



Verbale n. 07/2024 della Seduta del Consiglio di Amministrazione
Lunedì 09 settembre 2024

L'anno duemila ventiquattro il giorno 9 (nove) del mese di settembre alle ore 09:30, 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	X
	Giulia Monteleone	
Parma	Lorenzo Lavagetto – Vicepresidente	X
	Francesco Mariani	X
	Giulia Chiussi	X
Reggio Emilia	Stefania Bondavalli	X
	Enrico Ferretti	X
	Fiorello Tagliavini	X

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

La seduta si svolge on line:

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.

Il Presidente rivolge il benvenuto ai neoeletti Consiglieri del territorio reggiano; Assessora Stefania Bondavalli del Comune di Reggio Emilia e Fiorello Tagliavini Assessore del Comune di Guastalla

Punto n. 1 all'odg: Aggiornamento Piano di Comunicazione 2024.

Come anticipato nel corso del precedente CdA, la Regione Emilia-Romagna ha assegnato a Emilia in fase di assestamento di bilancio, una ulteriore somma di € 200.000,00 da utilizzare per le attività di promo commercializzazione e cioè attività di comunicazione e di promozione. Il Presidente ed il Consiglio tutto, auspicano che i 200.000 euro possano diventare una somma consolidata in sede di assegnazione delle risorse annuali da parte della Regione.

Sono stati ipotizzati alcuni scenari per il loro utilizzo che in questa seduta si condividono al fine di definire le azioni da intraprendere.

Il Presidente cede la parola al Direttore Romersi che con l'ausilio di alcune slide illustra le proposte di utilizzo delle risorse straordinarie. Si è chiesto a Starcom (partner individuato a seguito di bando di APT servizi, a cui anche DTEmilvia può aderire chiedendo la formulazione di proposte vantaggiose) di formulare una proposta di comunicazione affidando la somma di 130.000 euro.

A Starcom è stata richiesta una proposta che comprendesse: la presenza in un programma televisivo, un influencer sul territorio, azioni su digital e social e una proposta di affissione nella stazione di Milano o negli aeroporti.

Starcom ha presentato due proposte alternative che vengono illustrate nel dettaglio ai Consiglieri. Entrambe le proposte paiono interessanti e coerenti con le attività già intraprese da Emilia: il Presidente dopo una attenta e condivisa esamina riterrebbe più vicina a livello strategico la prima proposta di Starcom, ma chiede ai sig.ri Consiglieri di valutare attentamente le due proposte e di restituire un feed back nei prossimi giorni al fine di procedere nel prossimo mese di ottobre con la definizione e realizzazione delle attività individuate.

Il Presidente pone in votazione le proposte per l'aggiornamento del Piano di Comunicazione 2024, che vengono approvate all'unanimità dei presenti (il CDA risponderà nel brevissimo periodo in merito alla scelta di una delle due proposte, comunque condivise).

Punto n. 2 e 3 all'odg: Piano delle attività turistiche 2025 – Piano Fiere 2024/2025

Il Direttore illustra ai presenti il documento più importante dell'ente con il quale vengono individuati gli elementi per impostare il Bando del PTPL e le linee di promo commercializzazione annuale.

Il piano si apre con l'illustrazione delle attività svolte nell'anno 2024, quali:

- La campagna digital e social con Poste Italiane,
- I servizi TV realizzati con la collaborazione della agenzia Casadio;
- Comunicazione rivolta a tour operator tedeschi e francesi
- La comunicazione rivolta al mercato svizzero
- La partnership con il Rapporto Enogastronomico Italiano di Roberta Garibaldi

Emilia ha partecipato con proprio materiale e personale a fiere di settore sia nazionali che estere; sia in fiere organizzate da APTservizi, che con proprio stand sia in abito locale che estero. Si sono svolti nel territorio Workshop e Fam Trip rivolti a tour operator e figure specializzate.

La seconda fase del Piano di comunicazione (risorse aggiuntive) si articolerà come approvato al punto all'odg precedente, tra presenza in programmi TV, operazioni Digital e social, ospitalità di influencer o affissioni alla stazione di Milano, nuova convenzione con Trenitalia.

La presentazione prosegue con i dati sulle presenze che registrano una crescita dopo la pandemia, ma che in generale non raggiungono i dati del 2019. La provincia che cresce di più in percentuale è Piacenza che conferma una crescita rispetto al 2023, al 2022 e anche ai dati 2019. I dati di Reggio Emilia rilevano una altalenanza, infatti si registra un +3% sul 2022, ma un - 9% sul 2019. Dati positivi su Parma città, ma altalenanti sulla provincia + 6 sul 2022 e - 11% sul 19. I dati di Parma sono condizionati in particolare dal turismo termale che ha registrato un - 39%.

Con l'aiuto della società Data Appel, Emilia è dotata di strumenti di analisi delle reazioni sui social e grazie ai sentiment e ai contenuti postati in rete, possiamo comunque ritenere il territorio di Emilia in crescita e con una buona reputazione grazie alle esperienze gastronomiche ed in crescita rispetto alle esperienze culturali. Le strutture ricettive paiono un pò penalizzate nel giudizio su qualità delle camere e rapporto qualità prezzo. I turisti che soggiornano in Emilia sono perlopiù coppie e famiglie, pochi i singoli e pochi i gruppi anche se in crescita e provengono principalmente da Emilia-Romagna, Lombardia, Piemonte, Toscana e Lazio. Dall'estero provengono principalmente da Francia e Germania, molto bene la crescita delle presenze dalla Svizzera (+20% rispetto al 2019) e anche Usa, Gran Bretagna e nord Europa.

