

E' partecipata da Camera di Commercio, Comune e Provincia di Bologna

Promobologna crescerà

Tre anni per l'agenzia di marketing territoriale

BOLOGNA
di Dario Lodi

PromoBologna, l'agenzia di marketing territoriale partecipata da Camera di Commercio, Comune e Provincia di Bologna e dalle associazioni dei comuni dell'area metropolitana, ha approvato il bilancio e la relazione sulle attività 2008. Si chiude così il primo triennio pienamente operativo di PromoBologna (2006-2008) e del Consiglio di amministrazione presieduto da Susanna Zucchelli. Il bilancio 2008 dell'agenzia, che opera per statuto senza finalità di lucro, ha chiuso regolarmente in pareggio con un valore delle attività svolte pari a 803 mila euro. Le attività in oggetto sono state realizzate con il contributo dei soci e di partner privati che hanno aderito a singole iniziative legate agli eventi internazionali organizzati e promossi da PromoBologna. Le attività portate a termine nel corso dell'anno hanno avuto prevalentemente valenza internazionale allo scopo di promuovere le eccellenze economico-produttive e i principali progetti dell'area metropolitana e per potenziare l'attrattività del territorio attraverso azioni di marketing territoriale.



Il portale PromoBologna

“Farci conoscere nel mondo con iniziative selezionate e mirate, facendo leva sulle sinergie di sistema del territorio e tenendo conto di risorse limitate, è una sfida possibile - ha detto il Direttore dell'agenzia Giuseppina Gualtieri - il programma 2009, già approvato dai soci, è stato predisposto per dare continuità al lavoro avviato e dedica un impegno particolare per l'organizzazione della partecipazione di Bologna all'Expo 2010 di Shanghai. Un evento che sarà ancora più importante se riuscirà a diventare l'emblema, come sostengono molti esperti internazionali, di

una fase di ripresa economica”.
L'agenzia ha offerto al territorio, a interlocutori pubblici e privati, in questi tre anni, non solo analisi di settore, materiali e strumenti efficaci di supporto per azioni di promozione internazionale, ma ha riunito soggetti pubblici e privati nel Bologna System presentando così all'estero un territorio-sistema - ha spiegato il Presidente Susanna Zucchelli -. Per fare tutto ciò l'agenzia ha operato con una struttura snella che svolge le attività di promozione economica e marketing territoriale coordinandosi e supportando le istituzioni locali”.

