

BOLOGNA WELCOME E LA DMO: VALORIZZAZIONE TURISTICA DELLE RISORSE CULTURALI E PAESAGGISTICHE	
Aggiornamento: luglio 2015	
Descrizione del progetto	
Configurazione di BolognaWelcome come la nuova DMO (Destination Marketing Organization) di Bologna Città metropolitana: un modello organizzativo innovativo per lo sviluppo e la gestione delle attività turistiche, nonché per la promozione della città e del territorio a livello sia nazionale sia internazionale, attraverso una politica dell'accoglienza ampia e diffusa basata su strategie di digital e social media marketing.	
Referenti del progetto	
BolognaCongressi: Patrik Romano (Managing Director)	
Attori coinvolti	
Comune di Bologna, Città Metropolitana di Bologna, Bologna Welcome, Camera di Commercio, APT, Aeroporto di Bologna, Genus Bononiae, Associazioni di categoria.	
Risultati attesi/ obiettivi del progetto	
<ul style="list-style-type: none"> - Realizzare uno strumento unico con risorse qualificate ed un Know How altamente specializzato in grado di gestire con continuità l'attività di gestione turistica e di promozione della destinazione. - Rendere Bologna una destinazione turistica più attrattiva attraverso un'attività mirata di promozione nazionale e internazionale e l'organizzazione di eventi di richiamo turistico soprattutto nei periodi ad alto potenziale fuori dai momenti fieristici. - Promuovere in maniera integrata Bologna e il suo territorio, con i suoi punti di eccellenza turistica, in particolare culturale, paesaggistica ed enogastronomica. - Sviluppare una politica dell'accoglienza volta a cogliere i bisogni del turista e a rafforzare una dimensione valoriale che coinvolga i diversi attori interessati, a partire dagli operatori del settore. 	
Integrazione e/o trasversalità con altri progetti	
<ul style="list-style-type: none"> - Iniziativa per la promozione dell'internazionalizzazione del sistema Bologna. - Bologna City Branding. - Piano metropolitano della mobilità ciclistica. - Agricoltura metropolitana. - La valle delle arti e della scienza. - Distretti culturali: il sistema metropolitano di governance culturale. - Per un sistema museale metropolitano. 	
Attività previste	Attività svolte
Accoglienza	<p>Tutte le fasi sono state attivate ed alcune concluse come la realizzazione dei punti di informazione e accoglienza turistica Bologna Welcome Piazza Maggiore e all'Area Arrivi Aeroporto Guglielmo Marconi.</p> <p>http://www.bolognawelcome.com/chi-siamo/bologna-welcome/</p>
Ottimizzazione dei servizi informativi e di prenotazione, attraverso la mappatura e la promozione degli operatori turistici locali.	
Implementazione degli strumenti a disposizione dei turisti (cartacei, digitali, Bologna Welcome Card).	
Punti di informazione e accoglienza turistica Bologna Welcome situati in: Piazza Maggiore, Area Arrivi Aeroporto Guglielmo Marconi, Distretto congressuale-fieristico, Stazione Ferroviaria Centrale.	

	<p>Qualificazione IAT/UIT del territorio in collaborazione con Provincia e Comuni (6 IAT: Zola Predosa, Lizzano in Belvedere, Vidiciatico, Monghidoro, Porretta Terme, Imola; 5 UIT: Castel San Pietro Terme, Castel Guelfo Outlet, Granaglione, Infosasso Sasso Marconi, Borgo Tossignano).</p> <p>Interventi di miglioramento dell'accoglienza attraverso l'adeguamento dell'offerta ai bisogni dei turisti (apertura musei ed esercizi in funzione della permanenza media dei turisti e considerate le logiche dei voli low cost, acquisizione della logica turistica da parte del territorio, maggiore integrazione fra l'offerta turistica della città e del territorio).</p> <p>Sviluppo di una cultura dell'informazione e accoglienza turistica diffusa non solo all'interno degli IAT, ma fra tutti i soggetti con cui il turista entra in contatto, attraverso la promozione della conoscenza del territorio e degli strumenti disponibili ove reperire informazioni su di esso (risorse turistiche ed eventi della città e dei dintorni).</p> <p>Promozione di un'immagine accogliente della città e del suo territorio, attraverso gesti e prassi condivise (patto per l'accoglienza).</p>	
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Promozione</p>	<p>Partecipazione a fiere di settore e workshop tematici sul turismo leisure e business individuati nel Piano di Promozione definito in collaborazione con APT.</p> <p>Focus su mercati internazionali identificati in funzione dell'analisi dei flussi turistici e delle prospettive di sviluppo.</p> <p>Competenze specializzate per identificare e predisporre candidature per eventi internazionali o supportare operativamente chi desidera partecipare a candidature internazionali.</p> <p>Individuazione dei punti di eccellenza turistica del territorio provinciale e degli eventi di richiamo su cui concentrare la promozione integrata della destinazione.</p>	

Attività di Marketing Digitale	<p>Relativamente a www.bolognawelcome.it:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Redazione dedicata che realizza un piano editoriale e seleziona percorsi ed attività in funzione della diversa domanda turistica. - Integrazione delle informazioni del capoluogo con quelle del territorio perseguita sia con un miglior collegamento tra le quattro redazioni locali dell'area metropolitana, nell'ambito del Sistema Informativo Turistico Regionale (SiTur), sia con l'inserimento diretto nel sito delle informazioni relative alle risorse turistiche, alla ricettività e agli eventi di maggior interesse del territorio. - Calendario degli eventi distribuito su un arco temporale di almeno 24 mesi. - Collaborazione con le associazioni di categoria per valorizzare le eccellenze del territorio e collegare le varie esperienze di marketing digitale. 	
	<p>Sviluppo attività sui vari canali Social Media attraverso una redazione specializzata e multilingue realizzata in convenzione con il Comune, la Provincia e l'Università di Bologna.</p>	
	<p>Realizzazione di nuovi strumenti digitali a supporto del turista: Bando di Gara Agenda Digitale.</p>	
Attività di Formazione e Informazione	<p>Corsi di aggiornamento per operatori turistici.</p>	
	<p>Sviluppo delle competenze linguistiche e della conoscenza degli elementi culturali distintivi e ineludibili dei nuovi turisti, sviluppo della conoscenza del territorio bolognese e dei suoi aspetti peculiari. Tale formazione dovrà coinvolgere in primo luogo gli operatori del settore, e potrà essere estesa anche alle altre figure professionali con cui i turisti entrano più frequentemente in contatto (taxisti, ristoratori, ecc.).</p>	
	<p>Convegni per condividere case history di successo nel settore turistico in ambito internazionale e per identificare i requisiti necessari a competere con player internazionali su specifici mercati.</p>	

	Definizione di standard qualitativi, in collaborazione con le associazioni di categoria, ai quali gli operatori economici dovranno attenersi.	
Criticità riscontrate		
Fattori di successo		

Focus sulle attività svolte

Incontri svolti		
Numero incontri		
Media partecipanti		
Eventi promossi/organizzati		
Numero eventi		
Media partecipanti		
Rendicontazione dei contributi a supporto delle attività svolte		
Attività	Contributo (€/risorsa)	Finanziato/concesso da