

Territorio Turistico Bologna-Modena

Verbale Tavolo Turistico dell'Area Imolese

16 settembre 2022

Inizio: 11:45

Fine: 13:00

Partecipanti: 27

Referente di Bologna Welcome per il Tavolo: Isabel Elmi

Coordinatrice del Tavolo: Rita Lugaresi

Il tavolo si è svolto in modalità virtuale ed è stato coordinato in collaborazione da Isabel Elmi per Bologna Welcome e da Rita Lugaresi, referente del Tavolo del turismo del Circondario Imolese. L'invito a partecipare è stato esteso anche a diversi operatori turistici del territorio.

L'Ordine del Giorno dell'incontro è stato:

- . Condivisione bozze PTPL e PPCT 2023;
- . Aggiornamento su Fantastika e presentazione del Cammino dell'Anello;
- . Presentazione rievocazione storica Il Barbarossa di Medicina;
- . Presentazione percorso cicloturistico permanente di Imola;
- . Aggiornamento su Bacchanale;
- . Aggiornamento sull'attività di eXtraBO e presentazione nuovo sito;
- . Progettualità varie;
- . Varie ed eventuali.

Introduzione

Il Presidente del Territorio Turistico Bologna-Modena Mattia Santori saluta e ringrazia tutti i presenti al Tavolo; precisa che la programmazione 2023 include tutto il Territorio Turistico Bologna-Modena tramite iniziative congiunte che vertono su un territorio più ampio e quindi con un'informazione turistica sempre più capillare e coordinata.

Isabel Elmi (eXtraBO) informa i partecipanti che l'incontro sarà registrato.

La Consigliera metropolitana delegata al turismo Barbara Panzacchi ringrazia per la partecipazione al Tavolo; introduce gli interventi che nel prossimo autunno troveranno attuazione e compimento, delineati nel PTPL e PPCT, strumenti fondamentali per la promozione e promo-commercializzazione dei prodotti turistici locali.

Il PPCT (Programma di Promo-Commercializzazione Turistica) trae le disamine dei flussi turistici delle dinamiche del turismo a livello internazionale e porta avanti delle linee di promo-commercializzazione del territorio, a cui Bologna Welcome e Modenatur hanno lavorato congiuntamente.

Il PTPL (Programma Turistico di Promozione Locale) verte sullo sviluppo dei punti di informazione. Il 2023 sarà un anno di transizione, che porterà poi al 2024 la vera e propria applicazione della riforma regionale sul tema degli Uffici di informazione turistica.

Accenna alle iniziative territoriali in oggetto del Tavolo; dà merito a eXtraBO per il premio internazionale aggiudicatosi; lascia infine la parola a Michelangelo Stanzani (Territorio Turistico Bologna-Modena) per la spiegazione specifica dei contenuti dei programmi.

Aggiornamento PTPL e PPCT 2023

Michelangelo Stanzani (Territorio Turistico Bologna-Modena) saluta e ringrazia aggiornando sullo stato dei due programmi.

Il Programma Turistico di Promozione Locale è per la prima volta unico per Bologna e Modena. Viene spiegato il contenuto del bando in cui si tratteggiano le regole per gli operatori pubblici e privati, e per gli uffici di informazione per poter accedere ai contributi regionali. Quest'anno ci sarà un'unica commissione che valuterà i progetti secondo i criteri previsti dal bando e che darà vita a due graduatorie, la prima per il territorio modenese con delle risorse che la Regione Emilia-Romagna destina alla provincia di Modena, e la seconda riferita al territorio bolognese con le risorse che la Regione eroga alla Città Metropolitana di Bologna.

Rispetto al budget, ci si aspetta che rimanga invariato sui 400.000,00 euro per il 2023 per l'ambito territoriale bolognese divisi più o meno al 50% sull'Ambito I "Servizi turistici di base dei Comuni e delle Unioni" e sull'Ambito II "Iniziative di promozione turistica di interesse locale".

