



30/12/13  
PROMOVIOUS

ENTE PARCO NAZIONALE

Foreste Casentinesi  
Monte Falterona – Campigna  
Prot. N. 0006168 del 30-12-2013  
Cat. 11 Cl. 8 Fasc. 2



## Curriculum Vite: Unione di Prodotto Appennino Verde

1998 - L'Unione Appennino Verde è stata istituita dalla Regione Emilia Romagna nell'ambito della legge regionale 7/98 successive modifiche; la legge che norma l'ORGANIZZAZIONE TURISTICA REGIONALE – gli INTERVENTI PER LA PROMOZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE TURISTICA. Essa rappresenta nell'ambito promozione turistica il soggetto deputato alla realizzazione di progetti di promozione territoriale. La legge regionale regolamenta la promozione turistica regionale tramite 4 Unioni di Prodotto che unitamente ad APT Servizi si occupano di rafforzare la promozione dei territori unitamente a quella dei prodotti. Per la promozione delle aree montane e naturalistiche la regione Emilia Romagna ha creato l'Unione di prodotto Appennino e Verde, associazione riconosciuta dalla legge succitata che prevede la collaborazione e l'associazionismo di soggetti che a vario titolo (sia pubblici es. i Parchi nazionali e regionali, sia privati es. club di prodotto che operano nelle aree dell'entroterra regionale) operano in aree dove la promozione turistica regionale necessita una maggiore concertazione dei soggetti pubblici e soggetti privati al fine di individuare delle filiere produttive di prodotto, incrementare le performances di quei territori e favorire la creazioni di sistemi turistici che dialoghino con i soggetti deputati a livello regionale.

La sede legale dell'Unione Appennino Verde è a Modena, mentre l'attività organizzativa e operativa è svolta da APT Servizi, sede di Bologna. La collaborazione con APT Servizi è stata fondamentale in quanto essa ha saputo supportare e affiancare l'Unione non solo in una logica di mero servizio ma di professionalità e di attenzione all'ottenimento dei risultati per gli operatori economici non solo soci ma dell'intero sistema interno regionale, complesso anche nella sua parcellizzazione.

Dal 1998 al 2012 l'Unione Appennino e Verde ha presentato e realizzato i propri programma annuali di promozione turistica ed è stata l'Unione di Prodotto tra quelle regionali che ha raggiunto i risultati maggiori, aumentando il numero dei soci, aumentando il numero dei progetti a co finanziamento e rinnovando la sua promozione evolvendo dall'utilizzo del mezzo cartaceo a quello web.

2007 –Tutta l'attività dell'Unione Appennino e Verde è stata trasferita alla Apt Servizi, compreso tutta la gestione amministrativa. Si può ben evidenziare il rinnovamento generale del programma dell'Unione Appennino e Verde ha favorito un rafforzamento della comunicazione e delle azioni dei soci a servizi dei soci e dei loro prodotti, 10 progetti a co finanziamento presentati sulla legge 7 che esprimono un'attività dinamica dell'Unione che ha raggiunto le performances di altre unioni dell'entroterra con una difficoltà reale rappresentata dalla "debolezza" dei soci pubblici che in questi ultimi anni hanno subito una serie di modifiche ed accorpamenti rendendo difficile la riscossione dei crediti essendo modificate le ragioni sociali e gli assetti generali regionali. Nel corso del 2013 la componente di parte privata ha registrato 3 nuove adesioni di due soggetti pubblici ed uno privato. La compagine associativa dell'Unione di Prodotto risulta composta da 55 Soci, nello specifico 20 Soci pubblici e 35 Soci privati.

2011-Dall'anno 2011, l'Unione di Prodotto Appennino e Verde ha consolidato la sua attività promozionale affiancando attivamente i soci/operatori nella realizzazione delle attività ed iniziative territoriali. Con la realizzazione degli Osservatori del Turismo Montano e del Turismo Giovanile ha ideato dei progetti innovativi instaurando delle iniziative di co marketing con soggetti proponenti turismi tematici affini. La compagine sociale infatti si è rinnovata, sono stati eliminati quei soggetti che non operavano attivamente e non partecipavano alla vita associativa dell'Unione, mentre sono stati rafforzati quei soci che hanno saputo rinnovare l'offerta e hanno saputo non solo creare nuove opportunità turistiche ma sono stati pronti presentarsi sui mercati internazionali con un prodotto nuovo e di sistema. Non solo Turismo bianco ma Turismo verde con l'attività promozionale collegate all'Alta Via dei Parchi, che ha messo in rete gli operatori del crinale dell'appennino per promuovere offerte mirate alla promozione commerciale del prodotto trekking con un collegamento anche alla bassa montagna ed alle offerte commerciali collegate alle vie storiche al fine di proporre un prodotto Trekking valido per tutto l'anno e per tutte le stagioni in ottica di creazione di un prodotto "Montagna Sempre".

