

# **Bologna Welcome** **Progetto per** **la promozione della** **‘destinazione Bologna’**

# Destination Management Organization

L'università di Bologna ha analizzato 16 casi di rilievo Europeo selezionati in base alla localizzazione geografica, dimensione e caratteristiche della destinazione, struttura giuridica e fonti di finanziamento della DMOs

I casi di successo hanno evidenziato un forte commitment degli stakeholder locali su politiche lungimiranti di promozione territoriale dove è ben radicata la percezione dell'importanza dell'impatto economico delle attività turistiche sul territorio e la visione chiara sull'immagine che la destinazione

dovrebbe proiettare all'esterno. Il turismo è vissuto non come un costo ma una risorsa sulla quale investire.

A livello europeo è in atto un processo tale per il quale tutte le funzioni di promozione territoriale (a prescindere dai singoli target di mercato) vengono accentrare in una singola organizzazione che però gestisce con risorse specializzate e qualificate target diversi di mercato.

# Destination Management Organization

## Elementi Comuni di successo delle DMO

Forte coinvolgimento delle istituzioni locali e condivisione di un piano di medio periodo mirato a comunicare gli elementi di successo distintivi della destinazione e creare un KnowHow specializzato e duraturo

Gestione dell'attività turistica a 360° con specializzazioni per i "singoli turismi" Sviluppo di ricavi propri: servizi di prenotazione per turismo leisure e business–servizi turistici

(visite guidate–tour ecc..) –merchandising–servizi per l'organizzazione di eventi–tourist card –biglietteria trasporti–biglietteria teatri ecc..

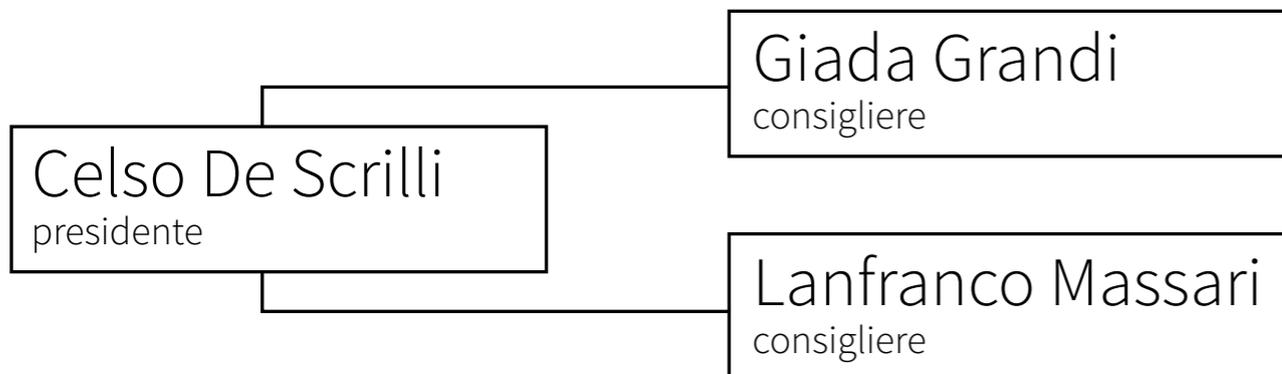
Certificazione servizi turistici per aumentare lo standard qualitativo (prioritario per il turismo europeo).

Innovazione tecnologica (web–servizi di booking–app per smartphone ecc..)

