufficio stampa di Emilia con 557 articoli pubblicati, 46 comunicati stampa scritti oltre alla stesura di testi ad hoc per la testate digital in particolare. Sono stati incrementati i canali sociali di VisitEmilia con oltre 20.000 follower su facebook e 10.000 su instagram. E' stata avviata la collaborazione con Roberta Garibaldi per la promozione del turismo enogastronomico che ha visto il logo di Emilia sul materiale di comunicazione del “Rapporto sul Turismo enogastronomico italiano 2021”. A seguito della installazione del touchwall promozionale presso la stazione Mediopadana di Reggio Emilia, la mappa iconografica è stata stampata su carta nella versione italiana e inglese. Il sito www.visitemilia.com è stato migrato su piattaforma regionale ed entrato a far parte della architettura informativa ERT: ciò consente che i contenuti

verso l'utenza finale appaiano coerenti con il sito www.emiliaromagnaturismo.it e agevola il flusso delle informazione dalle redazioni locali e verso la Regione.

Grande successo ha riscosso l'iniziativa Teatri Aperti: nel mese di maggio 2021 (4 weekend per 8 giornate) sono stati aperti alle visite 22 teatri del territorio che hanno visto la partecipazione di 5400 persone. Iniziativa che è stata ripetuta nel mese di dicembre.

Emilia, nonostante le limitazioni dovute dalla pandemia è stata presente in numerose fiere di settore: Salone del Camper a Parma, Italian Bike Festival a Rimini, TTG di Rimini, Apimell di Piacenza, WTM di Londra, BTA Paestum, Mercato dei vini dei vignaioli d indipendenti di Piacenza.

Due i progetti affidati dal GAL del Ducato in convenzione a DTE (Marketing Territoriale dell'Appennino con conclusione il 31/12/2022 e Portale appennino con conclusione il 30/06/2022) all'interno della misura 19 del PSR 2014/2020 approccio LEADER. Tra le azioni finalizzate alla promozione ed al rilancio dell'Appennino sono stati realizzati eductour, campagne radio, installazione di touchscreen nelle vallate, realizzazione de portale appennioemilia.it, eventi, partecipazione a fiere etc..

Sono state inoltre organizzati numerosi momenti di formazione specifica rivolti agli aderenti alle reti di Emilia aventi per tema in particolare l'utilizzo, il potere e gli strumenti di crescita offerti dai social.

Il Presidente Cristiano Casa, condivisa la relazione del Direttore, pone in votazione il punto 1) all'odg: Proposta di approvazione del rendiconto di Bilancio 2021.

L'Assemblea approva all'unanimità dei presenti votanti.

Punto n. 2 – Proposta di variazione di bilancio.

Il Direttore, ricorda all'Assemblea che con Delibere di Giunta Regionale n. 231 del 21/02/2022 e n. 258 del 28/02/2022 la Regione Emilia-Romagna ha provveduto ad approvare i Programmi annuali delle attività turistiche 2022 e definiti il budget per l'attività di Promocommercializzazione 2022 e sono stati assegnati e concessi alla DTEmilvia, contributi per la realizzazione dei Programmi di Promocommercializzazione Turistica (P.P.C.T.) e Programmi Turistici di Promozione Locale (P.T.P.L.) per l'anno 2022 pari a € 850.000,00 ripartiti così come segue:

◦ € 430.000,00 per il P.P.C.T.

◦ € 420.000,00 per il P.T.P.L.

La Regione Emilia-Romagna nel mese di gennaio assegnava ulteriori risorse per 45.000,00 Euro e con successivo atto ha comunicato che sono disponibili risorse pari ad € 187.811,90 per l'esercizio finanziario 2022, a titolo di contributo per la realizzazione di azioni integrative al Programma di promo-commercializzazione turistica per l'anno 2022.

Si registrano inoltre maggiori entrate dovute a un aumento dell'assegnazione regionale che ha stanziato fondi aggiuntivi per le attività di promocommercializzazione e per la gestione del SITUR di Piacenza per complessivi € 24.000,00 per un totale complessivo € 256.811,90.

Tali risorse andranno ad incrementare le attività di promozione turistica nazionale ed estera, per la quale ci si avvarrà della società CARAT, Media Center individuato in forza della gara europea esperita da APT servizi grazie ad un accordo quadro.

Il Presidente Cristiano Casa, pone in votazione il punto 2) all'odg: Proposta di variazione di Bilancio 2021.

L'Assemblea approva all'unanimità dei presenti votanti.

Si rende noto che la documentazione di cui ai punti 1) e 2) approvati dall'Assemblea verranno pubblicati sul sito di Emilia nella sezione Amministrazione trasparente.

