



COMUNE DI MODENA

N. 262/2019 Registro Deliberazioni di Giunta

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA COMUNALE SEDUTA DEL 07/05/2019

L'anno 2019 il giorno 07 del mese di maggio alle ore 12:00 nella Residenza Comunale di Modena, si è riunita la Giunta Comunale nelle persone dei signori:

MUZZARELLI GIAN CARLO	Sindaco	Presente
CAVAZZA GIANPIETRO	Vice-Sindaco	Presente
VANDELLI ANNA MARIA		Presente
FILIPPI ALESSANDRA		Presente
URBELLI GIULIANA		Presente
GUADAGNINI IRENE		Presente
GUERZONI GIULIO		Presente
BOSI ANDREA		Presente
FERRARI LUDOVICA CARLA		Presente

Assenti Giustificati:

Assiste il Vice-Segretario Generale MARCHIANO' LUISA.

Il Presidente pone in trattazione il seguente

OGGETTO n. 262

PRIMO PIANO PER IL TURISMO A MODENA - LINEE GUIDA

LA GIUNTA COMUNALE

Premesso:

- che il settore del turismo locale e nazionale è in forte evoluzione, sono emerse nuove abitudini ed esigenze, differenti modalità di informarsi e di viaggiare portano a cercare non solo “luoghi” da conoscere ma anche “esperienze” da vivere, premiando così le realtà più dinamiche, autentiche e capaci di promo-commercializzarsi sul mercato turistico;
- che il turismo a Modena è in crescita, tanto che la città ed il territorio si stanno rapidamente qualificando come realtà turistiche sul mercato nazionale ed internazionale;
- che la legge Regionale Emilia-Romagna 25 marzo 2016 n. 4 ha costituito le Destinazioni Turistiche di interesse regionale e che nel 2017 la Provincia di Modena e la Città Metropolitana di Bologna hanno sottoscritto una convenzione per la valorizzazione del turismo nell'ambito della destinazione Turistica Città Metropolitana di Bologna;
- che nel 2018 la Camera di Commercio, il Comune, la Provincia di Modena e la Fondazione Cassa di Risparmio di Modena e altri soggetti hanno collaborato per l'aggiornamento di un rapporto di analisi sul turismo denominato “Progetto di marketing turistico del territorio modenese – Audit, analisi e benchmark”;
- che nel 2019 il Comune di Modena, acquisito tale rapporto di analisi, ha avviato con Deliberazione di Giunta n. 86/2019 una propria procedura per la redazione del “Primo Piano per il Turismo a Modena” prevedendo due azioni: 1) lo sviluppo di un ulteriore report di analisi e studio che pone al centro la città, in ottica di relazione con il proprio territorio provinciale ed in coerenza con quanto previsto dalla relazione con gli altri Enti ed Istituzioni; 2) la redazione delle seguenti Linee Guida;

Considerato che sono state implementate già diverse azioni per lo sviluppo e la valorizzazione del turismo a Modena, tra cui:

- nel 2014, è stata avviata la strategia multicanale di comunicazione e promozione della città “VisitModena”, insieme ad una serie di azioni per il turismo della città e del territorio;
- nel 2015 Modena ha partecipato ad Expo 2015 con il progetto “Modena. Dove tutto diventa arte”, importante calendario di iniziative locali;
- nel 2018 è stato avviato il sistema di monitoraggio per la raccolta giornaliera dei dati di frequentazione dei luoghi dell'offerta turistica modenese;

Visto quanto emerge dal Progetto di Marketing Turistico del Territorio Modenese e ritenuto opportuno, alla luce delle informazioni e dei dati raccolti e delle strategie già messe in campo da parte dell'Amministrazione Comunale di Modena, approvare le Azioni e Linee guida per la redazione del Primo Piano per il Turismo a Modena;

Dato atto che le Azioni e Linee guida di cui sopra sono contenute nel documento “Primo piano per il turismo a Modena – Linee guida” che, allegato alla presente Deliberazione, ne forma parte integrante e sostanziale;

Richiamato l'art. 48 del D.lgs. n. 267/2000 T.U. Ordinamento EE.LL;

