



renziata, senza tralasciare il segmento di domanda del turismo stagionale-climatico caratterizzata da utenti in fasce elevate di età che tradizionalmente connota il mercato del comparto. Quello che è rilevante sottolineare è che le azioni di promozione previste puntino ad allargare le fasce di mercato riferite ai prodotti sopra elencati. Esiste per questi prodotti una domanda latente che ad oggi risulta soddisfatta in modo solo marginale e che, se opportunamente coinvolta, potrebbe validamente andare a sostituire le quote di mercato, riferite al prodotto appennino tradizionalmente inteso, che negli ultimi anni sono andate via via diminuendo.

PAOLA BONFRESCHI

Un nuovo strumento associativo per promuovere il turismo nell'Appennino

UNIONE APPENNINO E VERDE

La nuova legge regionale sull'organizzazione turistica L.R. 7/98 ha individuato come prioritari per il turismo dell'Emilia Romagna i comparti "Mare e costa adriatica", "Città d'arte, cultura e affari", "Appennino" e "Terme e benessere". La Provincia di Modena ha promosso, nei mesi passati, incontri con le amministrazioni provinciali, le società d'area ed i soggetti privati che operano nel comparto dell'appennino e del "verde" per valutare le problematiche inerenti alla costituzione, in esecuzione della legge, di un organismo di aggregazione di soggetti pubblici e privati. Questo iter, condotto in collaborazione con la Regione, ha portato alla nascita, avvenuta a fine luglio, di una associazione denominata "Unione Appennino e Verde". Tale organismo ha essenzialmente compiti di promozione e commercializzazione di tutto il comparto tramite iniziative condotte congiuntamente da più soggetti, pubblici e privati, fino ad oggi operanti sul mercato singolarmente.

Nell'assemblea tenutasi il 30 settembre l'Unione ha infatti approvato il Programma di Promozione per l'anno 1999 e presentato lo stesso per il finanziamento alla Regione. Questo piano è stato elaborato in modo da poter fornire un significativo supporto alla commercializzazione di competenza dei soggetti privati al fine di proporre azioni omogenee.

Nel programma, in particolare, vengono individuati come prodotti turistici trainanti sui quali costruire la promozione, la neve, le vie religiose e l'escursionismo, le dimore storiche e i castelli, l'enogastronomia, i parchi. La considerazione di base, sulla quale si sviluppa il programma di promozione, riguarda la maturità del prodotto "appennino e verde" concepito nell'ottica tradizionale del "mangiare bene, fare passeggiate e riposarsi". Obiettivo quindi delle azioni attraverso le quali si articola il programma di promozione è il riposizionamento del prodotto, attraverso opzioni molteplici che mirano a proporre un'immagine nuova dell'appennino in un contesto di offerta diffe-



CONSORZIO LE VALLI DEL CIMONE

Il 28 luglio si è costituito il Consorzio Le Valli del Cimone, organismo composto in maggioranza da soggetti privati collettivi (Consorzio Stazione Invernale del Cimone, Associazioni di operatori, Associazioni Turistiche Locali), oltre che da Enti Pubblici (Provincia di Modena, Comunità Montane, Comuni) e dal GAL Antico Frignano. L'attività del Consorzio è prioritariamente indirizzata alla ideazione di strumenti di commercializzazione e alla gestione di progetti di promozione che coinvolgano unitariamente tutto il territorio appenninico modenese ed eventualmente anche i territori limitrofi. Le risorse di cui potrà usufruire sono quelle previste dalla L.R. 7/98 sul turismo: finanziamenti per i progetti di commercializzazione presentati all'APT e finanziamenti riferiti a progetti di promozione locale inseriti nel Programma Turistico gestito dalla Provincia. Il Consorzio tuttavia non si sostituisce alle azioni di carattere locale che già gli associati gestiscono, ma vuole accrescerne l'efficacia attraverso al costruzione di proposte commerciali e promozionali coordinate di più ampio respiro, gestendo campagne di commercializzazione in collaborazione con gli operatori privati, agenzie e Tour Operator.