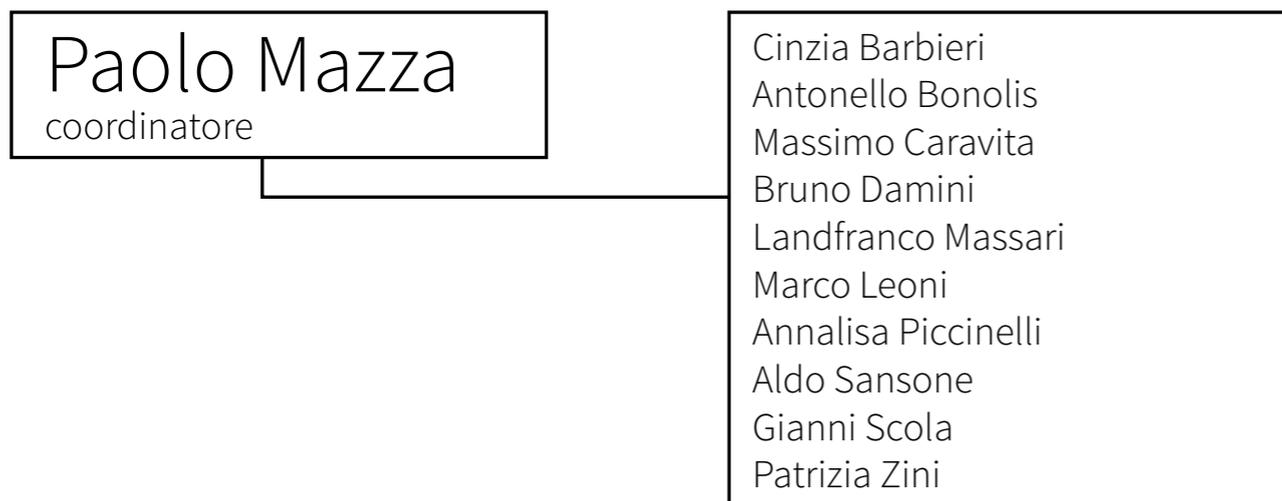
Strutture operative snelle e rapide

# La società

## consiglio di amministrazione



## comitato di indirizzo



## Soci

Camera di Commercio  
Aeroporto di Bologna  
Ascom Bologna  
Federalberghi Bologna  
Confesercenti  
CNA  
Legacoop  
Confcooperative  
Confartigianato

# Il Ruolo

responsabile dello sviluppo  
e della gestione delle attività  
di accoglienza turistica,  
nonché della promozione  
della Città Metropolitana  
sia a livello nazionale  
e internazionale

# La Filosofia

**Non intende sostituirsi  
all'imprenditoria privata, ma vuole  
aiutare il sistema  
di offerta locale ad identificare  
nuove opportunità di mercato,  
a costruire prodotti di qualità  
economicamente sostenibili**

**60 partner nel nostro territorio**

# Il Posizionamento

Bologna rappresenta  
per i turisti internazionali  
**la vera essenza del Made in Italy**  
Una città contemporanea  
che offre ai visitatori **esperienze**  
e relazioni **autentiche e sostenibili**

# Il Target

Le attrattive culturali non sono oggetti da osservare passivamente ma risorse da vivere che vengono declinate e proposte in modo diffuso, vivace, coinvolgente, diventando percorsi, atmosfere, sensazioni, esperienze da ricordare:

- **Viaggiatori Sociali e di mentalità aperta**
- **Viaggiatori con motivazioni legate alla conoscenza culturale del luogo**
- **Persone che cercano un coinvolgimento profondo con la meta del viaggio**

# Gli Obiettivi

**2015/2020 +5.2%** medio annuo di crescita  
di presenze nel capoluogo

(obiettivo amministrazione)

**2009/2014 +4.75%** aumento medio annuo

(gennaio–febbraio 2015 + 7%)

**2014 +2.5%** crescita media presenze  
nelle città italiane

**2015 +4.6%** previsione crescita  
turismo mondiale (fonte Ciset)

# Gli Obiettivi

Aumento del pernottamento medio (attualmente di circa 2 notti) attraverso:

- Ampliamento dell'offerta turistica
- Ampliamento dell'area di attrazione turistica a tutta la città metropolitana e ruolo di hub turistico in termini regionali e nazionali