Visto il parere favorevole della Dirigente Responsabile del Settore Economia Promozione della città e Servizi Demografici, dott.ssa Patrizia Guerra, espresso in ordine alla regolarità tecnica, attestante la regolarità e la correttezza dell'azione amministrativa ai sensi degli artt. 49, comma 1 e 147 bis, comma 1° del D.lgs. n. 267/2000, T.U. Ordinamento EE.LL

Visto il parere favorevole del Ragioniere Capo, dott.ssa Stefania Storti, espresso in merito alla regolarità contabile ai sensi degli artt. 49, comma 1 e 147 bis, comma 1, del D.Lgs. n. 267/2000, T.U. Ordinamento EE.LL.;

Ad unanimità di voti espressi in forma palese;

D e l i b e r a

- di approvare il documento “Primo Piano per il turismo a Modena – Linee guida” che allegato al presente atto, ne forma parte integrante e sostanziale.

Letto, approvato e sottoscritto con firma digitale:

Il Sindaco
MUZZARELLI GIAN CARLO

Il Vice-Segretario Generale
MARCHIANO' LUISA

TITOLO: “PRIMO PIANO PER IL TURISMO A MODENA – LINEE GUIDA”

LA GIUNTA COMUNALE

Premesso che:

- il settore del turismo locale e nazionale è in forte evoluzione, sono emerse nuove abitudini ed esigenze, differenti modalità di informarsi e di viaggiare portano a cercare non solo “luoghi” da conoscere ma anche “esperienze” da vivere, premiando così le realtà più dinamiche, autentiche e capaci di promo-commercializzarsi sul mercato turistico;
- il turismo a Modena è in crescita, tanto che la città ed il territorio si stanno rapidamente qualificando come realtà turistiche sul mercato nazionale ed internazionale. Negli anni 2014-2018 i turisti nella provincia di Modena sono cresciuti del 48,72%, a fronte di una crescita media regionale del 23,24%, così pure i pernottamenti sono aumentati del 39,97% mentre in Regione si rileva un incremento pari al 14,40%. Nel contesto regionale negli ultimi quattro anni la provincia di Modena presenta il più alto tasso di crescita di turisti, mentre si colloca al terzo posto per la crescita dei pernottamenti. Dati tanto incoraggianti spronano i soggetti pubblici e privati operanti nel turismo a fare quanto più possibile per cogliere le opportunità occupazionali e di sviluppo sociale ed economico del settore turistico;
- nel 2015, con la strategia di comunicazione e promozione della città “VisitModena”, con azioni dalla forte valenza simbolica come l’apertura in chiave turistica della Torre Ghirlandina, il biglietto unico del Sito UNESCO e con il progetto di partecipazione ad Expo Milano “Modena. Dove tutto diventa arte”, Modena avvia una serie di azioni per il turismo della città e del territorio, attenta ad un ambito territoriale più ampio che si relaziona alla Città Metropolitana di Bologna, la Regione Emilia-Romagna e l’Agenzia per la Promozione ed il Turismo della Regione ER per raggiungere mercati nazionali ed internazionali;
- la Legge Regionale dell’Emilia Romagna 25 marzo 2016, n. 4 sposta l’attenzione dalla promozione del prodotto turistico alla valorizzazione di un mix fra destinazioni e prodotti di eccellenza dell’Emilia-Romagna, anche attraverso la costituzione delle Destinazioni Turistiche di interesse regionale che sono organismi strumentali degli Enti locali ai sensi dell’art. 11 ter del D.Lgs 23 giugno 2011 n.118;
- nel 2017 la Provincia di Modena e la Città Metropolitana di Bologna sottoscrivono una

convenzione per la valorizzazione del turismo nell'ambito della Destinazione Turistica Città Metropolitana di Bologna;