Il Direttore illustra quali sono le prospettive di sviluppo del territorio. Le fonti dove sono stati reperiti gli strumenti per l'analisi dei dati utili alla stesura del Piano 2025 di Emilia, sono le Linee triennali della Regione Emilia-Romagna, i dati forniti da Data Appel, ed il Rapporto Enogastronomico di Roberta Garibaldi. In dettaglio queste le azioni verso le quali si propone di rivolgere l'attenzione:

- Aumento Voli verso l'Italia e mercato italiano nel complesso.
- Crescita dall'estero: USA e Francia su tutti, Crescita di weekend per gli italiani: tutti cercano nuove mete e nuove esperienze.
- Giubileo 2025: migliaia di pellegrini passeranno in Emilia.. Cosa fare?
- da una lettura numerica ad una lettura qualitativa del turista: sentimenti, volume di spesa, soddisfazione, desiderio di ritorno.
- Esperienze enogastronomiche devono essere TOP.
- Proposta Esperienze BIKE fondamentale
- Necessario un coordinamento Mice ed eventi sportivi in Emilia.
- Eventi devono avere rilievo turistico
- Necessaria crescita qualità e quantità ricettività.
- Sfruttare convenzioni Trenitalia e SBB

Il Piano delle attività turistiche che si presenta è suddiviso in quattro parti principali:

1. Gestione della segreteria delle tre Reti (Emilia Food&Wine, Emilia Cultura&Castelli, Emilia Terme&Outdoor), attività di gestione del sito web, oltre che attività di Ufficio Stana e gestione profilo social, Workshop di settore ed eventi;
2. Promozione del territorio, che comprende la cartellonistica autostrade, il rapporto Enogastronomico italiano, la promozione degli eventi sul territorio, l'iniziativa Teatri Aperti, l'affidamento ad un TO aderente dell'attività di accoglienza ospiti, viaggi fam trip e altro, la promozione in Svizzera e le pubblicazioni di settore;
3. La comunicazione turistica: campagne digital e social con l'obiettivo di aumentare la visibilità del sito visitemilia.com e della newsletter, comunicazione su carta stampata, comunicazione televisiva, individuazione di influencer e campagna affissioni;
4. Fiere e Workshop 2025. Così individuate:
 - Fiere internazionali con APT Servizi: Madrid, Monaco, Berlino, Bruxelles, Milano, Rimini, Dubai, Londra
 - Fiere internazionali da soli o con altri partner: Berna, Zurigo, Lione
 - Fiere Locali: Salone del Camper, Seminari Apimel, Fiera dei Territori di Bergamo
 - Workshop: DiscoverItaly, Good Italy Workshop, CITIES-ER, #travel negli USA.

Con l'approvazione del Piano delle attività turistiche annuale si approva anche il Bando di PTPL rivolto alla gestione degli uffici turistici (Ambito 1) e promozione turistica (Ambito 2).

Le risorse a disposizione per il l'Ambito 1 sono il 60% del finanziamento totale della Regione che è di 850.000 euro e quindi 510.000 euro, dei quali il 50% può essere affidato ad ambito 1 pari a 255.000 euro. Considerato che dal 2023 l'individuazione coordinamento e finanziamento degli uffici turistici è in capo alle Destinazioni turistiche si propone di mantenere il 15% dell'importo destinato

alle nuove forme di welcome Room o IAT digitale (8 sedi per un totale di € 38.000), e destinare la restante somma di € 217.000 ai 18 IAT del territorio.

In merito ad Ambito 2 si propone di mantenere i 255.000 euro a disposizione e suddivisi come segue:

- 180 mila per i 6 progetti di ambito 2
- 75 mila euro per eventi di rilevanza turistica dei 3 Comuni capoluogo.

Si propone inoltre di mantenere 6 progetti con l'obiettivo della trasversalità nelle province per una adeguata proposta turistica, e si propongono i seguenti temi:

1. Emilia Bike experience
2. Cammini di Emilia
3. Le aree UNESCO in Emilia
4. I Borghi e Castelli di Emilia
5. L'Emilia del Benessere (terme e turismo attivo)
6. Emilia Food&Wine experience

Potrebbe, se condiviso, prendere avvio un nuovo progetto in materia di turismo sostenibile.

Il Presidente pone l'attenzione sulle risorse a disposizione di Emilia che a regime sono insufficienti per accontentare il territorio, ed auspica che i 200.000 euro che sono stati assegnati in assestamento di bilancio possano essere una somma consolidata a disposizione della nostra destinazione.

Il Presidente pone in votazione la proposta del Piano delle attività turistiche 2025 dei Emilia che viene approvato all'unanimità dei presenti. Il Piano verrà quindi sottoposto all'attenzione della Cabina di Regia per la condivisione e portato in approvazione dell'Assemblea dei Soci.

Il Presidente nel corso delle sue comunicazioni informa i presenti di un incontro che si è svolto con il Presidente della Camera di Commercio di Emilia al fine di valutare la possibile condivisione delle progettualità di Emilia. Nei prossimi giorni si svolgerà un successivo incontro con l'auspicio che si possa arrivare ad una fattiva collaborazione.

Il rapporto con la Camera di Commercio potrebbe avviarsi con la partecipazione di quest'ultima in un progetto di Bike experience per il quale sono già stati presi contatti con operatori del settore per la costruzione di progetti ad hoc.

Il Presidente esauriti i punti all'odg, ringrazia i presenti e chiude la seduta alle ore 10:45.

Verbale n. 07/2024 del 9 settembre 2024

Il Presidente
Simone Fornasari