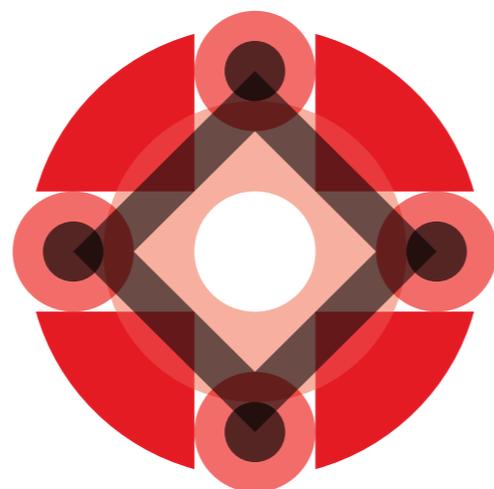
# Gli Strumenti

- Promozione Internazionale e Nazionale
- Sviluppo del Prodotto
- Miglioramento del Sistema Accoglienza
- Produzione di Contenuti Turistici
- Attrazione nuovi eventi

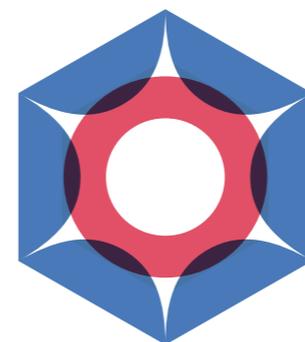
# Collaborazione con le eccellenze del territorio



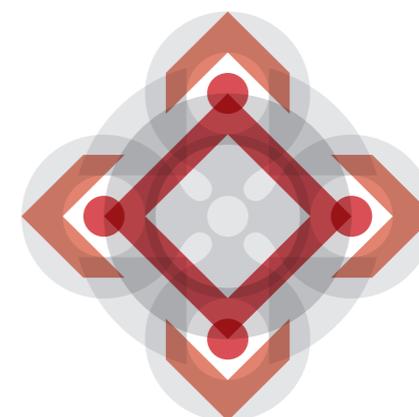
Lamborghini  
**è Bologna**



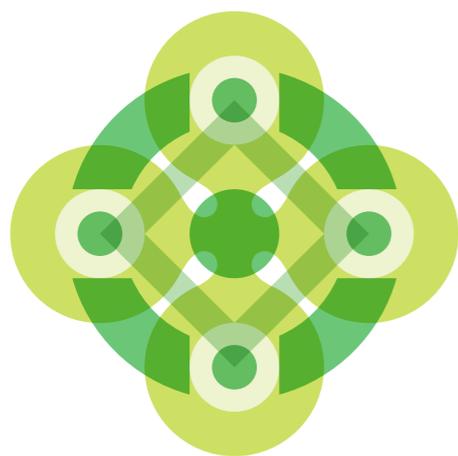
Ducati  
**è Bologna**



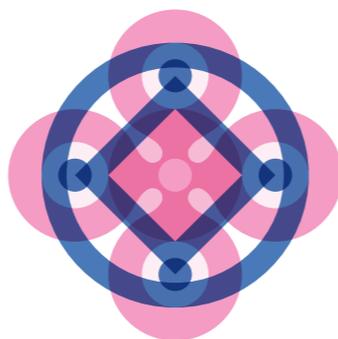
Yoox  
**è Bologna**



Morandi  
**è Bologna**



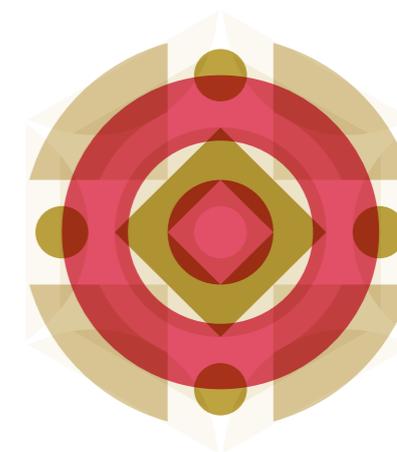
Cineteca  
**è Bologna**



Carpigiani  
**è Bologna**



Marconi Airport  
**is Bologna**



Eataly World  
**è Bologna**

# Collaborazione con l'Aeroporto e le Compagnie Aeree



**RYANAIR**



**easyJet.com**



TAP PORTUGAL



**germanwings**

**HOP!**



**KLM**



**Jetairfly.com**

**Meridiana**



**Alitalia**



**Lufthansa**

# Want to visit Bologna for free?

## Pay your Holiday with your Content instead of money!

From TURKEY to Bologna!