Sulla base del nuovo bando, che uscirà circa a metà ottobre e si chiuderà a metà novembre, il progetto presentato sarà approvato e validato entro la fine dell'anno, e poi consegnato alla Regione perché metta a disposizione le risorse che servono per la sua effettiva realizzazione.

A questo segue la parte di intervento dedicato alle novità che apporteranno i due programmi.

Relativo all'ambito dell'informazione turistica, il 2023 rappresenta un anno di passaggio e di maggior coordinamento territoriale che sarà utile per l'anno successivo quando saranno vigenti le nuove regole che la Regione Emilia-Romagna sta valutando di introdurre a partire dal 2023.

Innovazioni inerenti all'informazione turistica

Le novità più significative riguardano l'Ambito I che è quello degli uffici di informazione, in quanto, si è orientati verso un modello che punta ad avere solo uffici di informazione turistica altamente specializzati, impegnandosi a tenere viva una rete di punti informativi su un territorio più vasto rispetto a quello del comune presso cui hanno sede.

Gli uffici potranno essere di varia natura: temporanei, digitali, welcome room e diffusi tutti inseriti in una logica di coordinamento con il proprio IAT-R, che rivestirà un ruolo molto più qualificato e a cui saranno affidati compiti più decisivi sia per quanto riguarda la prenotazione di servizi turistici sia per la parte di redazione locale in ambito promozionale. Si afferma, quindi, che per rafforzare la promozione di tutto ciò che può interessare i Comuni avverrà un collegamento dei siti di destinazione, tra cui Bologna Welcome, eXtraBo ed il SITUR.

Nell'Ambito I, qualora uno IAT voglia presentare un progetto, dovrà collaborare con i comuni limitrofi che non dispongono di un servizio sovracomunale e veicolare, tramite il suo ufficio, le promozioni delle iniziative degli stessi.

Fino al 2023, gli uffici UIT ancora esistenti collaboreranno con gli uffici IAT del territorio e con gli altri uffici UIT sempre a livello circondariale.

Innovazioni inerenti ai progetti di formazione

Nell'Ambito II permane il criterio della sovracomunalità per i comuni sotto i 50 mila abitanti, con lo scopo di valorizzazione e coordinare le diverse realtà del territorio in un impegno comune nella promozione turistica dei singoli progetti.

Nell'Ambito II, dovrà essere presentato un soggetto capofila e una relativa dichiarazione da parte degli altri comuni collaboranti, di avvenuta partecipazione al progetto.

In termini organizzativi, si chiede di utilizzare le risorse regionali per promuovere sempre di più la collaborazione e la messa in rete dei vari territori a livello metropolitano.

La bozza del bando sarà diffusa tramite tutti i soliti canali a partire dal momento in cui sarà stata approvata con Atto sindacale, mentre il piano di promozione è già stato inviato e successivamente presentato da Claudia Capelli (Bologna Welcome). È possibile presentare eventuali osservazioni entro la mattina del 26 settembre.

Si aggiunge che nel bando PTPL 2023 è presente in premessa un quadro di riferimento normativo e gli obiettivi previsti per il 2023, quindi si esorta a leggere la prima parte del documento per seguire queste indicazioni e così ottenere un punteggio maggiore.

Capelli ricorda che la proposta 2023 elaborata dalle DMO locali è stata inviata la mattina stessa dello svolgimento del Tavolo. Tali enti hanno redatto Linee strategico-programmatiche in premessa alla progettualità 2023 espressa dal Programma Turistico di Promozione Locale e dal Programma di Promo-Commercializzazione Turistica. Queste individuano i temi trasversali al Territorio Turistico Bologna-Modena, integrati dalle linee di prodotto dei rispettivi ambiti territoriali. In base a questo vengono declinate le azioni di promo-commercializzazione e i mercati obiettivo.

