



**Verbale n. 3/2022 della Seduta del Consiglio di Amministrazione**  
**Venerdì 8 aprile 2022**

L'anno duemilaventidue il giorno 08 (otto) del mese di aprile alle ore 09:00, 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).

- Vista la Delibera dell'Assemblea di Soci n. 5 del 14/12/2020 con la quale sono stati nominati i membri del Consiglio di Amministrazione di Emilia per il mandato 2021/2023 (3 membri per la Provincia di Parma, 3 membri per la Provincia di Piacenza e 3 membri per la Provincia di Reggio Emilia);
- Considerato che con il medesimo atto dell'Assemblea dei Soci n. 5 del 14/12/2020, è stato nominato tra i membri del CdA, il Presidente dell'Ente nella persona del dott. Cristiano Casa;

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

<b>Composizione CdA</b>	<b>Nome Cognome</b>	<b>Presenti</b>
Parma	Cristiano Casa – Presidente	X
	Filippo Fritelli	X
	Claudio Moretti	X
Piacenza	Patrizia Barbieri	
	Roberto Pasquali	X
	Maria Rosa Zilli	X
Reggio Emilia	Annalisa Rabitti	X
	Enrico Bini	
	Ivano Pavesi	X

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

La seduta si svolge in video conferenza come previsto dai decreti in vigore per la prevenzione della diffusione del coronavirus:

In esecuzione dell'art. 10 dello Statuto e verificato il numero dei presenti, il Presidente Cristiano Casa avvia la seduta con alcune comunicazioni: in particolare segnala che al Consiglio che in seguito ai numerosi colloqui svolti tra le parti, la Regione Emilia-Romagna, ha stanziato per Emilia, ulteriori fondi per la promo commercializzazione che vanno a finanziare totalmente il piano di promo-commercializzazione di Emilia.

L'importo a disposizione consente pertanto di portare avanti i progetti pensati per il 2022, quali la realizzazione di un format televisivo sulla Food Valley che avrà ad oggetto i territori di Parma, Piacenza e Reggio Emilia

Propone inoltre di rinnovare la collaborazione con Roberta Garibaldi ed il suo "Rapporto enogastronomico" che oltre a consolidare il rapporto di collaborazione include un percorso di formazione a cui potranno partecipare gli aderenti ad Emilia.

Il Presidente cede la parola al Direttore Pierangelo Romersi per l'illustrazione delle voci di Bilancio.

**Punto n. 1 all'odg: Nuovo prospetto fondi regionali;**

**Punto n. 2 all'odg: Variazione di Bilancio 2022;**

**Punto n. 3 all'odg: Presentazione del piano di comunicazione del mediacenter "Carat";**

**Punto n. 6 all'odg: Rapporto enogastronomico italiano**

Il Direttore mostra al Consiglio alcune slide con le quali illustra le voci di spesa proposte, come risultanti dal maggior budget a disposizione :

Capitoli di promozione territoriale e di comunicazione.

- Cartellonistica autostradale: per un importo di € 30.000,00
- Agenzia Brand Identity: verrà chiesto alla ditta MCCANN di proseguire con il lavoro di personalizzazione della comunicazione Emilia terra dello slow mix.
- Promozione specializzata dell'enogastronomia: si conferma per il 2022 la partnership con il Rapporto Annuale sull'Enogastronomia Italiana a cura di Roberta Garibaldi per un importo di € 12.200,00.
- Discovery Food Valley, realizzazione del format televisivo sul territorio che verrà trasmesso sulla rete Discovery internazionale in collaborazione con APTServizi che prevede una spesa di € 70.000,00.
- Realizzazione di foto e video di Emilia sia per i social che per gli aeroporti, per un importo sotto la soglia dei 40 mila euro. I video dovranno accompagnare in visitatore nel territorio, facendogli vivere la magia dei luoghi, dei suoni e dei colori di Emilia.
- Realizzazione di Educ Tour e Press Tour in collaborazione con APT servizi per un importo di € 28.600,11
- Individuazione del Media Center per la realizzazione della campagna di comunicazione: il piano di finanziamento alla società CARAT per € 310.000,00 in forza della gara europea esperita da APT Servizi e che con accordo quadro è possibile utilizzare anche per DTEmiliana. Attraverso Carat, verrà realizzata anche la campagna estera: ci si è concentrati sulla Svizzera in considerazione della presenza del Treno Bologna Zurigo, che ferma a Parma, Piacenza e Reggio Emilia e con l'individuazione di una agenzia locale si procederà alle attività di promozione.