### Winners will be invited to Bologna...

a free weekend trip, including flights, hotel accomodation, meals and tickets

**APPLY NOW**



The project aims to promote the city of Bologna, showing all the beautiful sights and amazing things you can do, see and eat!

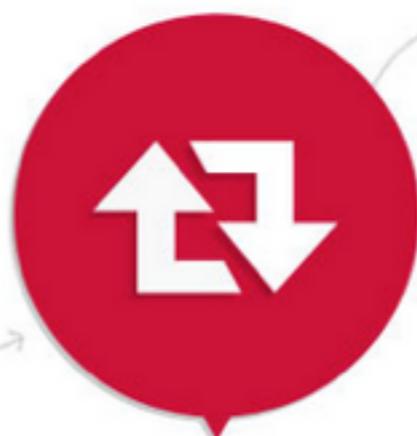
### 01 How does it works?

*Are You a Social Media User?*



step 1  
Network

Do you use social media?



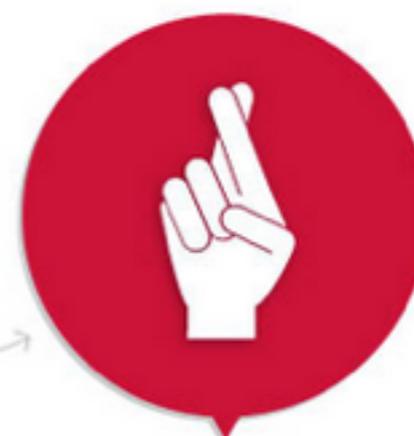
step 2  
Retweet

Retweet our message



step 3  
Follow Us

Tell us why you want to come



step 4  
Good luck!

We will let you know ;)



# Campagne di comunicazione nazionali



**Umberto Eco**  
La bustina di Minerva [www.lespresso.it](http://www.lespresso.it)

*L'uso compulsivo del cellulare ha a che fare con il pensiero magico. Perché è legato alla speranza religiosa nell'azione fulminea del miracolo*

## Il telefonino e la regina di Biancaneve

**ANDAVO SUL MARCIAPIEDE** e mi sono visto venire incontro una signora incollata al suo telefonino, che pertanto non guardava davanti a sé. Se non mi fossi scansato ci saremmo urtati. Siccome sono intimamente malvagio, mi sono fermato di colpo e mi sono voltato dall'altra parte, come se guardassi in fondo alla strada: così la signora è venuta a schiantarsi contro la mia schiena. Io mi ero irrigidito per prepararmi all'impatto e ho retto bene, lei è andata in tilt, il telefonino le è caduto, si è resa conto che aveva sbattuto contro qualcuno che non poteva vederla e che a schiararlo doveva essere lei. Ha farfugliato delle scuse, mentre io umanamente le dicevo «non si preoccupi, capita, al giorno d'oggi».

Spero solo che il telefonino cadendo si sia rotto e consiglio a chi si trovi in situazioni analoghe di comportarsi come me. Certo i telefonatori compulsivi bisognerebbe ucciderli da piccoli ma, siccome un Eroe non lo si trova tutti i giorni, è bene punirli almeno da grandi, anche se non capiranno mai in che abisso sono caduti, e persevereranno.

So benissimo che sulla sindrome da telefonino sono ormai stati scritti decine di libri e non vi sarebbe più nulla da aggiungere ma, se riflettiamo un momento, parrebbe inspiegabile il fatto che quasi tutta l'umanità sia stata presa dalla stessa frenesia e non abbia più rapporti faccia a faccia,

non guardi il paesaggio, non rifletta sulla vita e sulla morte, bensì parli ossessivamente, quasi sempre senza avere nulla di urgente da dire, consumando la propria vita in un dialogo tra non vedenti.

