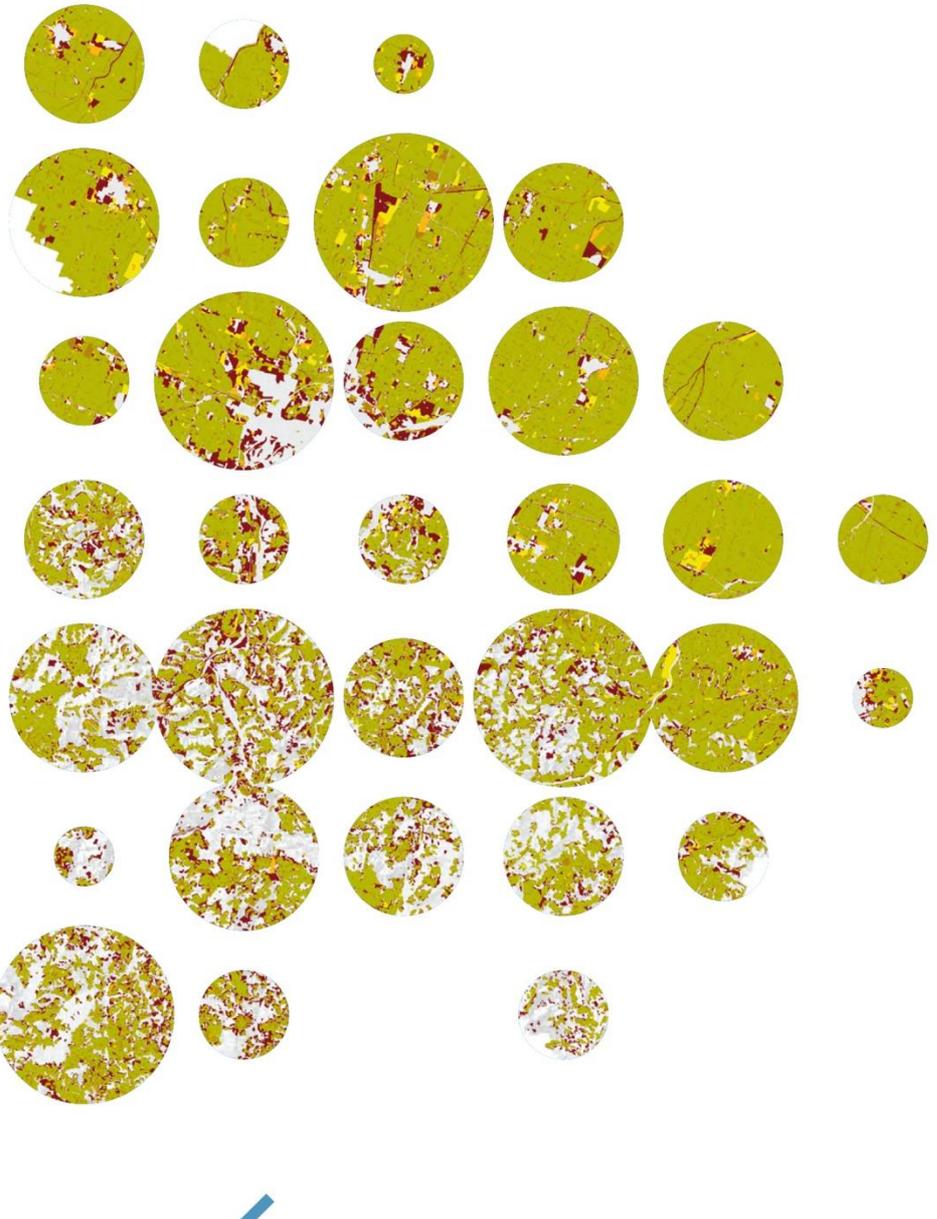


Stesura adottata



Bo OM

Obiettivi
Metropolitani



ALLEGATO 10

Contesto
del Piano Territoriale
Metropolitano

Il sistema turistico

Indice



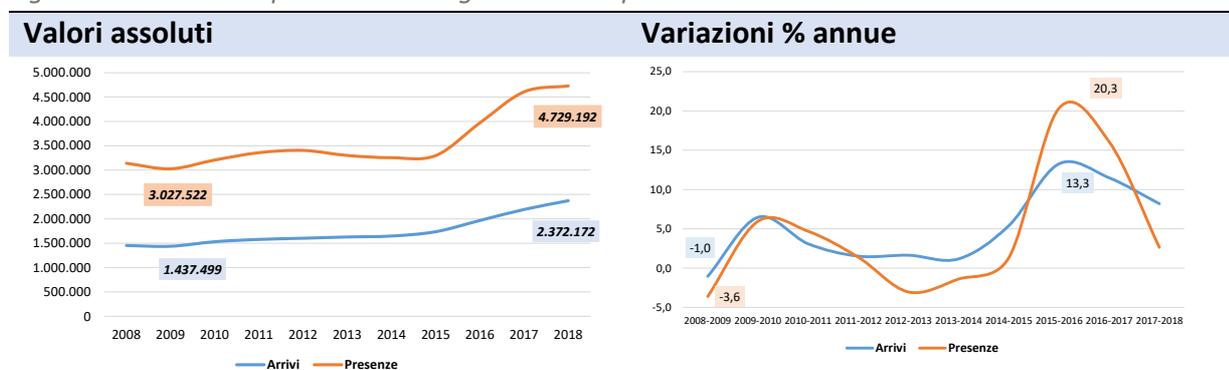
1. Cambiamenti avvenuti nella recente fase negativa del ciclo economico.....	3
2. Prospettive	7
3. Destinazione turistica	12
4. Gli itinerari per la fruizione del territorio.....	14