- nel 2018 la Camera di Commercio, il Comune, la Provincia di Modena e la Fondazione Cassa di Risparmio di Modena e altri soggetti quali, ad esempio, le associazioni di categoria e le associazioni economiche, collaborano per l'aggiornamento di un rapporto di analisi su turismo denominato "PROGETTO DI MARKETING TURISTICO DEL TERRITORIO MODENESE – Audit, analisi e benchmark", redatto in una prima forma già nel 2011, commissionato dalla Camera di Commercio per investigare le opportunità di internazionalizzazione e marketing territoriale, organizzato in più fasi, con interviste ad un campione rappresentativo, analisi digitali (su siti web, social media e sentiment) e benchmark (con identificazione e analisi dei competitori) e utile ad investigare più ambiti quali: immagine e posizionamento di Modena, offerta turistica, mercati e target, strumenti di marketing, governance, competitor;

- nel 2019 il Comune di Modena, acquisito il rapporto di analisi suddetto e divulgato attraverso un convegno dedicato e incontri con gli operatori volti alla condivisione delle informazioni e degli esiti dell'analisi-progetto, avvia una propria procedura per la redazione del "Primo Piano per il Turismo a Modena" che, contemporaneamente all'attività dell'Amministrazione Comunale di investimento e supporto al turismo già introdotta e sviluppata nel corso del tempo, prevede due azioni:

- 1) lo sviluppo di un ulteriore report di analisi e studio che pone al centro la città, in ottica di relazione con il proprio territorio provinciale ed in coerenza con quanto previsto dalla relazione con gli altri Enti ed Istituzioni;
- 2) la redazione delle seguenti Linee Guida.

Considerato che:

- nel dicembre del 2014 il Comune di Modena attiva la strategia di comunicazione e promozione della città denominata VisitModena caratterizzata da un portale per il turismo e per la cultura progettato per i cittadini modenesi e per i turisti, intesi come "cittadini temporanei", e sviluppata attraverso una strategia comunicativa di documenti, azioni specifiche, immagini e prodotti multimediali veicolati su canali dedicati (web, socials, cartacei, altro...), con il Calendario Unico degli Eventi, con il posizionamento di totem

trifacciali, con la posa dei primi punti di ModenaWiFi (rete di WiFi libero e gratuito per il cittadino e per il turista), che rilancia l'azione turistica a partire dalla città di Modena integrata con il proprio territorio, nella provincia e in un ambito territoriale più ampio in relazione con altre città e altre province, in primis la Città Metropolitana di Bologna, e secondariamente la Città di Ferrara, favorendo la collaborazione fra pubblico e privato;

- Modena partecipa a Expo-Milano nel 2015 con un progetto che coinvolge Enti, Istituzioni e privati denominato "Modena. Dove tutto diventa arte" rappresentato da un importante calendario di iniziative locali, si ricordano in particolare "I Giardini del Gusto", dalla presenza e dalle attività sviluppate a Milano nell'ambito della partecipazione della Regione Emilia-Romagna e attraverso l'iniziativa "Discover Ferrari & Pavarotti Land";

- nel 2018 si attiva un sistema di monitoraggio per la raccolta giornaliera dei dati di frequentazione dei luoghi dell'offerta turistica modenese che si integri con i dati che vengono forniti dalla Regione Emilia-Romagna;

- si auspica la crescita di un flusso turistico sensibile ai valori della tradizione e innovativi caratteristici di Modena, informato, attento alla qualità dell'offerta e alla ricerca di un'offerta turistica autentica, ecologicamente sostenibile e unica, che si integri con la popolazione modenese quale "cittadino contemporaneo" nel rispetto della qualità della vita degli abitanti del territorio, intenzionato a pernottare almeno due notti, che colga anche l'opportunità del posizionamento strategico della città in quanto centrale rispetto alle grandi città d'arte italiane di Centro e Nord Italia.

Considerato che, secondo quanto emerge dal Progetto di Marketing Turistico del Territorio Modenese del 2018:

- gli assi principali della proposta turistica modenese sono: motori, enogastronomia e cultura-architettura-storia, completati da lirica, artigianato locale e turismo esperienziale (montagna, terme, borghi, ville e castelli);

- Modena, in quanto città da short-break, non registra severi problemi di stagionalità, per quanto agosto rappresenti comprensibilmente un momento di forte calo dei flussi; il primo bacino nazionale di provenienza dei turisti è la Lombardia, seguita da Lazio, Emilia-Romagna, Piemonte e Campania, mentre il primo bacino estero è la Germania, seguito da Francia, USA e Regno Unito, tutte tendenze che si confermano in crescita;

