

L'ASSESSORE

Ai Presidenti
Associazioni delle imprese turistico ricettive

Gentilissimi,

in questo momento di difficoltà per la grave emergenza sanitaria del COVID 19, che coinvolge e preoccupa tutti noi, e nella consapevolezza che il settore del turismo e le strutture ricettive, in particolare, sono il comparto che più di ogni altro risente dei danni e delle criticità economiche derivanti da questa emergenza, esprimo in primo luogo la vicinanza della Regione a tutte le imprese del settore. A loro assicuro il massimo impegno per rendere operativi tutti gli strumenti che la Regione ha a disposizione, ma anche il massimo stimolo e sollecitazione al Governo ad emanare i provvedimenti di sua competenza, per sostenere le imprese nel loro sforzo per superare l'attuale crisi di liquidità ed occupazionale.

Al riguardo evidenzio che la Regione, in attesa dei decreti statali, ha approvato diversi provvedimenti urgenti volti a dare una prima tempestiva risposta per sostenere l'occupazione e la liquidità alle imprese fin dall'inizio dell'emergenza:

- Il 6 marzo u.s. è stato sottoscritto un Accordo tra la Regione, le Associazioni datoriali e sindacali per estendere la possibilità di accedere alla cassa integrazione in deroga a tutte le PMI, per tutti i lavoratori subordinati che, dal 23 febbraio, hanno visto sospeso in tutto o in parte o ridotto l'orario di lavoro a causa degli effetti economici negativi derivanti dall'emergenza, per il periodo di un mese prorogabile per altri due;
- In data 16 marzo u.s. la Giunta ha approvato un pacchetto di misure a sostegno delle imprese:

con DGR n. 188 è stata disposta la sospensione del pagamento della quota capitale delle rate dei muti o l'allungamento delle scadenze dei finanziamenti: tutte le piccole e medie imprese dell'Emilia-Romagna, comprese quelle del settore turismo e commercio, potranno scegliere se aderire o meno alla moratoria (e continuare a pagare quindi solo gli interessi dovuti). Nel dettaglio, la Regione aderisce all'accordo relativamente a tutti gli strumenti finanziari propri: dai fondi di prestito agevolato (contributi ex LR 40/2002 e LR 41/1997; i finanziamenti erogati attraverso i fondi Starter, Energia, Foncooper e Microcredito) ai finanziamenti sostenuti dai fondi di garanzia (come Eureka o Special-Er o i fondi per l'economia solidale). Gli imprenditori che volessero chiedere la moratoria potranno presentare la domanda in modo snello direttamente all'istituto di credito prescelto (che dovrà rispondere entro 30 giorni);

con DGR n. 198, la Giunta consente ai Confidi del commercio e del turismo, beneficiari dei contributi regionali per l'incremento dei propri fondi rischi, di utilizzare tali contributi per concedere alle PMI risorse per l'abbattimento dei tassi di interesse su operazioni di investimento;

con altra delibera, la Giunta ha approvato un bando da 10 milioni di euro per l'accesso al credito a interessi zero per le PMI e per i professionisti. Si potranno ottenere fino a 150 mila euro a tasso zero per 36 mesi, con un massimo di 15 mila euro per beneficiario. Alle PMI e ai professionisti della regione verrà infatti riconosciuto un contributo sia per l'abbattimento del tasso d'interesse, sia per i costi della garanzia. L'operazione, fatta insieme ai Consorzi fidi e alle banche, è in grado di generare investimenti per almeno 100 milioni di euro, con l'obiettivo di garantire liquidità nell'immediato e far ripartire gli investimenti non appena sarà possibile farlo. A breve verrà pubblicato il bando per individuare i Confidi (fino a un massimo di sei) che gestiranno il Fondo regionale erogando i contributi ai professionisti e alle PMI.

Oltre ai provvedimenti volti a dare supporto alle imprese del settore, stiamo lavorando ad un piano straordinario di rilancio del turismo nella nostra regione per fare ripartire questo settore strategico una volta finita la fase emergenziale, che confidiamo tutti si possa superare in tempi brevi, ciò a partire da un forte impegno sulla promozione.

APT Servizi insieme alle Destinazioni Turistiche dell'Emilia-Romagna avrà il compito di declinare le campagne di comunicazione affidate ad ENIT, per implementarne e potenziarne la diffusione, attraverso il coinvolgimento attivo delle associazioni di categoria e dei loro soci, e le sinergie con gli uffici comunicazione dei grandi brand regionali, dalla Motor Valley alla Food Valley, ect.

Il periodo di attivazione della campagna sarà fine maggio/inizio giugno, ma sempre e comunque in relazione alla durata dell'emergenza sanitaria.

Per lo sviluppo e pianificazione delle campagne, APT Servizi ha:

- individuato e contrattualizzato Carat Italia, quale Centro Media per il mercato Italia;
- individuata e contrattualizzata Media Com, quale Centro Media Estero;
- individuata e contrattualizzata l'agenzia grafica che dovrà definire l'immagine coordinata.

Per il mercato italiano saranno realizzate due campagne TV, una declinata sul prodotto Città d'Arte e Cultura sui canali RAI e LA7, e una campagna TV declinata al balneare sulla piattaforma MEDIASET. Per entrambe saranno realizzati spot da 20 secondi con la partecipazione di testimonial autorevoli dell'Emilia-Romagna al fine di garantire un messaggio efficace e credibile in grado di assicurare il mercato turistico italiano.