1. Cambiamenti avvenuti nella recente fase negativa del ciclo economico

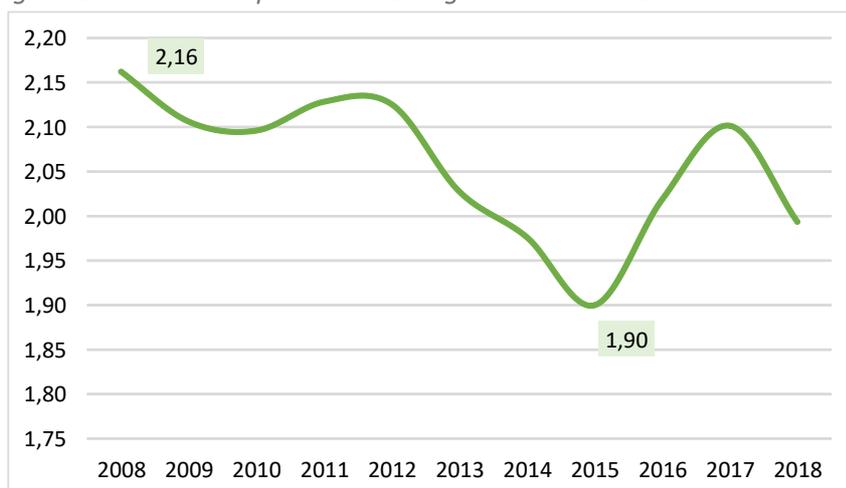
Il settore turistico bolognese sta conoscendo, negli ultimi anni, un'accelerazione sia sul versante del movimento turistico che su quello della qualificazione dell'offerta.

Figura 1 – Città Metropolitana di Bologna – Arrivi e presenze turistiche – Massimi e Minimi – Anni 2008-2018



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Regione Emilia Romagna

Figura 2 – Città Metropolitana di Bologna – Permanenza media– Massimi e Minimi – Anni 2008-2018



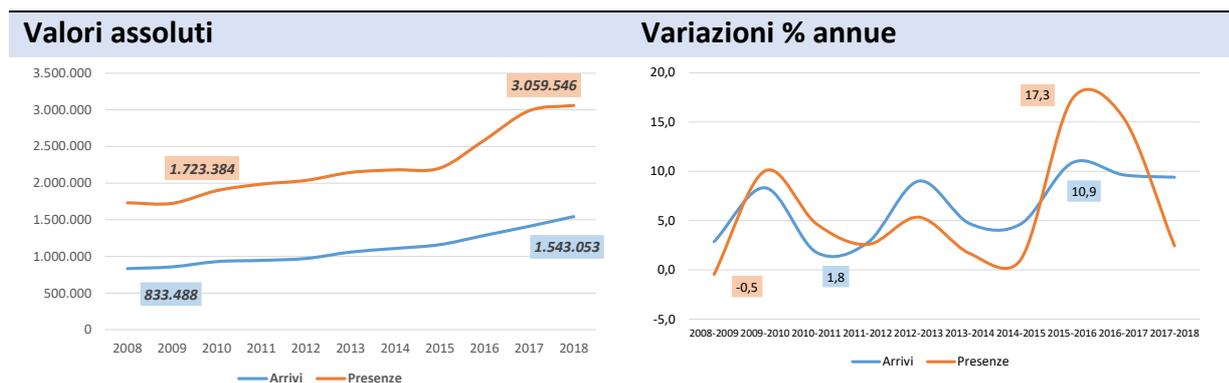
Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Regione Emilia Romagna

A partire dal 2008, il movimento turistico della Città Metropolitana di Bologna ha sperimentato un periodo di crescita pressoché ininterrotta, raggiungendo, nel 2018, valori record pari a poco meno di 2,4 milioni di arrivi (+63% dal 2008 al 2018) e a 4,7 milioni di presenze (+51%).

Sul versante degli arrivi, ad eccezione del periodo 2008-2009 (-1%), i tassi di variazione sono stati sempre positivi, raggiungendo un picco (+13,3%) tra 2015 e 2016; le presenze, invece, hanno risentito maggiormente dei due shock recessivi, evidenziando dei cali sia tra 2008 e 2009 (-3,6%), che tra 2012 e 2013 (-3%) e tra 2013 e 2014 (-1,4%), per poi avere un vero e proprio boom specie tra 2015 e 2016 (+20,3%) che nell'anno successivo (+16,1%).

L'unico parametro lievemente in declino è quello della permanenza media, che, nel 2008, era pari a 2,16 giorni e successivamente è andata via via declinando fino al 2015 (1,9 giorni), per poi ritornare intorno alle 2 giornate alla fine del periodo analizzato (2018).

Figura 3 – Comune di Bologna – Arrivi e presenze turistiche – Massimi e Minimi – Anni 2008-2018



Fonte: Elaborazioni Nomisma su dati Regione Emilia Romagna

Figura 4 – Città Metropolitana di Bologna – Permanenza media – Massimi e Minimi – Anni 2008-2018



Fonte: Elaborazioni Nomisma su dati Regione Emilia Romagna

A trainare il movimento turistico metropolitano sono state senza dubbio le performance del Capoluogo: dal 2008 al 2018, infatti, gli arrivi sono passati da 833mila a 1,5 milioni (+85%) e le presenze da 1,7 milioni a poco meno di 3,1 milioni (+77%).

Differentemente dal complesso dell'aggregato metropolitano, i tassi di variazione annui di arrivi e presenze comunali sono stati sempre positivi, ad eccezione del periodo 2008-2009, nel quale le presenze hanno accusato un lieve decremento (-0,5%).

La permanenza media in città ha sempre oscillato tra 1,9 giorni del 2015 e 2,12 nel 2017 e, ad eccezione proprio del 2017, il dato comunale si è mantenuto sempre su valori leggermente inferiori a quelli «metropolitani», così come ci si poteva aspettare data la diversa connotazione dei «turismi» offerti.