Capitolo di formazione sulle reti:

- Formazione per le reti (affidamento diretto e convenzione con la Regione) per un importo di € 14.000,00
- Evento "Emilia Terra dello Slow mix" si 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. La spesa complessiva prevista a Bilancio è di € 48.000,00

- Conferma del servizio di rilevamento dati presenze e sentiment del territorio per una spesa di € 24.000,00
- Promozione e realizzazione della edizione primavera di Teatri Aperti: in seguito ad un incontro con i teatri del territorio si è definito di programmare per il week end lungo dal 2 al 5 giugno l'edizione Teatri Aperti che prevederà la possibilità di visita guidata dei teatri e delle città di riferimento: importo € 20.000,00.
- Ultima voce di spesa è dedicata ad un educ tour mirato al progetto MICE che la Camera di Commercio di Parma ha già ideato per Parma e che si vorrebbe estendere anche a Piacenza e Reggio Emilia.

Ultimo capito di spesa partecipazione ad Eventi e Fiere;

- Per la partecipazione ad eventi e Fiere locali e nazionale è prevista una spesa per l'anno 2022 di circa 30.000,00 euro. Il direttore riferisce al Consiglio che l'elenco delle fiere è sempre in aggiornamento: Emilia ha partecipato nel mese di marzo alla Borsa Mediterranea del turismo a Napoli e a Discovery Italy, un workshop dedicato agli operatori che si è svolto a Sestri Levante. Emilia nell'ambito dei progetti del GAI del Ducato, sarà presente alla BIT di Milano, durante la quale sarà organizzato un evento per la presentazione del portale appennino. Emilia parteciperà a Children Tour, iniziativa organizzata da APT servizi rivolta alle famiglie, che partirà da Rimini ma che coinvolgerà anche il nostro territorio. DTEmiliana sarà presente con un proprio spazio espositivo a Euroflora 2022 a Genova e con APT servizi, sarà presente a Dubai. Nel periodo autunnale si svolgeranno le consuete fiere locali.
- Sono previsti su questo capitolo ulteriori € 15.000,00 per la ristampa di cartine e gadget e € 15.000,00 per workshop e fiere internazionali.

Al termine dell'illustrazione dei capitoli di spesa il Direttore in merito alla variazione di Bilancio precisa che si aumenterà di 110.000 euro l'importo previsto per Carat Italia per la promozione Digital social e mediante affissioni della campagna suddetta.

Oltre a questi interventi è stata reintegrata come negli scorsi anni la partita di giro riguardante la gestione del Situr di Piacenza che quindi anche per i 2022 transiterà nel nostro bilancio per un finanziamento previsto di 24.000,00 euro.

Infine sono stati adeguati i valori di cassa dei capitoli riguardanti in particolare i capitoli oggetto di revisione dei residui effettivi rispetto a quelli presunti di dicembre.

Il totale della variazione quindi pareggia ad un valore di euro 256.811,90 e le entrate e le spese complessivamente pareggiano dopo questa variazione per un totale di euro 2.227.483,01.

Il Direttore mostra il dettaglio del piano di Comunicazione di CARAT che presenta una campagna programmata con un buon budget a disposizione (di 310.000 euro, più 48.000 euro 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 media ed il piano 2022 per Emilia, che si concentrerà su 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 Frecce e Italo, testata digitale e-borghi oltre a campagne social *(le slide del piano di comunicazione di CARAT, vengono inviate all'attenzione dei sigg.ri Consiglieri)*.

Come suggerito dal Presidente si proporrà di posizionare con la disponibilità dei Comuni, dei cartelli promozionali di Emilia nel territorio, per far accrescere la concezione di Emilia.

Si faranno attività integrative sul PTPL ed infine si sta lavorando per acquisire la disponibilità di influencer che possano attraverso i social promuovere Emilia.

Il Direttore mostra le attività che si stanno sviluppando per la promozione di Emilia in Svizzera, che con la collaborazione di una agenzia, che sta già lavorando con ENIT, saranno concentrate

principalmente verso la stampa locale per la promozione dei nostri prodotti tipici, 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. In merito agli influencer, riferisce che l'allenatore Stefano Pioli ha già accettato un collaborazione gratuita, è stata contattata anche Orietta Berti, ma che aveva già ricevuto un ingaggio migliore da APT servizi, e che si sta quindi cercando di contattare altri rappresentanti locali.

Il Presidente ribadisce inoltre l'importanza dei video per mostrare le esperienze delle città e a tal proposito la Consigliera Rabitti, apprezzando le attività esposte ed il piano di comunicazione nel suo complesso suggerisce di fare il possibile di effettuare il girato a Reggio Emilia nel periodo maggio/giugno in quanto vi sono in programma numerosi eventi che possono essere rappresentativi della vivacità della città.

Anche il Consigliere Fritelli condivide le attività proposte e nel contempo ricorda al Consiglio che nel corso del 2021, era stata condivisa la necessità di azioni di promozione mirate al Comune di Salsomaggiore, considerate le forti perdite dovute allo stop forzato dalla pandemia.