È che stiamo vivendo un'era in cui per la prima volta l'umanità riesce a realizzare uno dei tre desideri spasmodici che per secoli la magia ha cercato di soddisfare. Il primo è il desiderio di volare, ma levitando col nostro corpo, sbattendo le braccia, non salendo su una macchina; l'altro è quello di poter agire sul nemico o sull'amata pronunciando parole arcaiche o pungendo una figura di creta; il terzo è proprio di comunicare a distanza, sorvolando oceani e catene montuose, avendo a disposizione un genio o un oggetto prodigioso che di colpo può trasferirci da Frosinone al Pamir, da Innisfree a Timbuctu, da Baghdad a Poughkeepsie, comunicando istantaneamente con chi ci è lontano mille miglia. Da soli, per opera personale, non come accade ancora con la televisione per cui si dipende da una decisione altrui, e non sempre si vede in diretta.

**COS'È CHE** per secoli ha disposto gli uomini alle pratiche magiche? La fretta. La magia prometteva che si potesse passare di colpo da una causa a un effetto per cortocircuito, senza compiere i passi intermedi: pronunciare una formula e trasformo il

ferro in oro, evoco gli angeli e invio tramite loro un messaggio. La fiducia nella magia non si è dissolta con l'avvento della scienza sperimentale, perché il sogno della simultaneità tra causa ed effetto si è trasferito alla tecnologia. Oggi la tecnologia è quella che ti dà tutto e subito (schiacci appunto un bottone sul tuo telefonino e parli immediatamente con Sydney), mentre la scienza procede adagio e la sua prudente lentezza non ci soddisfa perché vorremmo adesso la panacea contro il cancro, e non domani - così che siamo portati a dar fiducia al medico-santone che ci promette all'istante la pozione miracolosa senza farci attendere per anni.

**IL RAPPORTO** tra entusiasmo tecnologico e pensiero magico è molto stretto ed è legato alla speranza religiosa nella azione fulminea del miracolo. Il pensiero teologico ci parlava e ci parla di misteri, ma argomentava e argomenta per dimostrare come siano concepibili, oppure insondabili. La fiducia nel miracolo ci mostra invece il numinoso, il sacro, il divino, che appare e opera senza indugio.

Possibile che esista un rapporto tra chi promette la cura immediata del cancro, padre Pio, il telefonino e la regina di Biancaneve? In un certo senso sì. Ecco perché la signora della mia storia viveva in un universo piuttosto che da uno specchio magico.



Arte, Musica e Sapori  
Bologna, una città piena di emozioni

## Springtime is Bologna

Bologna Welcome Card Gratuita  
(ingresso a musei, trasporti, visita guidata della città, sconti e tariffe agevolate...)  
se prenoti il soggiorno su [www.bookingbolognawelcome.com](http://www.bookingbolognawelcome.com)  
offerta valida fino al 30 aprile 2015

[www.bolognawelcome.it](http://www.bolognawelcome.it)  
#springtimebologna  
f t s

**ESCHER**  
fino al 19 luglio 2015  
Palazzo Albergati

**IL VIAGGIO OLTRE LA VITA. GLI ETRUSCHI E L'ALDILÀ TRA CAPOLAVORI E REALTÀ VIRTUALE**  
fino al 19 aprile 2015  
Museo della Storia di Bologna

**DA CIMABUE A MORANDI. FELSINA PITTRICE**  
fino al 17 maggio 2015  
Palazzo Fava, Palazzo delle Esposizioni

**GIOVANNI DA MODENA. UN PITTORE ALL'OMBRA DI SAN PETRONIO**  
fino al 12 aprile 2015  
Museo Civico Medievale



Springtime  
is Bologna



dell'E  
une d  
da

Springtime  
Sapori  
piena di emozioni

Sos  
il resta  
collegati a lper...  
bologna.it

causie  
LA CIMABUE A MORANDI  
FELSINA PITTRICE  
fino al 17 maggio 2015  
Palazzo Fava, Palazzo delle Esposizioni  
IL VIAGGIO OLTRE LA VITA  
GLI ETRUSCHI E L'ALDILÀ  
TRA CAPOLAVORI E REALTÀ VIRTUALE  
fino al 19 aprile 2015  
Museo della Storia di Bologna