Figura 5 – Città Metropolitana di Bologna, Comune di Bologna e Italia – Arrivi turistici – Massimi e Minimi – Anni 2008-2018 (2008 = 100)

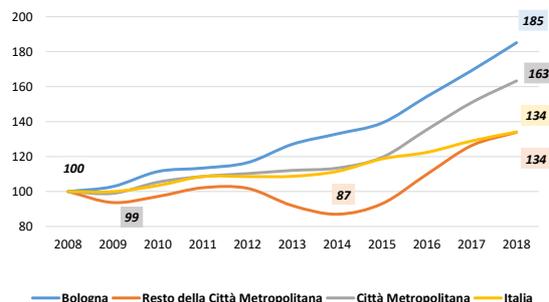
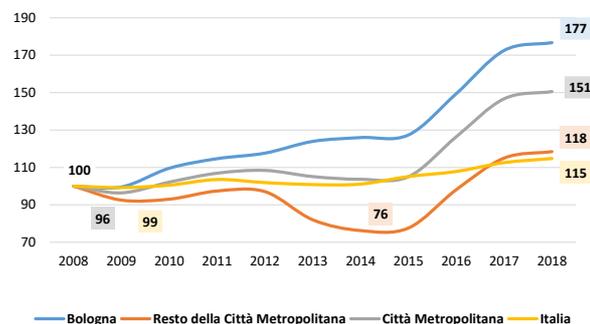
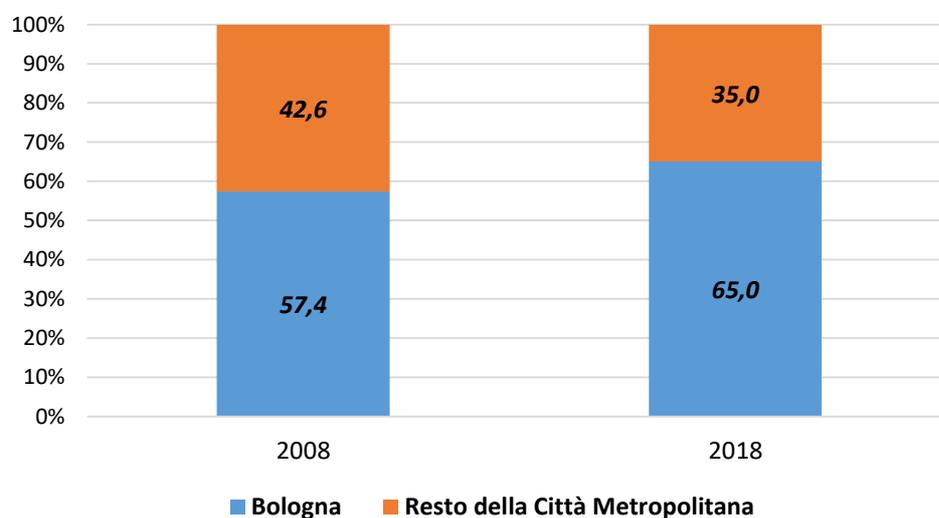


Figura 6 – Città Metropolitana di Bologna, Comune di Bologna e Italia – Presenze turistiche – Massimi e Minimi – Anni 2008-2018 (2008 = 100)



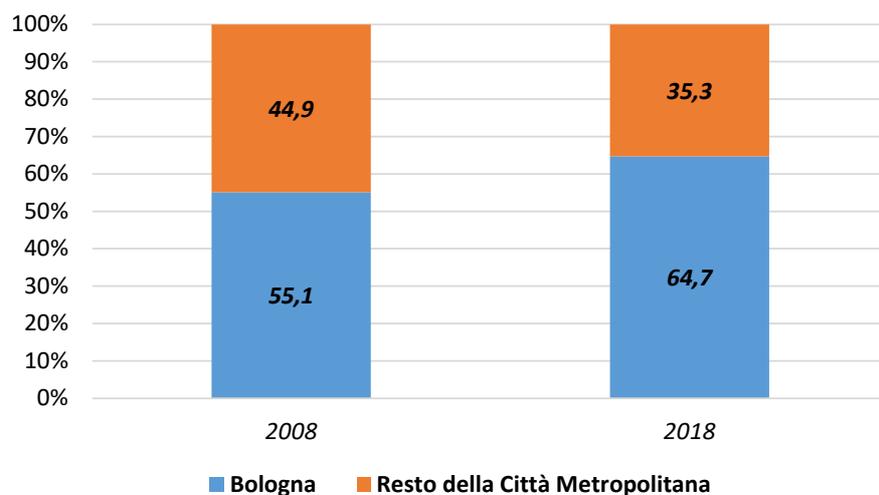
Fonte: Elaborazioni Nomisma su dati Regione Emilia Romagna

Figura 7 – Città Metropolitana di Bologna, Comune di Bologna - Arrivi turistici – Valori % - Anni 2008 e 2018



Fonte: Elaborazioni Nomisma su dati Regione Emilia Romagna

Figura 8 – Città Metropolitana di Bologna, Comune di Bologna – Presenze turistiche – Valori % - Anni 2008 e 2018



Fonte: Elaborazioni Nomisma su dati Regione Emilia Romagna

Mettendo a confronto le performance turistiche di Bologna, del resto della Città Metropolitana e italiane, emerge come il Capoluogo regionale abbia sovraperformato tutti gli altri contesti geografici analizzati e che la restante parte della Città Metropolitana, dopo una fase declinante culminata nel 2014, abbia mostrato ottimi segnali di ripresa andando a recuperare il gap col contesto nazionale nell'ultimo quadriennio.

Queste due differenti dinamiche hanno determinato un cambiamento sostanziale delle quote di arrivi e presenze turistiche di Bologna e Resto della Città Metropolitana sul totale «metropolitano»: Bologna, infatti, nel 2008 intercettava il 57% degli arrivi e il 55% delle presenze provinciali, mentre nel 2018 tali quote si sono attestate entrambe sul 65%.

Figura 9 – Città Metropolitana di Bologna – Arrivi turistici per nazionalità – Anni 2008 e 2018 (valori %)

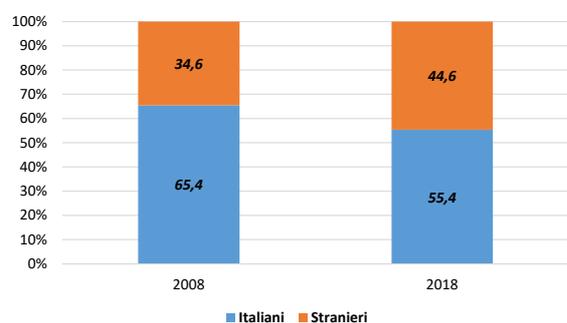
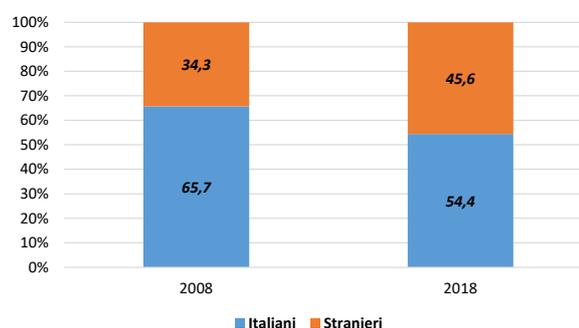


Figura 10 – Città Metropolitana di Bologna – Presenze turistiche per nazionalità – Anni 2008 e 2018 (valori %)



Fonte: Elaborazioni Nomisma su dati Città Metropolitana di Bologna e Regione Emilia Romagna

Un altro cambiamento sostanziale dei flussi turistici «metropolitani» è evidenziabile osservando le performance turistiche distinte per nazionalità: gli arrivi nazionali, negli 11 anni considerati, sono passati da poco meno di un milione a 1,2 milioni (+28%), mentre quelli stranieri da circa mezzo milione a poco meno di un milione (+95%); coerentemente, le presenze italiane sono passate da 2,1 milioni a 2,5 milioni (+21%), mentre quelle straniere da 1,1 milioni a 2,1 milioni (+95%).