Punto n. 3 – Aggiornamento in merito alla campagna di comunicazione e agli eventi di Emilia.

Il Presidente sottolinea il buon risultato ottenuto con il maggior importo ricevuto dalla Regione che permette di pianificare con più respiro le attività di comunicazione di Emilia. Ringrazia il Direttore ed il personale di Emilia per l'attività svolta ed in particolare ringrazia il CdA per il buon lavoro che insieme stanno portando avanti con la consapevolezza che il territorio da promuovere è quello di Emilia come unica identità; concetto che deve essere acquisito anche nel territorio dove sta crescendo la consapevolezza dell'importanza del turismo sia da parte degli amministratori pubblici che da parte degli operatori e ciò favorisce il lavoro di rete e favorisce la programmazione.

Il Presidente ringrazia anche i GAL dell'Appennino: dallo scorso anno è attiva una convenzione con il Gal del Ducato, ed ora si sta avviando anche una collaborazione con il Gal Reggiano che insieme stanno lavorando per la promozione dell'Appennino di Emilia.

Per l'anno in corso le attività di comunicazione verranno realizzate con il Centro Media CARAT, secondo un piano presentato e messo a punto e rimodulato anche con i suggerimenti del team della comunicazione di Emilia che bene conosce il territorio e le sue esigenze. Si proseguirà con la veicolazione del tema dello Slow MIX e la divulgazione delle immagini abbinata, che non verranno integrate con altri scatti di altri soggetti, ma che verranno affiancate da video e mini video per i social al fine di raccontare ancora di più le nostre eccellenze. I video verranno realizzati senza musiche ma con i suoni di Emilia e delle varie esperienze per offrire al turista un prodotto totalmente immersivo.

Le azioni di comunicazione con CARAT saranno rivolte principalmente al mercato italiano e prevedono attività social, digital, affissioni nelle stazioni, promozioni sulle riviste sui treni ad alta velocità e altro.

La parte degli investimenti riservati all'estero, sarà rivolta verso la Svizzera; si coglie l'opportunità offerta dalla linea ferroviaria appena avviata, che percorre la tratta Bologna Zurigo e che ferma a Parma, Piacenza e Reggio Emilia. Si vuole concentrare la promozione di Emilia principalmente verso la stampa locale per la promozione dei nostri prodotti tipici ed inoltre verranno realizzate inserzioni e podcast per i giornalisti. Il Presidente afferma che questa strategia di comunicazione con la Svizzera, è solo un primo approccio che dovrà continuare nel tempo. Concentrare le risorse per l'estero verso un solo Stato, è un modo per non disperdere risorse economiche e per potere avere anche strumenti di verifica dell'efficacia dell'operato. Grazie ad Enit è stata individuata una agenzia che ci accompagnerà nelle attività di comunicazione. La collaborazione con Trenitalia propone inoltre, la stipula di una convenzione che prevede l'offerta di pacchetti sconti (agevolazioni e sconti nelle strutture ricettive, musei fornitori di servizi che vorranno aderire), per chi viaggia in treno per visitare il nostro territorio.

Altro aspetto interessante è l'attivazione di un volo Parma-Parigi che grazie a risorse del Comune di Parma con il supporto della Regione Emilia Romagna, offrirà un'ulteriore opportunità di comunicazione e scambio.

Il progetto Food Valley che era stato anticipato all'Assemblea nelle scorse sedute, è stato sostituito dalla realizzazione di un format televisivo di tre puntate con Discovery Channel (per un costo di € 70 mila), che vedrà protagonisti l'esperto di enogastronomia Andrea Petrini affiancato da un giornalista straniero e da uno chef internazionale di alto livello, che visiteranno tre realtà (una gastronomia e un ristorante oltre ad un produttore di prodotto tipico), 3 per ognuna delle nostre tre province per presentare le eccellenze culinarie. Le puntate saranno programmate principalmente all'estero con passaggi successivi anche in Italia.

Prende la parola il Direttore che mostra il dettaglio del piano di Comunicazione di CARAT che ricorda, può essere realizzato con un buon budget a disposizione pari ad € 310.000,00, più € 48.000,00 per la Svizzera.

Il Piano presentato da CARAT, inizia con una ricerca che mostra lo scenario attuale dovuto all'incertezza del caro bollette e della guerra in Ucraina, ma mostra anche che prevale la voglia di

tornare a viaggiare dopo la pandemia. La tipologia di vacanza prevista che emerge dalla ricerca, è quella in famiglia e con amici alla scoperta di nuovi luoghi e culture. In crescita i viaggi di workation ossia lavorare da remoto in luoghi di villeggiatura. Il nostro territorio offre tutto questo, è pertanto necessario avviare gli adeguati strumenti di comunicazione per attrarre il turista nel luogo dello slow mix.