MODENA  
UN PITTORE ALL'OMBRA  
DI SAN PETRONIO  
fino al 12 aprile 2015  
Museo Civico Medievale

emozioni  
Bologna

Arte, Mus  
a, una ci

# Campagne di comunicazione nazionali



**BOON**  
**Bologna si accende**  
Luci, immagini, suoni, sapori.  
Bologna, una città piena di emozioni.

**CIOCOSHOW**  
12-16.11.2014

**ENOLOGICA**  
22-24.11.2014

**LUCI SULLA CITTÀ ACCENSIONE LUMINARIE**  
dal 27.11.2014

**REGALI A PALAZZO**  
05-08.12.2015

**ZUBIN MEHTA E ORCHESTRA MAGGIO MUSICALE FIORENTINO**  
11.12.2014

**FRUIT EXHIBITION**  
12-14.12.2014

**ON14|15 DO ELEPHANTS EVER FORGET?**  
SOUVENIR D'ITALIE- LUMIÈRES, INSTALLAZIONE DI LUCA VITONE  
dal 13.12.2014

**RENZO ARBORE L'ORCHESTRA ITALIANA**  
26.12.2014

**JESUS CHRIST SUPERSTAR**  
30.12.2014-01.01.2015

**GOLGOTA-TEATRO EQUESTRE ZINGARO**  
31.12.2014-04.01.2015

**CAPODANNO DALLALTO E ROGO DEL VECCHIONE D'ARTISTA**  
31.12.2014

**CONCERTO DI CAPODANNO IN MONTAGNOLA**  
01.01.2015

**APERTURA STRAORDINARIA DEI MUSEI**  
01.01.2015

**FILARMONICA TEATRO COMUNALE BOLOGNA**  
DIRETTA DA ALEXANDER LONQUICH  
05.01.2014

**BEFANA SOTTO LA TORRE**  
06.01.2015

**SCHERMI E LAVAGNE**  
06.01.2015

novembre 2014  
gennaio 2015

#boon #dallalto

[www.bolognawelcome.com](http://www.bolognawelcome.com)

Wintertime is Bologna | COMUNE DI BOLOGNA | BOLOGNA WELCOME | CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI BOLOGNA | CONFCOMMERCIÒ | CNA | emiliaromagna | città d'arte

muschi&licheni design network



**BOON**  
**Bologna si accende**  
Luci, immagini, suoni, sapori.  
Bologna, una città piena di emozioni.

**31 DICEMBRE 2014**  
**DALLALTO CAPODANNO IN PIAZZA MAGGIORE**  
dalle 22.30  
DJ SCRATCHY DJ-SET  
dalle 23.45  
M+A DJ-SET  
a mezzanotte  
**ROGO DEL VECCHIONE D'ARTISTA PIÙ FORTE DEI GUAI DI ANDRECO**  
dalle 01:00 DALLALTO BUS  
navetta gratuita verso i locali della città

**1° GENNAIO 2015**  
**APERTURA STRAORDINARIA MOSTRE E MUSEI**  
- MAMbo - Museo d'Arte Moderna di Bologna  
- Casa Morandi  
- Museo Davia Bargellini  
- Museo internazionale della Musica  
- Genus Bononiae - Palazzo Pepoli.  
- Museo della Storia di Bologna  
- MAST  
**CONCERTO DI CAPODANNO**  
Orchestra Senzaspine  
Montagnola

#boon #dallalto  
[www.bolognawelcome.com](http://www.bolognawelcome.com)

organizzato da | media partner

Wintertime is Bologna | COMUNE DI BOLOGNA | BOLOGNA WELCOME | emiliaromagna | città d'arte | ESTRAGON | GRUPPO



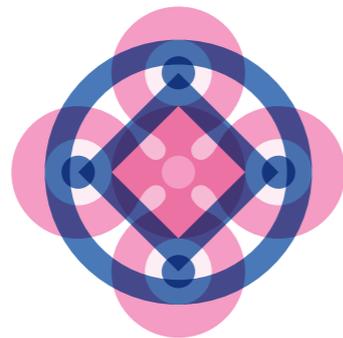
**BOON**  
**Bologna si accende**  
Luci, immagini, suoni, sapori.  
Bologna, una città piena di emozioni.