Queste dinamiche differenziate si sono tradotte in un cambiamento sostanziale delle quote relative di turisti italiani e stranieri sui totali di riferimento: nel 2008, infatti, alla componente italiana erano ascrivibili il 65% degli arrivi e il 66% delle presenze; a distanza di 11 anni, tali quote sono passate, rispettivamente, al 55% e al 54%, in linea con le dinamiche nazionali.

I fattori trainanti di queste dinamiche sono essenzialmente due: da un lato, infatti, la componente domestica del turismo, così come altri canali di consumo che sono andati a deprimere la domanda interna, è stata quella maggiormente esposta, rispetto a quella straniera, ai due shock recessivi intercorsi nel periodo analizzato; dall'altro, oltre alla tenuta della clientela straniera tradizionale, si è avuta una crescita molto sostenuta dei cosiddetti new comers da paesi emergenti, nei quali, nel decennio esaminato, è cresciuta molto la disponibilità a spendere anche per servizi come quelli turistici.

Figura 11 – Città Metropolitana di Bologna – Arrivi turistici per tipologia di alloggio – Anni 2008 e 2018 (valori %)

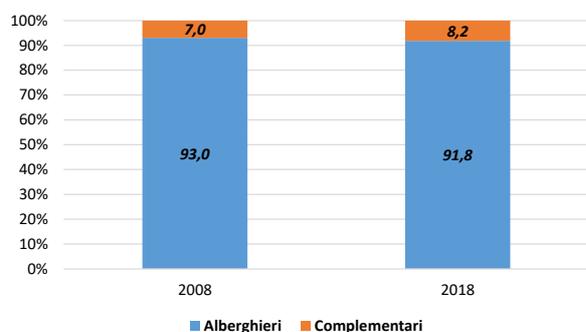
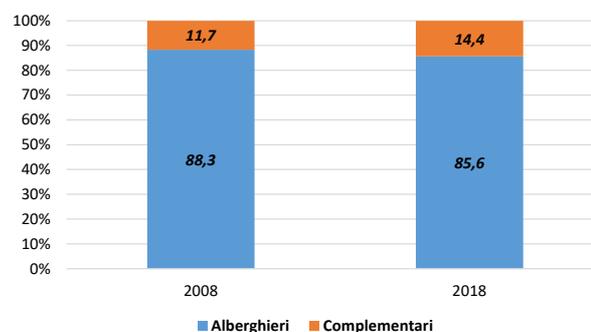


Figura 12 – Città Metropolitana di Bologna – Presenze turistiche per tipologia di alloggio – Anni 2008 e 2018 (valori %)



Fonte: Elaborazioni Nomisma su dati Città Metropolitana di Bologna e Regione Emilia Romagna

Focalizzando l'attenzione sulle tipologie di alloggio prescelte dai turisti, sempre tra 2008 e 2018, gli arrivi nelle strutture alberghiere sono cresciuti del 49%, a fronte di una crescita di quelli nelle strutture complementari del 76%; analogamente, le presenze alberghiere sono cresciute nel medesimo periodo del 42% e quelle extra-alberghiere dell'80%.

Queste dinamiche si traducono in leggero cambiamento delle preferenze rispetto alle strutture prescelte. In particolare, gli arrivi negli alloggi complementari passano dal 7% all'8,2% del totale, mentre le presenze, sempre in questa tipologia di alloggio, sono passate dall'11,7% al 14,4% del totale.

2. Prospettive

I fattori che hanno concorso e stanno concorrendo al successo del turismo bolognese sono molteplici e afferiscono sicuramente alle caratteristiche tradizionali dell'attrattività bolognese (sistema fieristico, poli congressuali, eno-gastronomia, cultura e sanità). In generale, la percezione è che la componente leisure sia aumentata, senza intaccare le classiche motivazioni di viaggio legate al mondo degli affari, per quanto non siano disponibili dati aggiornati sulle motivazioni di viaggio¹.

¹ Un'indagine Nomisma (aprile 2012-marzo 2013) sulla sola componente alberghiera assegnava alla componente leisure il 50,7% delle presenze, a quella "Lavoro" il 30,7%, ai Congressi il 7,2%, alla Fiera il 7,1%, alla Salute il 2,2% e agli Eventi culturali il 1,9%.

Le tendenze di aumento dei flussi turistici, hanno beneficiato inoltre dell'incremento del turismo internazionale, specie grazie alla crescita del potere di acquisto delle classi medie dei new comers (Cina, Russia, Polonia, ...) e alla tenuta dei flussi provenienti dai "paesi clienti tradizionali" (Regno Unito, Spagna, Germania, Stati Uniti d'America e Francia) dell'area bolognese. Ad accumulare new comers e clienti "tradizionali" è l'interesse per i prodotti e i servizi eno-gastronomici e culturali, principali drivers del turismo leisure a Bologna.

