

PROGETTO 18: TURISMO

TAG

turismo, marketing, sviluppo, economia, commercio,

Bologna negli ultimi anni sta diventando una meta turistica amata dagli stranieri. La stiamo promuovendo nel mondo anche grazie alla collaborazione di migliaia di cittadini.

PERCHE'?

In città non esistevano una politica e investimenti per promuovere la destinazione Bologna nel mondo.

DESCRIZIONE GENERALE

Bologna è una città speciale ed autentica, dal punto di vista turistico non può essere paragonata a Venezia e Firenze perchè ciò che la caratterizza è l'esperienza del visitatore: dalla musica al cibo alla vita sociale è una città ricca di iniziative e occasioni di scoperta, Bologna è un grande evento di per sé. Attorno alla sua identità e a questa percezione, che ogni anno sempre più turisti stranieri hanno, abbiamo costruito la strategia di promozione della destinazione Bologna anche grazie alla novità dell'Alta Velocità e alla crescita importante del nostro aeroporto. Fondamentale per noi è la promozione di Bologna nel web, a partire dal coinvolgimento dei cittadini nella creazione di contenuti e di un racconto della Bologna contemporanea.

Nel 2014 è stata affidata a Bologna Welcome, attraverso un bando, la promozione della destinazione di Bologna metropolitana; lo farà anche sostenendo progetti attraverso l'investimento della tassa di soggiorno e di risorse private.

Grazie al lavoro svolto il turismo è cresciuto ogni anno del 5% e Bologna è diventata la prima meta amata dagli stranieri in Emilia-Romagna con un aumento importante di turisti inglesi e americani. La presenza di turisti nel centro storico di Bologna in questi ultimi anni è uno dei segni più tangibili del cambiamento di Bologna e della sua rinascita economica.

In questa ottica abbiamo lanciato due progetti che partono proprio dalla collaborazione tra diversi attori della città e la cittadinanza.

- **Bologna City Branding.** Promosso dal Comune di Bologna e realizzato da Urban Center con la collaborazione di Bologna Welcome, ha l'obiettivo di accrescere l'efficacia delle politiche di marketing territoriale di Bologna, definendo il posizionamento che la città, in dimensione metropolitana, vuole raggiungere, individuando le strategie più adeguate per veicolare a livello locale, nazionale e internazionale questo posizionamento e creando una specifica identità di Bologna che venga percepita dai turisti e nella quale si riconoscano i cittadini stessi. Dopo un concorso internazionale, nel gennaio 2014 è stato scelto il nuovo brand della città che ora viene implementato.

- La **nuova segnaletica per cittadini e turisti** "Wayfinding - Sistema integrato di indirizzamento nella città di Bologna" mira a rendere strade, quartieri e città 'leggibili' aiutando le persone ad orientarsi. Il progetto, che si inserisce nella strategia per l'uso del brand "è Bologna" ed ha visto il coinvolgimento di numerosi stakeholder cittadini, nella prima fase prenderà in considerazione la connessione alla Stazione Centrale sia verso il centro che verso la Bolognina per poi allargarsi al resto della città.

LINK

www.bolognawelcome.com
<http://ebologna.it/>