- il territorio modenese si trova in una posizione centrale, facilmente raggiungibile in auto, in treno e in aereo;
- la ricettività alberghiera nella città di Modena è basata su un totale di 2.669 letti suddivisi in 33 strutture (dati 2017) prevalentemente di categoria a 3 stelle (53% dei posti letto, mentre di categoria 4 stelle sono il 25% dei posti letto), mentre la ricettività extra-alberghiera, in forte crescita, conta 1.267 posti letto offerti da un totale di 145 strutture;
- immagine e identità di Modena sono prevalentemente basate su motori ed enogastronomia, grazie a marchi e personalità che nel tempo hanno reso famosa la propria terra di provenienza;
- gli strumenti off-line e on-line per il turismo sono funzionali ma ancora non sufficienti, in particolare è necessaria una revisione che uniformi il “claim” su tutti i canali ed i supporti per la comunicazione ed un aggiornamento del portale web Visitmodena che ne semplifichi la visita;
- i social media, strumento fondamentale per la qualificazione della proposta turistica e la social-*reputation* di Modena, sono funzionali ma devono essere potenziati e gestiti in forma più coordinata;
- la promozione e la visibilità mediatica nazionale dell’offerta turistica modenese sono ambiti da potenziare fortemente;
- potenziamento del sistema di accoglienza turistica, composto da IAT, segnaletica e servizi;
- dall’analisi di mercati e target di riferimento emergono interessanti tendenze di e un elenco di prodotti turistici sui quali investire quali: city break (motori, enogastronomia, cultura-storia-architettura), turismo industriale, turismo enogastronomico, turismo della neve, turismo outdoor, turismo musicale;
- l’attuale sistema di governance deve essere aggiornato e sviluppato attraverso una gestione unitaria, con DMO (Destination Management Organization) ed un più strutturato ruolo di Modena quale hub del territorio, in relazione con Aeroporto di Bologna, Stazione TAV e Stazione Mediopadana, finanziati anche attraverso la tassa di soggiorno ed in coordinamento con la Destinazione Turistica Città Metropolitana di Bologna, affinché svolga funzioni di accoglienza turistica, marketing e promo-commercializzazione;

fra gli OBIETTIVI GENERALI si riportano:

- VALORIZZAZIONE: qualificare l'offerta turistica della città e del territorio puntando sulla qualità, l'innovatività, la specializzazione e l'unicità dei prodotti e dei luoghi, che dovranno essere efficacemente integrati e avviati alla promozione e commercializzazione sul mercato nazionale ed internazionale;
- POSIZIONAMENTO E PROMOZIONE: accrescere la competitività del sistema turistico con azioni strutturali sull'offerta turistica e con azioni di marketing e promocommercializzazione efficaci e innovative;
- SEMPLIFICAZIONE: rendere il "sistema delle regole" del turismo locale più efficiente e semplice definendo le innovazioni necessarie di tipo normativo e regolamentare, in collaborazione con gli altri Enti ed Istituzioni e con le associazioni di categoria e gli organismi di rappresentanza degli operatori privati, anche per ridurre gli oneri burocratici a carico degli operatori privati;
- ATTENZIONE ALLA SOSTENIBILITA' AMBIENTALE: accrescere la sensibilità di operatori e turisti e regolare la fruizione da parte dei turisti nazionali ed internazionali affinché la fruizione turistica sia compatibile con la conservazione e la qualità delle risorse ambientali e culturali;
- ATTENZIONE ALLA SOSTENIBILITA' ECONOMICA E SOCIALE E FAVORIRE L'IMPRENDITORIALITA': creare condizioni favorevoli per il consolidamento e lo sviluppo del lavoro, delle imprese turistiche e della filiera, la generazione di nuova imprenditorialità e l'occupazione giovanile per un lavoro etico, sicuro e qualificante, anche attraverso la promozione della digitalizzazione e dell'innovazione delle imprese del sistema turistico, la creazione e il rafforzamento delle reti di imprese e delle filiere, la razionalizzazione e semplificazione dei regimi di sostegno, la programmazione di nuovi investimenti in formazione e sviluppo del capitale umano del settore turistico.