Nondimeno, proprio nell'ultimo decennio, sono intervenuti rilevanti elementi di novità che hanno dato nuova linfa al turismo cittadino e che riguardano, in maniera non esaustiva, i seguenti ambiti:

- **miglioramento dell'infrastrutture aeroportuali e ferroviarie:** nel primo caso, si segnala l'introduzione progressiva di nuovi vettori e di nuove rotte, specie low cost, e del potenziamento dell'Aeroporto "G. Marconi"; nel secondo, la costruzione e la messa in opera della nuova stazione ferroviaria ad Alta Velocità;
- incrementata riconoscibilità della Città di Bologna come "**Città del Cibo**", grazie anche alla nascita di F.I.C.O.;
- più efficacia nell'"inserimento" di Bologna nelle **grandi direttrici del traffico turistico** (asse Firenze-Venezia e polo milanese), grazie anche all'aumentata qualificazione dell'offerta ricettiva e alle attività di promozione turistica cittadina (**Bologna Welcome**);
- miglioramento del posizionamento di Bologna come città di **offerta culturale** (MAMBo, Arte Fiera, Children's Book Fair, Cineteca Comunale, il riconoscimento di città della musica Unesco, Genus Bononie – Musei nella città, MAST, la Fondazione Golinelli, ...) e proliferazione di eventi di respiro nazionale e, talvolta, internazionale;
- sviluppo della produzione culturale e relativo **impatto sul sistema produttivo** (40° posto in Europa nel report "Cultural and Creative Cities Monitor" della Commissione Europea, nona provincia in Italia in termini di incidenza di valore aggiunto del sistema produttivo culturale e creativo sul totale dell'economia locale (6,6%), il sesto per incidenza dell'occupazione dovuta a cultura e creatività (7,5%) secondo Symbola).

Dalla "crisi", di conseguenza, sono scaturite diverse opportunità, specie per quanto riguarda il binomio enogastronomia-cultura, anche se non emerge ancora con forza una strategia univoca sotto il profilo turistico della Città.

Dieci anni fa, Bologna era individuata come una città legata principalmente al turismo d'affari, specie grazie agli eventi fieristici. Il sistema fieristico bolognese ha conosciuto una forte flessione, sia per l'aumentata concorrenza di altri poli fieristici, sia perché le aziende sono diventate, complice la crisi economica, fortemente selettive nell'individuazione degli eventi fieristici a cui partecipare. A distanza di dieci anni, la fiera è divenuta uno degli ingredienti dell'offerta turistica bolognese e, verosimilmente, non più il principale; anche le attività convegnistiche hanno visto ridursi il numero di partecipanti e di eventi. Con la ripresa complessiva dell'attività economica, nell'ultimo quinquennio, anche questi importanti tasselli del puzzle del turismo bolognese hanno mostrato segnali di ripresa. Un'altra forma di turismo che, invece, non ha avuto gravi ripercussioni dalle due fasi recessive del ciclo economico è stata quella del turismo sanitario: le percentuali di dimessi dall'estero e extraregione dell'ASL di Bologna sul numero totale di dimessi dall'estero e extraregione sui totali regionali sono state infatti costantemente in crescita.

Enogastronomia, cultura, affari e sanità costituiscono ora gli elementi da “tenere insieme” per proseguire lungo un virtuoso percorso di crescita. Chiaramente, questo cambiamento di “ricetta” del turismo bolognese ha portato con sé diverse criticità, specie per quanto riguarda il profilo dell’infrastrutturazione viaria e i collegamenti Aeroporto-Stazione-Fiera, i quali non sono stati messi in opera nei tempi previsti.

Il turismo bolognese, per l’anno in corso, si avvia verso nuovi record in termini di arrivi e presenze. In questa prospettiva, bisogna fare tesoro delle recenti esperienze di successo, cercando di tenere sotto controllo le problematiche che un flusso turistico di queste proporzioni porta naturalmente con sé.

Innanzitutto, il mix dei diversi “turismi” (eno-gastronomico, arte e cultura, fiera, affari e congressi, medico) rappresenta sicuramente una ricchezza da valorizzare ulteriormente, specie in un’ottica di continua stagionalizzazione e di allungamento della permanenza media, unico parametro tra quelli considerati non in crescita.

In merito al turismo culturale, la continuazione della ricerca di sinergie tra gli asset architettonici permanenti, poli museali e iniziative ricorrenti (quali ad esempio Arte Fiera) e il proliferare di start up e lab work, diviene una delle strade percorribili per sedimentare ancor più l’immagine di una città creativa. Le recenti iniziative cittadine (si pensi ad esempio a DumBo, un nuovo spazio di rigenerazione urbana condivisa basato sulla cultura e la socialità) si inseriscono proprio in questo solco che potrebbe divenire una peculiarità locale con chiari effetti di traboccamento sull’industria turistica.

Di contro, sempre in ottica futura, bisogna valutare adeguatamente gli “equilibri” abitativi esistenti. Il turista moderno, specie straniero, è infatti alla ricerca di esperienze legate in via generale al “modo di vivere a Bologna”, con un’attenzione particolare all’enogastronomia. Tali tipi di “esperienze”, fatalmente, sono possibili principalmente nel centro storico, fermo restando la possibilità di esplorazione del contesto metropolitano. Il boom del turismo bolognese, di conseguenza, ha generato, sul versante dell’offerta, il proliferare di alloggi privati a scopo turistico, case vacanze ed affittacamere, specie nel centro storico. **La pressione antropica derivante da questo tipo di turismo ha prodotto una spinta verso la prima periferia degli occupanti storici di questo tipo di alloggi ovvero gli studenti, i quali, nel polo bolognese, presentano una larga fetta di fuori sede.** Tenere sotto controllo questi fenomeni con opportuni accorgimenti, sia per la tutela del diritto allo studio, sia per le naturali frizioni che possano generarsi tra operatori alberghieri e non alberghieri, rimane un elemento rilevante nella gestione del turismo, specie del centro storico.

Un ulteriore elemento di riflessione non marginale è legato alle relazioni tra il Capoluogo e il Sistema Metropolitano. Come evidenziato nel precedente paragrafo, gli arrivi e le presenze a Bologna sono aumentati dal 2008 al 2018, rispettivamente, dell’85% e del 77%. Considerando il territorio metropolitano senza il contributo di Bologna città, tali tassi di crescita, nel medesimo periodo, crollano al 34% e al 17% ovvero a livelli prossimi ai tassi di crescita medi nazionali. Agganciare le tendenze cittadine da parte della restante porzione del territorio metropolitano produrrebbe certamente nuove opportunità e, verosimilmente, porrebbe rimedio a situazioni critiche attuali e future. Sul primo aspetto, l’ex provincia di Bologna presenta ricchezze ambientali e naturalistiche non totalmente valorizzate, mentre, in merito al secondo, l’integrazione col sistema turistico cittadino da parte dei territori limitrofi ridurrebbe i picchi di congestionamento dovuti, ad esempio, ad eventi e manifestazioni concomitanti. Per ottenere maggiore fluidità tra la “densa Bologna” e

L'“ampia metropoli” rimane imprescindibile proseguire l'integrazione delle principali infrastrutture strategiche cittadine (Aeroporto, Alta Velocità, Fiera) sia tra loro che con quelle metropolitane e regionali.