**DALLALTO CAPODANNO IN PIAZZA MAGGIORE 2015**

**M+A DJ-SET**  
**E ROGO DEL VECCHIONE D'ARTISTA DI ANDRECO**

#boon #dallalto  
[www.bolognawelcome.com](http://www.bolognawelcome.com)

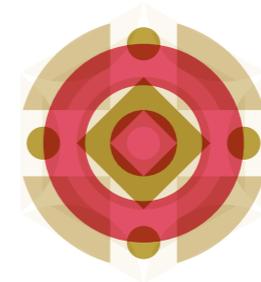
# Sviluppo del prodotto



Carpigiani  
**è Bologna**



City of Food  
**is Bologna**

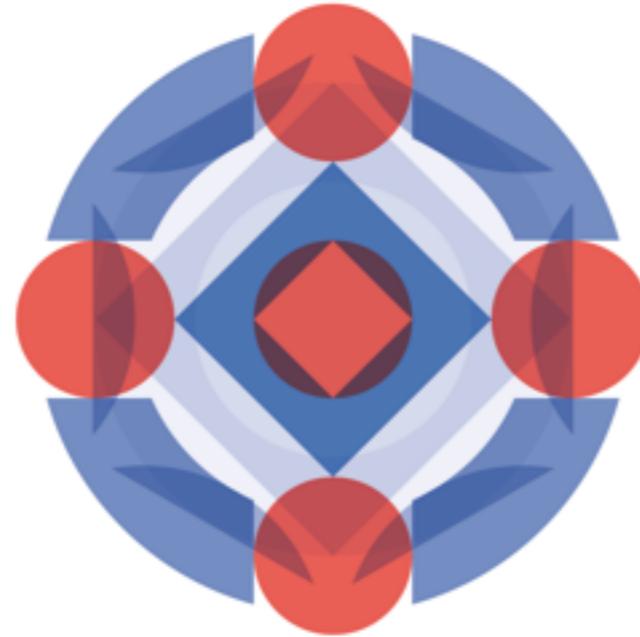


Eataly World  
**è Bologna**



**WONDERFUL**  
EXPO 2015  
One event, many destinations

# Sviluppo del prodotto



City of Culture  
**is Bologna**



Cineteca  
**è Bologna**



Morandi  
**è Bologna**

# Miglioramento sistema accoglienza

- **Piazza Maggiore**
- **Aeroporto**
- **2 Torri**
- **Stazione**



**BOLOGNA  
WELCOME**

tourist office