CARAT presenta la propria strategia dello slow mix: sono necessari precisione, visibilità sul territorio e ottimizzazione dei risultati da raggiungere con l'utilizzo dei media. Grazie ad un ecosistema sviluppato da Carat, la comunicazione raggiungerà i target dei potenziali turisti interessati ed interessanti per la promozione, quali il target dei viaggiatori, l'età, la provenienza, gli interessi. Gli interventi di comunicazione saranno effettuati con una precisa strategia e precisi obiettivi per intercettare gli utenti che si vogliono attrarre a visitare l'Emilia. Saranno utilizzati vari canali di comunicazione quali ad esempio: immagini statiche e spot video negli aeroporti e nelle principali stazioni ferroviarie, stampa specializzata quali Bell'Italia, Dove Viaggi, riviste a bordo de Le Freccie e Italo, testata digitale e-borghi oltre a campagne social.

Continua la collaborazione con Data Appeal, che con la piattaforma che ha a disposizione è in grado di valutare le considerazioni che i turisti hanno sulle nostre imprese, le nostre strutture ricettive ed il grado di soddisfazione dei servizi offerti. Ciò permette sia ad Emilia che agli operatori delle reti di prodotto, (opportunamente informati con le giornate di formazione) di fare considerazioni che consentono di migliorare le aspettative e le richieste del turista per aumentare l'attrattività e l'interesse al territorio.

Il Direttore presenta una iniziativa di Emilia, "Emilia Terra dello Slow mix" che propone di realizzare un workshop presso le Fiere di Piacenza per il prossimo 1 e 2 ottobre in contemporanea al Good Italy che sarà a Parma e all'educ tour che sarà organizzato per l'occasione. Il programma prevede al momento, la presenza di 60 aderenti alle reti che nel primo giorno di esposizione avranno al mattino possibilità di scambi e conoscenza e per il pomeriggio si organizzerà il tour di Good Italy. Si sta pensando anche di organizzare una Assemblea dei Soci in presenza per far sì che i soci possano conoscere meglio quali sono le ricchezze del territorio. Per il secondo giorno, si propone di aprire gli spazi espositivi al pubblico, con l'organizzazione di un evento di richiamo, magari coinvolgendo la stessa Roberta Garibaldi nell'ambito della collaborazione con Emilia e Davide Rampello che ha già lavorato con Emilia. L'idea è quella di rivolgere la promozione dell'evento, oltre che ai nostri territori, anche al pubblico lombardo ed in particolare milanese.

Anche l'iniziativa "Teatri Aperti" verrà realizzata nella sua edizione primaverile in programma per il week end lungo dal 2 al 5 giugno.

In merito al PTPL, come anticipato nel bando, saranno consegnati agli Uffici di informazione turistica che confermeranno il loro interesse, i totem espositivi del materiale promozionale di Emilia nei due formati da "banco" o da "terra" che hanno l'obiettivo di dare una veste comune al territorio.

Il Presidente Cristiano Casa, pone in votazione il punto 3) all'odg: Campagna di comunicazione e altri eventi di Emilia.

L'Assemblea approva all'unanimità dei presenti votanti.

Punto n. 5 – Adesione di un nuovo socio: Comune di Borgonovo Val Tidone (PC).

Con propria comunicazione del 02/03/2022 prot. n. 2329 il Sindaco del Comune di Borgonovo Val Tidone (PC) Monica Patelli, in attuazione della delibera di Giunta Comunale n. 5 del 25/02/2022 chiede di aderire alla Destinazione Turistica Emilia come disposto dallo Statuto dell'Ente approvato con delibera di Giunta Regionale n. 595/2017.

Il Direttore comunica che anche il Comune di Borgonovo Val Tidone, ha manifestato il proprio interesse ad aderire alla compagine di Emilia e che l'adesione verrà formalizzata nel corso della prossima Assemblea dei Soci, non appena la richiesta verrà formalmente approvata con atto di Consiglio Comunale.

Il Presidente pone in votazione l'adesione del Comune di Borgonovo Val Tidone (PC) a Destinazione Turistica Emilia. I soci di Emilia sono determinati in complessivi 123: L'Assemblea approva all'unanimità dei presenti con diritto al voto.

Il Presidente ringrazia i presenti e toglie la seduta alle ore 11:30.

Verbale n. 1/2022 della seduta del 29 aprile 2022.

Il Presidente
Cristiano Casa

(firmato digitalmente)

Il Direttore
Pierangelo Romersi

(firmato digitalmente)