Mettendo a confronto le performance turistiche di Bologna, del resto della Città Metropolitana e italiane, emerge come il Capoluogo regionale abbia sovraperformato tutti gli altri contesti geografici analizzati e che la restante parte della Città Metropolitana, dopo una fase declinante culminata nel 2014, abbia mostrato ottimi segnali di ripresa andando a recuperare il gap col contesto nazionale nell'ultimo quadriennio.

Queste due differenti dinamiche hanno determinato un cambiamento sostanziale delle quote di arrivi e presenze turistiche di Bologna e Resto della Città Metropolitana sul totale «metropolitano»: Bologna, infatti, nel 2008 intercettava il 57% degli arrivi e il 55% delle presenze provinciali, mentre nel 2018 tali quote si sono attestate entrambe sul 65%.

Nelle Mappe che seguono sono stati messi in relazione gli “Attrattori turistici” della Città Metropolitana di Bologna, così come individuati da Bologna Welcome, e le dinamiche turistiche dei comuni nei quali tali Attrattori sono ubicati.

Il periodo di riferimento preso in considerazione è stato il quinquennio 2014-2018 e le variabili considerate sono le consistenze al 2018 di arrivi e presenze turistiche e i tassi di variazione delle medesime variabili tra 2014 e 2018.

Figura 13 - Città Metropolitana di Bologna – Arrivi turistici nei Comuni con Attrattori per classi di numerosità degli arrivi – Anno 2018

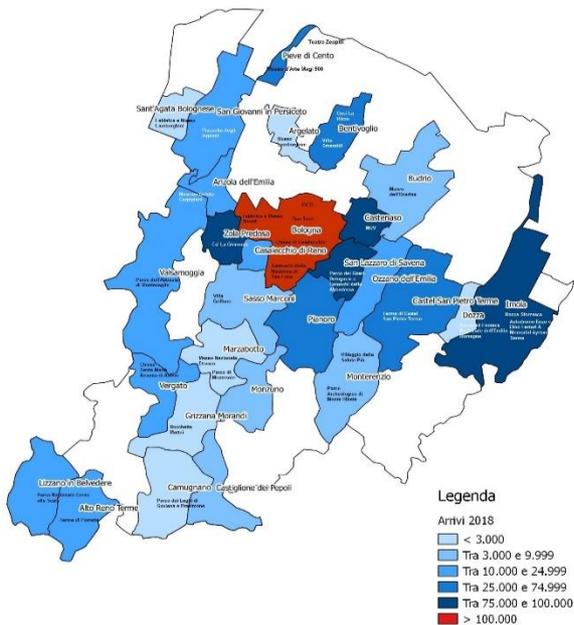
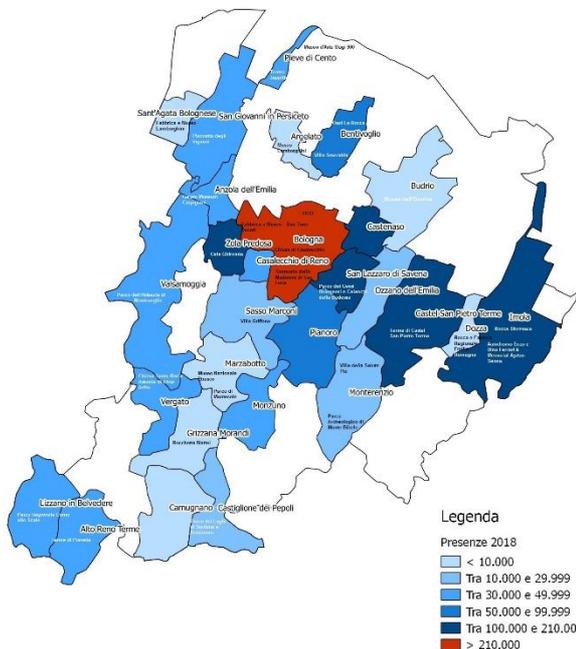


Figura 14 - Città Metropolitana di Bologna – Presenze turistiche nei Comuni con Attrattori per classi di numerosità delle presenze – Anno 2018



Fonte: Nomisma su dati Istat

Figura 15 - Città Metropolitana di Bologna – Arrivi turistici nei Comuni con Attrattori per classi di variazioni percentuali – Anni 2014 - 2018

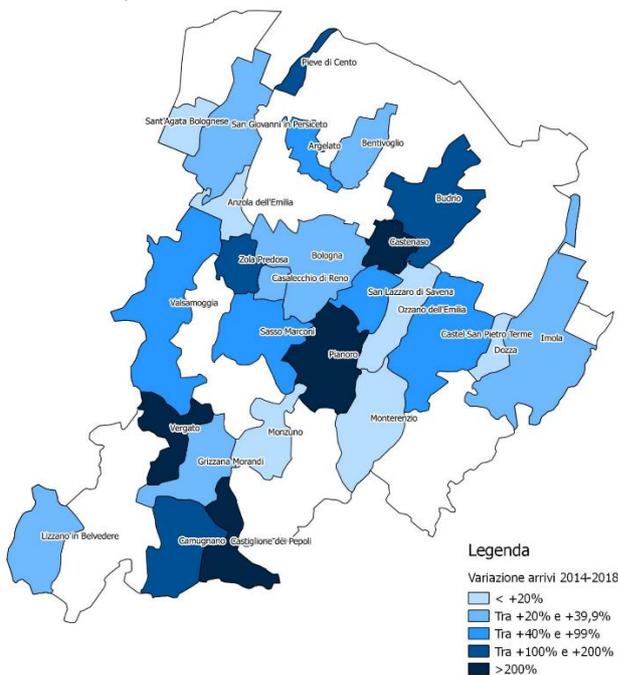
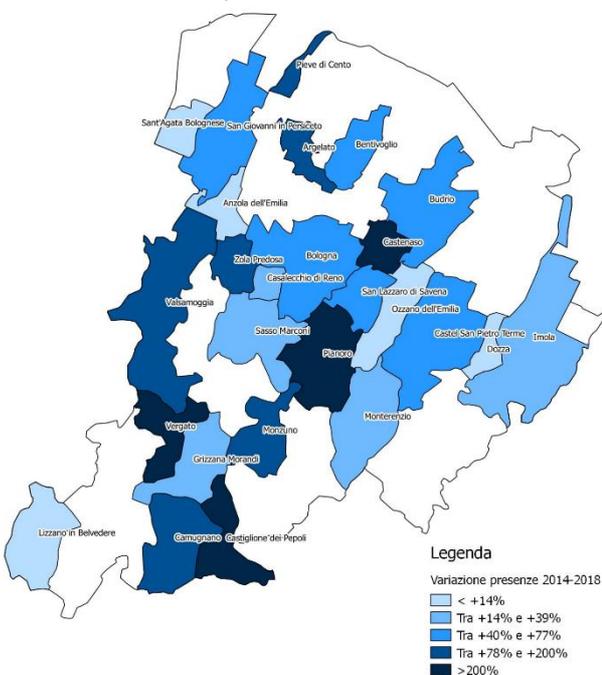


