

Oltre cento operatori del settore riuniti oggi in Provincia a Bologna

Si è svolto questa mattina a palazzo Malvezzi il convegno "City branding e promozione turistica", a cui hanno partecipato oltre 130 operatori turistici pubblici e privati del territorio provinciale. Un momento di informazione e formazione organizzato dalla Provincia con particolare riferimento a due importanti progetti d'attualità: "Protocollo d'intesa per una gestione congiunta della comunicazione turistica on line metropolitana" e "Bologna City Branding". Dopo l'introduzione dell'assessore provinciale alle Attività produttive e Turismo Graziano Prantoni sono intervenuti Roberto Grandi, professore ordinario di Sociologia dei processi culturali e comunicativi e Giovanna Cosenza, professore associato confermato di Filosofia e Teoria dei linguaggi, dell'Università degli Studi di Bologna. Provincia, Comune, Bologna Congressi, Dipartimento Filosofia e Comunicazione dell'Unibo hanno approvato, e a breve sottoscriveranno, il "Protocollo d'intesa per una gestione congiunta della comunicazione turistica on line metropolitana" per comunicare ai turisti il territorio metropolitano in maniera coordinata, valorizzando i contenuti più rilevanti del territorio nell'ambito del progetto Bologna Welcome, gestito dal Comune di Bologna e da Bologna Congressi. Si tratta di una promozione reciproca in cui la città sostiene il territorio in termini di visibilità e attrattività e il territorio sostiene la città con i suoi giacimenti enogastronomici, ambientali e culturali in grado di offrire ai turisti esperienze autentiche. L'ambito di tale collaborazione è l'intero territorio provinciale. Per questa integrazione delle attività di Bologna Welcome la Provincia ha stanziato 10.000 euro l'anno, oltre a mettere a disposizione la collaborazione del Dipartimento di Filosofia e Comunicazione dell'Università e, attraverso esso, dei suoi studenti. La prima attività, realizzata in via sperimentale nel corso dell'estate, era dedicata alla promozione del Porretta Soul Festival sui social network nell'ambito dei progetti "Social Media Free Trip" e "Reporter Fuori Porta", in collaborazione con Bologna Congressi. "Il nuovo Brand Bologna il cui concorso si è concluso da qualche giorno – ha dichiarato Prantoni - è per noi la punta di un iceberg che va molto in profondità. Sotto c'è un grande lavoro sommerso: la storia millenaria di una città come Bologna e del suo territorio non è, infatti, affidata a una sola immagine, bensì viene raccontata ai turisti attraverso una serie di azioni che fanno parte di un processo complesso e in costante crescita, nato attorno al progetto Bologna Welcome. Tutto ciò ovviamente a partire dalla valorizzazione delle potenzialità offerte dai nuovi mezzi di comunicazione, attraverso una stretta collaborazione con l'Università di Bologna e con Bologna Congressi. La comunicazione coordinata a livello metropolitano è per noi, infatti, un passaggio necessario dietro al quale però è importante sottolineare che si cela l'imprescindibile coinvolgimento di tutti gli attori istituzionali ed economici operanti nel mondo del turismo provinciale. Non è più tempo di improvvisazione: giornate come quella di oggi puntano proprio, oltre che alla condivisione, alla formazione degli operatori pubblici e privati del settore, per affrontare il turismo sempre con maggiore competenza, nella consapevolezza dell'importanza economica che può rivestire per il nostro territorio."

Bologna. Gestione congiunta della comunicazione turistica metropolitana on line

Scritto da redazione

Mercoledì 23 Ottobre 2013 15:50

Redazione