# Produzione contenuti turistici

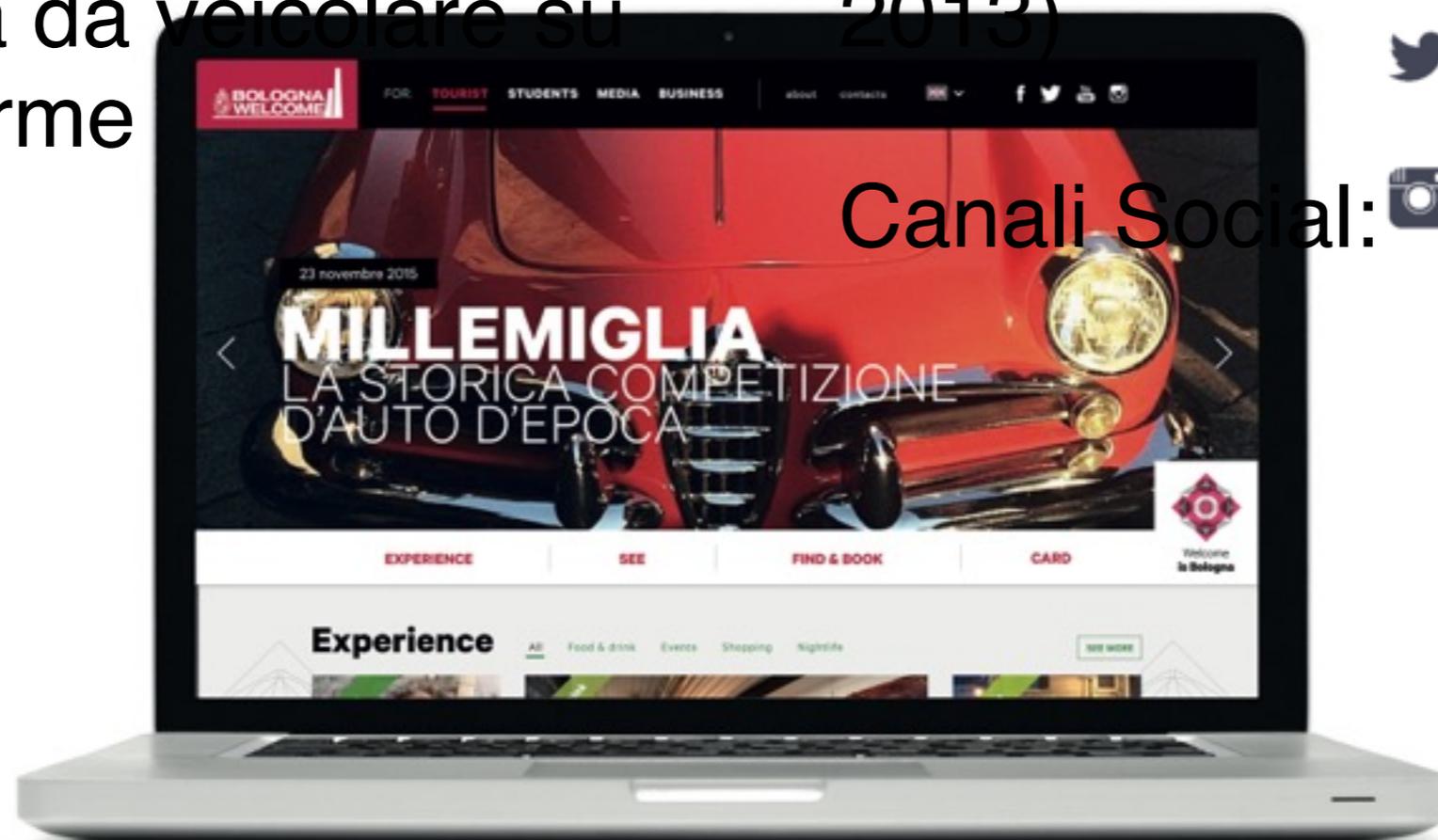
Redazione interna che produce e gestisce contenuti informativi per il turista da veicolare su più piattaforme

Sito Web:  
2 mln di utenti (+49% vs 2013)

Canali Social:

 5.077

 2.790



# Attrazione nuovi eventi e supporto agli organizzatori



# La ragazza con l'orecchino di perla

Il mito della Golden Age

**DA VERMEER A REMBRANDT**

Capolavori dal Mauritshuis

**BOLOGNA, PALAZZO FAVA**

8 febbraio - 25 maggio 2014



# BOLOGNA MEDICINA

FESTIVAL DELLA SCIENZA MEDICA



DAL 7 AL 10 MAGGIO 2015

**RE** IL PRIMO  
RADUNO  
**UNI** MONDIALE  
DEI LAUREATI  
**ON** UNIVERSITÀ  
DI BOLOGNA

---

19-21 GIUGNO 2015

---



# **Real Italy from the Heart of Italy**