Figura 16 - Città Metropolitana di Bologna – Presenze turistiche nei Comuni con Attrattori per classi di variazioni percentuali – Anni 2014 - 2018



Fonte: Nomisma su dati Istat

3. Destinazione turistica

L.R. n. 4/2016 RER riconosce il territorio metropolitano come Area vasta a finalità turistica e alla Città metropolitana di Bologna le funzioni proprie delle Destinazioni turistiche, enti pubblici strumentali degli enti locali finalizzati all'organizzazione della promo-commercializzazione del turismo dell'Emilia-Romagna. Oltre alla Città Metropolitana di Bologna che ne assorbe le funzioni per il proprio territorio di competenza, in regione sono state istituite le Destinazioni turistiche Emilia e Romagna. La Provincia di Modena non aderisce ad alcuna Destinazione turistica, ma è convenzionata con la Città metropolitana di Bologna per la promo-commercializzazione di alcune linee di prodotto (neve, grandi eventi, motori, cibo).

Il PSM 2.0 assume la Destinazione turistica come risposta ai temi dello sviluppo turistico in equilibrio con il territorio che sostiene e indirizza la crescita compatibile con il tessuto sociale attraverso una programmazione unitaria che individua nel turismo sostenibile un vettore per lo sviluppo economico e sociale. La redistribuzione dei flussi dalla Città ai territori metropolitani è la strada individuata per garantire una crescita turistica compatibile con l'identità di Bologna metropolitana, che valorizzi un paesaggio naturale e culturale autentico e originale all'interno del quale vive e si alimenta un'unica identità urbana. In questo senso sono state definite le linee strategiche e programmatiche per lo sviluppo delle attività di promo-commercializzazione turistica (linee di indirizzo pluriennali) su cui la Destinazione turistica opera, in un quadro di obiettivi che prevedono la definizione dei prodotti e l'identificazione di mercati turistici di riferimento, insieme allo sviluppo di un sistema imprenditoriale locale capace di accogliere i nuovi turisti. Strategie e priorità sono state identificate attraverso un percorso di confronto con le Unioni di Comuni e con il Comune di Bologna, in accordo con il sistema delle imprese.

L'assetto organizzativo della Destinazione turistica prevede:

- **Presidente** il Sindaco del Comune capoluogo in qualità di Sindaco metropolitano, o suo delegato, **Consiglio metropolitano**, che adotta gli atti di indirizzo, **Comitato di indirizzo**, in cui sono rappresentati i soggetti pubblici locali con funzioni di consiglio di amministrazione, **Cabina di regia**, che prevede la partecipazione dei soggetti privati del settore turistico locale e svolge funzioni di concertazione sulle linee di indirizzo pluriennali e sulla definizione e l'attuazione dei programmi di promo-commercializzazione turistica al fine di favorirne la concreta efficacia. Comitato di indirizzo e Cabina di regia, in base all'ordine del giorno, sono allargati a rappresentanti delle istituzioni e dell'imprenditoria turistica modenese.
- **Accordo Città metropolitana-Comune di Bologna** per cui il Comune di Bologna partecipa alla definizione di funzioni e operatività della Destinazione turistica, fa proprie le linee di indirizzo pluriennali e stanziava risorse triennali per il progetto di promo-commercializzazione turistica metropolitana, a partire dall'individuazione della DMO.
- **Convenzione Città metropolitana-Provincia di Modena** in riferimento a 4 linee di prodotto: Motori, Food&Wine, Bianco, Grandi eventi.

- **DMO** (Destination Management Organization) braccio operativo della Destinazione turistica.
- **Tavoli territoriali** del turismo, modello di *governance* basato sul principio della delega e della sussidiarietà.
- **Ufficio unico metropolitano** costituito in seno al Servizio Destinazione turistica Bologna metropolitana della Città metropolitana di Bologna, vi afferisce personale della Città metropolitana e del Comune di Bologna.

Composizione degli organi

- **Comitato di Indirizzo**, di natura pubblica, coinvolge i 7 presidenti delle Unioni di Comuni istituite nel territorio metropolitano e il consigliere delegato al turismo della Città metropolitana. È presieduto dal Presidente della Destinazione Turistica
- **Cabina di regia**, organo che assicura il raccordo dell'azione pubblica con i soggetti privati, composta dal Consigliere delegato al turismo della Città metropolitana, 1 Rappresentante della CCIAA di Bologna, 1 Rappresentante del GAL Appennino Bolognese, 1 Rappresentante designato congiuntamente da Fiera e Aeroporto, 9 Membri designati dalle associazioni di categoria maggiormente rappresentative del territorio (ConfCommercio, Confesercenti, Alleanza Cooperative, CNA Confartigianato, Confindustria Emilia Centro), 2 Rappresentanti delle istituzioni pubbliche locali modenesi, 4 Rappresentanti del sistema dell'imprenditoria turistica modenese.