Tutto ciò considerato, si riportano di seguito AZIONI E LINEE GUIDA per la redazione del
PRIMO PIANO PER IL TURISMO A MODENA:

1. definizione e sviluppo della struttura dell'offerta turistica modenese, basata sui tre assi principali motori, enogastronomia, cultura-storia-architettura, completata da

lirica, artigianato locale e turismo esperienziale (montagna, terme, borghi, ville e castelli) cui aggiungere/sostituire proposte turistiche innovative (a titolo esemplificativo si ricorda il FEI – Futute Education Institute, il MASA-Modena Automotive Smart Area, Terre e Ducato Estense, ecc...) che possano compensare nel tempo l'eventuale progressivo esaurimento delle proposte turistiche più tradizionali. La struttura dell'offerta turistica definita dovrà trovare la più ampia condivisione fra gli operatori pubblici e privati, che si rifletterà nella comunicazione, nel marketing e nella promo-commercializzazione;

2. aggiornamento periodico del Progetto di Marketing Turistico del Territorio Modenese con analisi di *audit* di soggetti locali, nazionali, internazionali, con *benchmark* e *sentiment analysis* di strumenti on-line e off-line;
3. definizione della governance e dei processi decisionali, dei metodi di attuazione delle politiche e delle azioni, di analisi e report dei risultati, della programmazione di uso delle risorse umane, strumentali, economico-finanziarie, dei rapporti di collaborazione con Enti ed Istituzioni, dell'interazione con Regione Emilia-Romagna, APT – Agenzia per la Promozione e il Turismo, Destinazione turistica Città Metropolitana di Bologna, Provincia di Modena;
4. formalizzazione di un Tavolo Comunale del Turismo;
5. organizzazione di un'attività di comunicazione omogenea per "Visitmodena – sapori, cultura, motori", in italiano e inglese, che uniformi tutti i canali e gli strumenti di comunicazione, marketing e promo-commercializzazione, pubblici e privati, sia off-line che on-line e sviluppo di una pianificazione su base biennale che orienti operatori nazionali ed internazionali e turisti con pochi, efficaci messaggi, puntando prevalentemente sulla comunicazione digitale, capace di raggiungere il maggior numero di persone e i diversi target;
6. attivazione dei media nazionali su alcuni limitati macro-eventi annuali che contribuiscano ad affermare o consolidare sul piano nazionale e/o internazionale l'immagine di Modena;
7. riqualificazione della rete degli IAT, in coordinamento con gli uffici presenti in provincia, ripensando la presenza fisica degli operatori solo laddove necessario per favorire il potenziamento dello IAT di Piazza Grande, la riqualificazione dello IAT presso la Stazione FS;
8. integrare i servizi e le attività di IAT di Piazza Grande, Spazio URP-InfomaGiovani-Galleria Europa, Ex-Diurno di Piazza Mazzini per il turista;

9. progettazione di pacchetti turistici, anche in collaborazione con i grandi player internazionali, e favorirne la promo-commercializzazione in collaborazione con gli operatori locali;
10. aggiornamento del portale "Visitmodena" e dei relativi social media, che dovranno essere gestiti da un medesimo operatore per raggiungere l'integrazione dei diversi canali e per la programmazione di specifici piani di comunicazione, che prevedano ulteriori produzioni multimediali analogamente a quanto fin qui realizzato;
11. aperture domenicali e festività: attivazione di un gruppo di coordinamento, in collaborazione con le Associazioni Economiche, per favorire le aperture, anche a rotazione in una prima fase, nel rispetto dei tempi di vita e di lavoro degli operatori e dei lavoratori del turismo;
12. presenza di prodotti tipici nei menù dei locali al pubblico: azioni volte a favorire le proposte enogastronomiche a base di prodotti tipici locali, anche attraverso incentivi e con azioni di coordinamento in occasione delle principali manifestazioni ed eventi tematici;
13. il territorio provinciale detiene il primato nazionale per numero di prodotti enogastronomici certificati e riconosciuti, pertanto è necessario attivare azioni di difesa e comunicazione di questo importante obiettivo, anche avviando procedure per il riconoscimento di ulteriori produzioni tradizionali;
14. conoscenza dell'inglese: formazione e sviluppo delle competenze linguistiche minime per operatori, esercenti e commercianti a partire dalla conoscenza dell'inglese di base;
15. competenze digitali e per la gestione dei social media: formazione e sviluppo delle competenze informatiche e ICT per la cura dei siti web aziendali e dei social media, a titolo esemplificativo si ricordano Tripadvisor e Booking.com, e per la gestione dei commenti negativi da parte degli utenti;
16. formazione all'accoglienza turistica in quanto straordinario strumento di marketing per il territorio, cioè ospitalità, cortesia, attenzione al turista e capacità di metterlo a proprio agio, rispondendo ai suoi bisogni, per tutti coloro con i quali venga in contatto (operatori, esercenti, commercianti);
17. azioni a supporto della quantità e qualità dei posti letto e delle strutture di ricettività, sia del settore alberghiero che del settore extra-alberghiero, favorendo nuovi investimenti anche, laddove possibile, per la realizzazione di centri benessere, piscine e spa;

