

3.4 - PROGRAMMA N. 150 - TURISMO

Responsabile: **Ass. Mario Lugli, Ass. Giorgio Razzoli, Ass. Stefano Bonaccini**

Macroprogetti:

150.1 Servizi integrati per lo sviluppo del turismo

3.4.1 - Descrizione del programma

Definire un sistema pubblico e privato per la promozione turistica, la pianificazione degli eventi di rilevanza extra locale, la pianificazione degli investimenti promo-pubblicitari.

Progettare un sistema permanente di promozione e comunicazione delle emergenze del territorio: motori, cultura, enogastronomia, arte.

Valorizzare il sistema di offerta di servizi del territorio al turista: in particolare nell'area della ricettività e dell'offerta commerciale, della informazione e consulenza, della mobilità e logistica.

Realizzare un Programma Unitario di Promozione Turistica, con l'obiettivo di:

- migliorare, nel nostro territorio, le condizioni di accoglienza, le possibilità di conoscenza e di accesso alle ricchezze turistiche, le opportunità di relazione ed incontro per i turisti e gli ospiti;
- realizzare la programmazione coordinata dei Grandi Eventi del territorio e curare, per il loro pieno successo, il Piano complessivo di Comunicazione.
- valorizzare ulteriormente la nostra immagine in Italia e nel Mondo;
- potenziare e razionalizzare le relazioni con gli operatori del settore turistico e dei mass media;
- aumentare, per tutti i prodotti turistici e per le diverse zone, il flusso e la permanenza dei visitatori italiani e stranieri, con particolare attenzione ai periodi di minor afflusso.

3.4.2 - Motivazione delle scelte

L'aumento del flusso turistico nazionale e straniero verso la nostra città contribuisce a sviluppare l'economia e l'occupazione locale, permettendo l'avvio e lo sviluppo di reti di servizi in campo commerciale, culturale, del tempo libero, dei trasporti. Il miglioramento dei livelli di visibilità e conoscenza del territorio sviluppa una migliore e più continuativa attrattiva verso le nostre risorse e offerte culturali, i prodotti dell'eno-gastronomia, il nostro territorio in generale. L'incontro tra persone e realtà differenti migliora le capacità di relazione e la creatività insite nella città di Modena e favorisce la qualità della nostra immagine verso l'esterno.

3.4.3 - Finalità da conseguire

- Attivare un sistema di collaborazione con il sistema imprenditoriale territoriale al fine di sviluppare un'offerta integrata di promozione turistica cittadina.
- Ampliare e settorializzare i livelli di accoglienza, informazione, offerta in campo culturale, dell'ospitalità, della tradizione, dei prodotti commerciali.
- Portare a sistema le rilevanze storiche, culturali e produttive del territorio modenese al fine di offrire una immagine di Modena la più articolata e caratterizzata possibile.
- Attivare servizi di incontro domanda e offerta di servizi in campo turistico in collaborazione con le organizzazioni e le aziende del settore.
- Garantire la presenza attiva all'interno dei diversi organismi regionali e extra-regionali di promozione delle città d'arte.
- Qualificare le principali manifestazioni modenesi al fine di promuoverle verso il pubblico nazionale e internazionale e renderle maggiormente fruibili ai *target* specializzati.

3.4.3.1 – Investimento

-

3.4.3.2 – Erogazione di servizi di consumo

-

3.4.4 - Risorse umane da impiegare

3 operatori del Settore Qualità dell'Ente, Progetto Europa, Marketing

3.4.5 - Risorse strumentali da utilizzare

Sportello per il pubblico, Internet, banche dati, pubblicazioni specializzate.

3.4.6 - Coerenza con il/i piano/i regionale/i di settore

La legge regionale 7/98 ha dato una svolta alle attività di promozione e di commercializzazione turistica. La creazione delle Unioni di Prodotto ha portato molti soggetti diversi, pubblici e privati, a collaborare nella valorizzazione delle ricchezze dei territori e nella realizzazione di più funzionali modalità di accoglienza e rapporto con i turisti. Il Comune di Modena agisce quindi all'interno di questo quadro normativo di sviluppo dell'azione di promozione turistica.