Sul mercato estero sarà attivata una campagna di comunicazione online e offline sui siti e strumenti di comunicazione dei principali vettori aerei che operano in Emilia-Romagna.

Attività Digital

Sul fronte della comunicazione digitale nei prossimi giorni sarà attivato un nuovo Social Media Team

costituito dai responsabili dei social network di APT Servizi e Destinazioni Turistiche, insieme ad uno staff di travel blogger internazionali quali co-fondatori del progetto Blog Ville Emilia-Romagna, Angelo Marino (PR, Digital Marketing and Communications Manager per Ducati Motor Holding) e Roberta Milano (PR, Digital Marketing and Communications Manager per il Consorzio del Parmigiano Reggiano).

Per il prodotto trasversale Appennino e Verde e per quello riferito alle Terme sono in corso di definizione le campagne di comunicazione sui quotidiani, sulle radio e online.

Per il comparto Fiere, insieme ai rappresentanti del progetto Mice (Meeting, Incentive, Congress, Exhibition) dell'Emilia-Romagna, è in corso un lavoro di coordinamento per la riprogrammazione degli eventi.

Progetto ACI Italia

A seguito dell'accordo quadro siglato nel 2020 tra APT ed ACI si lavora per un progetto di comunicazione e commercializzazione di pacchetti vacanze in Emilia-Romagna per i soci ACI.

Il progetto prevede inoltre un piano di comunicazione ad hoc sui musei d'impresa della Motor Valley.

Progetto Food Valley

È in sviluppo il nuovo progetto della Food Valley che prevede la valorizzazione e comunicazione degli eventi fieristici: 10-13 settembre SANA Bologna + 1-4 settembre CIBUS PARMA + 8-10 settembre MACFRUT.

Questa attività di comunicazione e promozione si integra e si amplia con il ripristino del progetto Wine Food Festival dell'Emilia-Romagna (nei mesi di settembre, ottobre, novembre e dicembre) per valorizzare i grandi eventi enogastronomici regionali.

Progetto Motor Valley Fest Digital

È prevista la trasformazione del Motor Valley Fest in un grande evento mediatico internazionale digitale, attraverso un'innovativa riprogettazione delle attività B2B e B2C a tema Motor Valley e la loro messa in sinergia con i temi del Food/Unesco/Cultura/Musica e sulle altre eccellenze della regione.

Progetto Sport

È stato approvato lunedì 16 marzo u.s. in Giunta regionale il Progetto Sport, che ha l'obiettivo di valorizzare lo sport e l'incoming turistico sportivo.

Ecco, dunque, in sintesi tutte le attività in corso di realizzazione da parte di APT Servizi:

1. Campagna immagine Paese ITALIA con ENIT-Regioni (sarà attivata sui mercati Nazionale ed Internazionali). APT Servizi insieme alle Destinazioni Turistiche declinerà la campagna ENIT con il lancio di spot da 20 secondi a tema Città d'Arte e Cultura (TV: RAI e LA7 e Digital - con testimonial) ed a tema prodotto balneare (TV: Mediaset e Digital con testimonial). Coinvolti i grandi brand regionali dell'Emilia-Romagna

2. Campagna immagine ESTERO attraverso la pianificazione media sui siti e strumenti cartacei dei vettori aerei che operano in Emilia-Romagna
3. Campagna di comunicazione Camping Vacanze e Natura con Destinazione Romagna
4. Campagna di comunicazione Parchi divertimento
5. Campagna di comunicazione Terme ER
6. Progetto Romagnoli DOP con Paolo Cevoli
7. Evento Notte del Liscio
8. Adunata Nazionale degli Alpini
9. Campagna di comunicazione Notte Rosa
10. Campagna di comunicazione con i travel blogger di I Ambassador
11. Progetto e comunicazione: Giornata Verde - Cammini - Castelli - Ciclovie ER, lancio Ciclovie Sale - Progetto Bike Experience ER - Wellness Valley
12. Progetto Sport - Sport in valigia e Grandi Eventi Sportivi (in attesa delle nuove date del Giro d'Italia)
13. Campagna di Comunicazione Sport (TV: SKY. Print: Gazzetta dello Sport + Digital);
14. Progetto Motor Valley con Motor Valley Fest Digital, Musei d'Impresa ed eventi riprogrammati nei circuiti;
15. Progetto Food Valley con l'Assessorato Agricoltura dell'Emilia-Romagna e il rilancio del Wine Food Festival
16. Progetto Musica/Festival musicali dell'Emilia-Romagna
17. Workshop - nuove date in autunno
18. Fiere - forte presenza regionale al TTG di Rimini e WTM di Londra
19. Lancio di una nuova piattaforma Webinar dedicata all'Emilia-Romagna

Riteniamo che questa importante attività di promozione e comunicazione, unitamente a quella di ENIT, sia fondamentale per perseguire con decisione, al termine della situazione emergenziale, il riposizionamento dell'Italia e dell'Emilia-Romagna nei mercati turistici internazionali e per incentivare fortemente anche il turismo nazionale verso la nostra regione.

Si prega cortesemente le Associazioni in indirizzo di dare la massima divulgazione della presente nota ai propri associati.

Vi ringrazio molto per la collaborazione e vi invio i miei più cari saluti.

Dott. Andrea Corsini