18. sottoscrizione di un accordo con AirB&B per il pagamento della tassa di soggiorno e destinazione dell'importo in attività di promozione digitale dell'offerta turistica;
19. potenziamento dell'accessibilità e dell'accoglienza anche attraverso un nuovo sistema di segnaletica, cartelli, QRcode, city-monitor e sensori IOT (internet of things) e l'istituzione di piazzole per la sosta e la manovra degli autobus, nonché dei percorsi di entrata ed uscita in città e i parcheggi dedicati;
20. oltre al Motor Valley Fest, valutazioni progettuali per un grande evento sull'enogastronomia, capace di far crescere il nome di Modena Capitale del Food a livello nazionale ed internazionale, oltre alla valutazione di "grandi eventi" quali ad esempio Formula E e Roborace;
21. potenziamento dell'Osservatorio Dati per il monitoraggio giornaliero e settimanale, con l'integrazione nel sistema di raccolta di ulteriori soggetti sia pubblici che privati, per la comprensione di trend e fenomeni in relazione al periodo dell'anno, al tempo atmosferico, alla concomitanza con eventi ecc... attraverso la diffusione di sensori conta-persone già installati su numerosi monumenti;
22. ampliamento dell'Acetaia Comunale con un percorso circolare comprendente anche una parte di introduzione e narrazione del processo produttivo;
23. completamento dello spazio del cosiddetto Ex-Diurno di Piazza Mazzini per servizi al cittadino e al turista con VisitModena Point;
24. sviluppo di spazi dedicati alla promozione di offerte turistiche per enogastronomia e motori e maggiore caratterizzazione degli eventi culturali a fini turistici;
25. attivazione di collaborazioni strutturali con blogger, influencer ed operatori specializzati sul turismo, organizzazione periodica di educational tour, specialmente con comunicatori digitali, partecipazione a fiere;
26. realizzazione di prodotti di marketing e gadgets (t-shirt, felpe, cappellini, shopper in tessuto, tazze ecc...) e vendita anche attraverso e-commerce, sviluppo di ulteriori azioni come gamification, raccolte a premi;
27. incentivazione dell'apertura di negozi di prodotti tipici;
28. ulteriori azioni di collaborazione con i taxisti per l'offerta di pacchetti di trasporto al turista comodi e convenienti;
29. campagna di promozione turistica destinata ai modenesi, a partire dalle scuole, per accrescere la consapevolezza della trasformazione in realtà turistica del nostro territorio e per far sì che tutti possano cogliere l'opportunità lavorativa, professionale ed imprenditoriale dello sviluppo turistico;