2012: In sintesi possiamo riassumere che l'Unione ha realizzato una giusta razionalizzazione delle risorse instaurando delle collaborazioni fattive con i territori e con i suoi soci:

-Straordinario successo della Giornata Verde che in sinergia con la primavera slow è diventato un evento di sistema e di celebrazione del turismo lento e delle tematiche di fruizione dolce del territorio a piedi, in bicicletta, in nave...;



**-Montagna sempre** con lo sviluppo del prodotto Trekking e promo commercializzazione dell'Alta Via dei Parchi in collaborazione con il servizio risorse ambientali della regione Emilia Romagna e con quegli operatori Promappennino, Appennino slow, Consorzio della montagna bolognese che hanno messo in filiera un prodotto unico che dall'escursionismo ha avuto la forza di creare un prodotto trekking pluri giornaliero ed in grado di aggredire in modo professionale i mercati stranieri, offrendo la loro professionalità anche a territori dove l'attività dei club di prodotto non è ancora matura fornendo un'importante azione di sostegno;

**-Montagna toscano-emiliana** promozione e immagine coordinata unica dell'appennino bianco "*White is funny*" con la creazione di un unico dominio sciabile per dare un'immagine nuova e divertente delle attività sportive montane oltre lo sci e non solo sci;

**- Comunicazione rinnovata** collegata alla promozione tramite internet, news letter elettronica per una continua fidelizzazione degli abbonati, la web tv con una presenza continuativa sui territori e la valorizzazione delle attività dei soci.

**2012** -Nel 2012 l'Unione di Prodotto Appennino Verde ha saputo risollevarsi il comparto fornendo quella collaborazione fattiva territoriale per fronteggiare la crisi sapendo rinnovare taluni strumenti della comunicazione e instaurando rapporti di collaborazione proficui con regioni con prodotti turistici affini quali la Toscana e instaurando rapporti di collaborazione con i servizi regionali, condividendo con le altre Unioni di prodotto la realizzazione di progetti trasversali mantenendo tuttavia la sua unicità nella promozione sui mercati interni per difendere e presidiare il posizionamento sui mercati interni e ha saputo essere al fianco dei suoi operatori in questo difficile momento storico ed ha realizzato un processo di internazionalizzazione sui mercati esteri con gli operatori più pronti, con eccezionali risultati dalla presenza in Gran Bretagna.

I dati che sono stati registrati a luglio evidenziano infatti un segnale positivo ed una crescita del + 7% dell'appennino; la crisi ha probabilmente favorito quei territori dove la politica dei prezzi concorrenziali ha anche permesso insieme ad una promozione continua di registrare queste performances soddisfacenti. Naturalmente i risultati non sarebbero stati così interessanti se non ci fosse stato il lavoro di ascolto ed il gioco di squadra che l'Unione ha stabilito nel corso degli ultimi anni con gli operatori, senza tralasciare le sinergie possibili con altri soggetti regionali e extra regionali.

Anche nel 2012 l'Unione di Prodotto ha consolidato un importante sistema di ascolto e relazione con i territori, svolgendo il proprio ruolo di raccolta delle indicazioni, condivisione dei progetti e definizione delle azioni.

Questa pianificazione dei lavori si è distinta per diversi fattori:

- ha visto il coinvolgimento di tutti i Soci sia in fase di programmazione che di realizzazione;
- ha coinvolto la componente associativa nella definizione delle strategie di carattere generale e nel successivo approfondimento di tipo operativo;
- ha qualificato l'attività promo-commerciale dell'Unione;
- ha saputo garantire un riscontro continuo con il mercato, attraverso la partecipazione attiva degli operatori in contatto diretto con la domanda interna ed estera con azioni di scouting realizzate ad hoc.

Un percorso di condivisione degli obiettivi, delle strategie e degli strumenti, che ci auspichiamo possa continuare nel futuro ad orientare l'ente verso una programmazione di qualità incrementale.

Con questa strategia l'Unione Appennino Verde ha valorizzato l'offerta commerciale, favorendo la crescita delle Aggregazioni private socie insieme a quella dei Soci pubblici, in un percorso di sviluppo partecipato e reciproco. In conclusione di questa presentazione, l'Unione Appennino e Verde può evidenziare un'attività positiva ed anche di found raising che le ha consentito la realizzazione delle proprie attività ad unico beneficio dei soci con i quali le azioni sono state concertate e pensate.

**2013** - Per il 2013, la Regione Emilia Romagna ha premiato l'attività messa in campo ed i positivi risultati scaturiti da un'attività che si è risanata con disponibilità minime e apprezzare anche concretamente l'attività promozionale che ha



saputo creare una promozione eccellente del prodotto invernale ed una altrettanto valida con buone performances del prodotto verde non solo con l'obiettivo della destagionalizzazione ma della penetrazione dei mercati stranieri.