La DMO (Destination Management Organization) ricopre un ruolo importante nel sistema del turismo metropolitano, essa viene individuata nel 2018 tramite gara d'appalto indetta dalla Città metropolitana di Bologna in collaborazione con il Comune di Bologna, nell'esercizio della funzione di Destinazione turistica.

Bologna Welcome è il Convention & Visitors Bureau di Bologna metropolitana e si occupa dello sviluppo e della gestione delle attività di accoglienza turistica, nonché della promozione di Bologna e del suo territorio sia a livello nazionale, sia internazionale.

La DMO agisce in ottica di sussidiarietà con il compito di coordinare ed equilibrare la produzione di contenuti, esperienze ed eventi dei diversi sub-ambiti territoriali, coerentemente con le strategie identificate dalla Destinazione turistica. Per raggiungere i suoi obiettivi si dotata di linee di indirizzo pluriennali e di un piano operativo annuale.

Le **linee di indirizzo pluriennali** 2017-2020 costituiscono il documento strategico di riferimento, identificano le direttrici di sviluppo turistico a Bologna e nell'area metropolitana e le linee di prodotto principali con una costante attenzione alla sostenibilità e all'accessibilità della destinazione in riferimento ai diversi pubblici.

Il **piano operativo annuale** (POA) o Piano annuale delle attività turistiche identifica strategie e azioni di promozione e promo-commercializzazione messe in campo dalla Destinazione Turistica. Si compone di:

- Programma turistico di promozione locale (PTPL) dedicato all'informazione e accoglienza turistica e alle azioni promozionali di interesse locale della Pubblica Amministrazione e operatori

- Programma di promo-commercializzazione turistica (PPCT) dedicato agli operatori privati, è la programmazione sull'anno di riferimento delle azioni definite dalla Destinazione turistica nelle Linee di indirizzo pluriennali. Il documento viene proposto dalla DMO e approvato dagli organi, nonché dalla Consulta del turismo di Modena.

I tavoli, partecipati da stakeholder pubblici e privati, sono il principale spazio di concertazione e di networking, spazio dove la DMO sviluppa progettualità condivise e a rafforzare il processo di costruzione e promozione del prodotto turistico in forma partecipata. La Destinazione turistica persegue una crescita del turismo diffusa ancorché differenziata sull'intera area metropolitana che sia in equilibrio con il territorio e che, anche intercettando i flussi registrati dal capoluogo, si declini in uno sviluppo economico e sociale del territorio e nella redistribuzione dei flussi dalla città lungo le direttrici esterne attraverso lo sviluppo di azioni di sostegno e valorizzazione dei territori e delle loro eccellenze e di stimolo per la nascita di un'offerta coerente con le vocazioni delle diverse aree. Alla definizione, implementazione, monitoraggio e valutazione dell'impatto di tale processo, sono chiamati i tavoli territoriali, assumendo così un ruolo chiave nell'ambito della governance partecipata della Destinazione turistica.

I tavoli territoriali sono tre e coinvolgono tutto il territorio metropolitano, capoluogo escluso. La Provincia di Modena si è dotata di un proprio organismo con funzioni simili denominato Consulta provinciale per il turismo. In particolare, sono costituiti i seguenti tavoli territoriali:

- Appennino: Alto Reno Terme, Camugnano, Casalecchio di Reno, Castel d'Aiano, Castel di Casio, Castiglione dei Pepoli, Gaggio Montano, Grizzana Morandi, Lizzano in Belvedere, Loiano, Marzabotto, Monghidoro, Monterezeno, Monte San Pietro, Monzuno, Ozzano dell'Emilia, Pianoro, San Benedetto Val di Sambro, Sasso Marconi, Valsamoggia, Vergato, Zola Predosa
- Pianura: Anzola dell'Emilia, Argelato, Baricella, Bentivoglio, Budrio, Calderara di Reno, Castel Maggiore, Castello d'Argile, Castenaso, Crevalcore, Galliera, Granarolo dell'Emilia, Malalbergo, Minerbio, Molinella, Pieve di Cento, Sala Bolognese, San Giorgio di Piano, San Giovanni in Persiceto, San Pietro in Casale, Sant'Agata Bolognese, San Lazzaro di Savena (partecipa anche al tavolo Appennino)
- Imolese (coincide con il Nuovo Circondario Imolese) Casalfiumanese, Borgo Tossignano, Castel Del Rio, Castelguelfo, Castel San Pietro Terme, Dozza, Fontanelice, Imola, Medicina, Mordano

4. Gli itinerari per la fruizione del territorio

L'individuazione delle specifiche vocazioni e dei contenuti turistici e culturali, che afferiscono ai diversi ambiti e che possono avere valenza turistica, avviene tramite un processo aperto all'interno dei tavoli territoriali della Destinazione, dove i diversi attori del sistema turistico, pubblici e privati, hanno uno spazio di confronto concertazione e sintesi dell'offerta turistica del territorio.

Nell'operatività, la macro-strategia della Destinazione si declina nell'individuazione di itinerari sui quali costruire l'intera progettualità sistemica relativa al turismo. Gli itinerari sono intesi come modalità di fruizione del territorio e ne rispettano le macro-vocazioni turistiche che le linee di indirizzo identificano, sono i tracciati fisici su cui innestare i diversi elementi di sviluppo.

A titolo di esempio, gli itinerari inseriti nel PPCT 2020 sono:

- Via degli dei, tra Bologna e Firenze
- Via della lana e della seta, tra Bologna e Prato
- Mater Dei, via dei santuari mariani della collina e dell'Appennino bolognese
- Linea Gotica, luoghi vari dell'Appennino bolognese
- Piccola Cassia, da Nonantola a Pistoia
- Ciclovía del Sole, tratto metropolitano dell'Eurovelo 7
- Percorsi mountain-bike e ciclo-escursionistici

In tema di percorsi mountain-bike e cicloturismo sono in fase di sviluppo prodotti turistici nei tre ambiti territoriali, in particolare:

- in appennino, nell'Alta Valle del Reno destinati alla mountain-bike;
- in pianura, con riferimento alle ciclovie che collegano Bologna al mare lungo il Fiume Reno, il Canale Navile e il torrente Idice attraverso le antiche paludi;
- nell'Imolese, dalla Via Emilia all'Appennino, con offerte targettizzate per pubblico di riferimento.