30. sviluppo di applicativi e collaborazione con soggetti pubblici e privati per la raccolta di dati (in formato big data e per la profilazione) con l'obiettivo di migliorare i tempi e le modalità dell'offerta in relazione alle esigenze e alle preferenze del turista;
31. potenziamento della collaborazione con i vettori turistici quali, ad esempio, Aeroporto Marconi di Bologna, Stazione TAV, Stazione Mediopadana, agenzie di trasporto su gomma e attivazione sistematica di convenzioni e partnership con agenzie di viaggio e operatori nazionali ed internazionali;
32. realizzazione del vademecum BENVENUTO TURISTA, in italiano e in inglese;
33. realizzazione del vademecum BENVENUTO STUDENTE, in italiano e in inglese;
34. attivazione di una CARD DEL TURISTA – TOURIST CARD con servizi pre-caricati quali, ad esempio, biglietto unico Sito Unesco, uso del trasporto pubblico locale, sconti taxi, sconti per ricettività convenzionata;
35. realizzazione di percorsi semplificati per l'organizzazione di congressi e grandi convegni, con l'obiettivo di incentivare questa forma di turismo dall'importante valenza di marketing;
36. kit-facsimile per prodotti grafici, da realizzarsi a cura dei privati sulla base di un regolamento di utilizzo, personalizzabili dai singoli operatori, esercenti, commercianti per la divulgazione delle mappe turistiche e delle principali informazioni al turista anche attraverso il proprio esercizio commerciale o locale;
37. azioni a favore degli eventi con valenza turistica come parziale o totale esenzione TOSAP per le prime edizioni delle manifestazioni;
38. attivazione di una collaborazione con le edicole quali punti di informazioni e di accoglienza turistica diffusi sul territorio, con la realizzazione di corner ed espositori per prodotti cartacei e con l'organizzazione di corsi di formazione specifici per l'accoglienza turistica.



COMUNE DI MODENA

**PARERE DI REGOLARITA' TECNICA
SETTORE ECONOMIA, PROMOZIONE DELLA CITTA' E SERVIZI
DEMOGRAFICI**

OGGETTO: PRIMO PIANO PER IL TURISMO A MODENA - LINEE GUIDA

Si esprime il parere FAVOREVOLE in ordine alla regolarità tecnica della presente proposta di deliberazione n. 1415/2019, attestante la regolarità e la correttezza dell'azione amministrativa, ai sensi degli artt. 49, comma 1, e 147 bis, comma 1, del T.U. n. 267/2000 ordinamento EE.LL.;

Modena li, 06/05/2019

Sottoscritto dal Dirigente
(GUERRA PATRIZIA)
con firma digitale



COMUNE DI MODENA

**ATTESTAZIONE DI COPERTURA FINANZIARIA
Settore Risorse Finanziarie e Affari Istituzionali**

OGGETTO: PRIMO PIANO PER IL TURISMO A MODENA - LINEE GUIDA

NON si attesta l'esistenza della copertura finanziaria della spesa relativa alla presente proposta di deliberazione n. 1415/2019, ai sensi degli artt. 147 bis, comma 1, e 153, comma 5, del T.U. n. 267/2000 ordinamento EE.LL., in quanto NON RICHIESTA.

Modena li, 06/05/2019

Sottoscritto dal Dirigente
(STORTI STEFANIA)
con firma digitale



COMUNE DI MODENA

PARERE DI REGOLARITA' CONTABILE Settore Risorse Finanziarie e Affari Istituzionali

OGGETTO: PRIMO PIANO PER IL TURISMO A MODENA - LINEE GUIDA

Si esprime parere FAVOREVOLE in merito alla regolarita' contabile della presente proposta di deliberazione n. 1415/2019, ai sensi degli artt. 49, comma 1, e 147 bis, comma 1, del T.U. n. 267/2000 ordinamento EE.LL.

Modena li, 06/05/2019

Sottoscritto dal Dirigente
(STORTI STEFANIA)
con firma digitale



COMUNE DI MODENA

ATTESTAZIONE DI AVVENUTA PUBBLICAZIONE

Deliberazione di Giunta n. 262 del 07/05/2019

OGGETTO : PRIMO PIANO PER IL TURISMO A MODENA - LINEE GUIDA

La presente Deliberazione è stata pubblicata all'Albo Pretorio di questo Comune per quindici giorni consecutivi a decorrere dal 14/05/2019 ed è divenuta esecutiva ai sensi dell'art. 134, comma 3, del T.U. n. 267/2000 ordinamento EE.LL. dal 25/05/2019

Modena li, 30/05/2019

**II SEGRETARIO GENERALE
(DI MATTEO MARIA)
con firma digitale**