

EDITORIALE

IL PROGRAMMA TURISTICO DI PROMOZIONE LOCALE 1999

Dopo l'esperienza quinquennale dei Programmi Turistici Provinciali, si è passati quest'anno al nuovo Piano di promozione locale, che interpreta per la prima volta funzioni e ruoli della modificata organizzazione turistica regionale.

La recente riforma legislativa ha spostato l'attenzione dal concetto geografico di promozione del territorio e delle destinazioni al concetto di mercato, valorizzando i prodotti. Il mutato approccio complessivo alla materia turistica si è espresso nella configurazione di rapporti sempre più integrati tra operatori privati e istituzioni, formalizzati nell'ambito dell'Agenzia regionale e delle Unioni di prodotto. Il Programma Locale assume come quadro di riferimento questa realtà articolata e complessa, in cui intenti e linee strategiche sono condivisi e concertati da una molteplicità di soggetti pubblici e dai privati associati (approdati alla gestione della promozione turistica).

L'integrazione fra promozione e commercializzazione, l'individuazione di programmi e investimenti che aggiungano attrattiva all'offerta turistica, l'aumento della quota di turismo delle città d'arte e d'affari, il riposizionamento dell'Appennino sono obiettivi del Piano regionale che trovano riscontro nel Piano modenese, particolarmente nel progetto di promozione e animazione del comprensorio del Cimone (proposto dal Consorzio di promo - commercializzazione dell'Appennino modenese - Le valli del Cimone), nel progetto di promozione e animazione dell'area fra il Reno e il Panaro (proposto da Promoappennino), nel progetto per la promozione dell'Aceto Balsamico tradizionale di Modena (proposto dal Comune di Modena), nei progetti di promozione del Sistema Museale integrato, del sistema dei sentieri di interesse storico e religioso, dei parchi e delle aree protette (coordinati dalla Provincia).

Il modello dell'integrazione e del raccordo si sviluppa, a livello regionale, non solo ponendo in relazione i diversi soggetti, ma anche intersecando diversi comparti, con una serie di progetti e azioni trasversali ai prodotti turistici principali, quali l'enogastronomia, gli eventi, lo sport e il turismo all'aria aperta, i luoghi della cultura, il giubileo 2000.

Sono temi reinterpretati a livello locale per stimolare e fare crescere - accanto alle vacanze tradizionali - soggiorni brevi, visite di istruzione, vacanze a tema e di nicchia. In questa ottica, il Sistema Museale costituisce una risorsa preziosa, che può essere coniugata con la promozione dell'ambiente, della natura e dello sport.

Il cambiamento dell'impostazione dell'organizzazione turistica, la definizione di ruoli distinti fra istituzioni e imprese turistiche ma raccordati in virtù del comune interesse a migliorare la qualità e la competitività del sistema territoriale, non bastano tuttavia a garantire l'andamento positivo dei flussi turistici. I trend risultano infatti influenzati in modo rilevante non solo dall'efficacia promozionale, ma anche dai mutevoli stili di vita e dall'evolversi delle esigenze turistiche. La capacità di adattamento dell'offerta ai cambiamenti della domanda e la propensione all'innovazione sono fattori di fondamentale importanza per lo sviluppo del settore: da analisi e consuntivi della Regione risultano premiati gli operatori che hanno investito nella riqualificazione e rafforzato i relativi comparti.

Il miglioramento globale della struttura ospitale, dell'accoglienza e dei servizi locali (con l'introduzione di veri e propri marchi di qualità), la competitività dei prezzi, la personalizzazione del rapporto con il cliente, l'affermazione delle diverse e specifiche identità turistiche territoriali, l'armonia del paesaggio e la vitalità dell'ambiente, rappresentano leve indispensabili per rendere efficace lo strumento della promozione.

Su questi temi, il confronto dell'Assessorato al Turismo con i diversi interlocutori è aperto da lungo tempo e continuerà con impegno.

Arch. Alberto Mazzoni

Assessore per la Cultura, i Parchi, il Turismo, lo Sport e l'Associazionismo della Provincia di Modena

2
LIBRI

3
EDITORIALE

Il programma turistico di promozione locale 1999

4

MODENA CAPITALE

Otto secoli di storia
Arte in Convento



6

MODENA CAPITALE

Il Tesoro degli Estensi



7

CULTURA

Andar per rocche e musei

8

FESTIVITÀ

I Presepi della tradizione

10

MUSEI

Il museo dei Pio
Ugo da Carpi e il nuovo
museo della Xilografia

12

MOSTRE

Nereo Annovi
Pompeo Vecchiati



13

CARTELLONE

Fiere d'inverno

Prosa

Teatro ragazzi

Teatro dialettale

Le feste di Babbo Natale
e della Befana

Musica e balletto

I concerti di Natale

Mostre



Sport

21

SPORT

Lotta di campioni

22

TURISMO INVERNALE

Cimone, una stazione
di qualità



24

TURISMO INVERNALE

A Casa Biondini

25

TURISMO

Unione Appennino e Verde

26

ITINERARI

Rocca Santa Maria

28

GASTRONOMIA

Ambasciatori a tavola

29

CULTURA

30

TURISMO

31

AMBIENTE