Il coordinatore esprime un giudizio positivo alle attività in corso e programmate da Emilia: la presenza sui social si sta incrementando ed importante è la partecipazione alle fiere dedicate. Apprezza anche le attività previste per la campagna rivolta alla Svizzera, che è considerata un mercato interessante. Propone un incontro con la Cabina di Regia per informare i membri delle attività che si stanno realizzando.

*Il Presidente considerata l'articolata esposizione del Direttore in merito ai temi all'ordine del giorno, pone in votazione i punti n. 1, n. 2, n. 3 e n. 6 che vengono approvati all'unanimità dei presenti. I punti n. 2, all'odg: Variazione di Bilancio verrà sottoposta all'approvazione dell'Assemblea dei Soci, nella prossima seduta utile.*

#### **Punto n. 7 all'odg: Piano di promozione e marketing del prodotto turistici APPENNINO EMILIA per il territorio Reggiano.**

Con la proposta di approvazione della convenzione con il Gal del Frignano per l'Appennino Reggiano volta alla promozione dell'Appennino Reggiano, si va a completare la promozione di tutto il territorio montano di Emilia. Saranno trasferiti ad Emilia risorse pari ad € 100.000,00 con i quali verranno realizzati educ tour dedicati al territorio, partecipazioni in trasmissioni televisive oltre alla realizzazione di un video promozionale. Sia con il GAL del Ducato che con il GAL Reggiano si sta creando una buona coesione che sta favorendo le attività di tutta l'area. L'area reggiana è compresa nelle cartoguide realizzate con il Gal del Ducato e pubblicata anche nel sito [www.appenninoemilia.it](http://www.appenninoemilia.it)

*Il Presidente pone in votazione il punto n. 7 all'odg e la proposta di approvazione della relativa convenzione, che viene approvato all'unanimità dei presenti, e da mandato al Direttore per le attività conseguenti.*

#### **Punto n. 8 all'odg: Patrocini e iniziative di Emilia**

Considerato che gli Eventi di Emilia sono stati già illustrati nel corso della descrizione precedente, in particolare "Teatri Aperti" ed "Emilia Terra dello Slow Mix", il Direttore riferisce delle richieste di patrocinio non oneroso con utilizzo del Logo, che sono pervenuti agli uffici di Emilia:

- La Pro Loco di Guastalla chiede il patrocinio per la 35 edizione della "Gnoccata di Guastalla" che si terrà a Guastalla (RE) dal 20 al 22 maggio p.v.
- Il Comune di Albinea chiede il patrocinio per la "Sagra dei Lambruschi e della Spergola" che si terrà al Albinea dal 16 al 19 giugno p.v.;
- Il Comune di Sala Baganza chiede il patrocinio per la manifestazione enogastronomica "Festival della Malvasia" che si terrà a Sala Baganza il 14 e 15 maggio p.v.

*Presidente ed i Consiglieri approvano la concessione del patrocinio non oneroso alle manifestazioni illustrate.*

#### **Punto 4 all'odg: Istituzione del fondo di produttività 2022**

Il Direttore, illustra al Consiglio la necessità di istituire il Fondo di Produttività per l'anno 2022 per il personale di Emilia. Essendo personale Regionale, è necessario che Emilia, determini i fondi che poi la Regione con partita di giro, liquiderà ai dipendenti.

Il Direttore ricorda inoltre che il prossimo 30 giugno è in scadenza il comando dal Comune di Piacenza della dipendente Daniela Tansini, il cui operato è importante e determinante per la buona riuscita delle attività di Emilia e propone un dialogo con il Comune per individuare una modalità di ulteriore rinnovo dell'incarico. Il Presidente ed il Consiglio concordano in merito a tale necessità.

*Presidente pone in votazione la determinazione del fondo di produttività che viene approvato dall'unanimità dei presenti*

#### **Punto 5 all'odg: Valutazione del Direttore per l'anno 2021**

*Il Direttore lascia la seduta ed il Presidente Casa dialoga con il Consiglio che condivide il buon risultato raggiunto dal Direttore nel corso dell'anno. Illustra la scheda di valutazione da approvare per la definizione dell'indennità di risultato che viene approvata all'unanimità.*

*La scheda, sottoscritta dal Presidente, verrà conservata agli atti d'uffici. Gli uffici di Emilia comunicheranno il risultato alla Provincia di Piacenza, per la relativa liquidazione dell'indennità di risultato.*

Il Presidente, in chiusura di seduta, condivide con il Consiglio la prossima data dell'Assemblea dei Soci che è fissata per venerdì 29 aprile alle ore 10:00

Il Presidente della Destinazione Turistica Emilia ringrazia i presenti e chiude la seduta che termina alle ore 10:15

Verbale n. 03/2022 dell'8 aprile 2022

Il Presidente  
Cristiano Casa  
(firmato digitalmente)