Il quadro di riferimento è stato ottenuto da analisi approfondite dal contesto, analisi di dati sull'andamento turistico e sulle principali tendenze, ovvero quei fenomeni strategici in vista di pianificazione futura. Da questa analisi, scaturiscono le individuazioni di quelli che sono i mercati-target individuati per l'azione di promo-commercializzazione:

- . mercato nazionale in un'ottica di fidelizzazione;
- . mercati internazionali di prossimità, per consolidare il posizionamento della destinazione rispetto agli stessi;
- . mercati di lungo raggio, soprattutto gli Stati Uniti, con progetti in grado di declinare le tematiche trasversali all'area turistica vasta.

Dalle analisi emerge un allungamento del soggiorno, non più legato alle normative date a contenere la pandemia ma proprio ad un mutamento di comportamento del turista internazionale (componente iberica 9% in più rispetto al 2019) e quello nazionale.

Elenca i temi trasversali:

- . **Special Interest – Motori.** Si coinvolgono i brand territoriali così come gli autodromi, in particolare Enzo e Dino Ferrari - Motorvalley di Imola;

- . **Food&Wine** è valorizzato anche nel 2023 con un approccio esperienziale adottato dalle DMO territoriali, unendo il prodotto e l'esperienza sotto forma di partecipazione attiva dei turisti nelle aree di produzione. Si riporta l'esempio dell'Associazione dell'olio del Comune di Castel San Pietro Terme;
- . **Cultura** vede come protagonisti i borghi, castelli, ville d'epoca e i capoluoghi Bologna e Modena con valorizzazione in chiave turistica del patrimonio UNESCO, aspetto caratterizzante dell'intera area turistica vasta.

Accanto ai temi trasversali, vengono integrate le linee di prodotto degli ambiti territoriali di riferimento:

- . **Sport.** A fronte di un progressivo consolidarsi del posizionamento del Territorio Turistico Bologna-Modena come destinazione per lo sport, tale linea si traduce nella promozione coordinata e congiunta di eventi sportivi che il territorio è in grado di attrarre grazie alla dinamicità delle società sportive e alla ricchezza degli impianti che può offrire;
- . **Natura e Benessere** mette a sistema quei servizi che permettono la fruizione dell'eccellenze del sub-ambito locale imolese. Si accenna al Parco Regionale della Vena del Gesso e al sistema termale, nell'accezione wellness, più apprezzata da un punto di vista turistico, come ad esempio quella di Castel San Pietro Terme.

L'individuazione dei temi e delle linee di prodotto è propedeutica alla declinazione delle azioni di promo-commercializzazione turistica, le quali variano in base al prodotto. Si punta maggiormente alla partecipazione in fiere, eventi del settore e sui Fam Trip, rispettivamente con lo scopo di mettersi in contatto con gli operatori turistici e a concretizzazione di questo in un potenziale accordo commerciale, tramite la scoperta del territorio stesso e dell'offerta turistica, permettendo che la destinazione venga inclusa nei loro cataloghi.

Presenta il calendario proposto di carattere centralista ma anche di nicchia, per raggiungere in modo efficace ed efficiente i mercati target.

La gestione avviene in maniera coordinata grazie alla centralità di eXtraBO nella partecipazione e nell'attuazione della progettualità per creare un coordinamento tra l'ambiente territoriale e le cordate. È un partenariato che si traduce nella definizione congiunta dei prodotti, dalla promo-commercializzare alla partecipazione attiva nelle fiere per promuovere i prodotti dell'ambito rappresentati.

Si afferma la volontà di progettare 10 Fam Trip nel 2023, con almeno 4 di essi legati ai temi trasversali che caratterizzano l'area vasta.

Legate alle azioni di comunicazione, saranno organizzati dei press trip grazie ai quali i media operator saranno coinvolti in esperienze che il territorio metterà a sistema, affinché, attraverso spazi di carattere pubblico redazionale, raccontino la loro esperienza al pubblico finale. I press trip previsti nel 2023 sono un centinaio, tra cui influencer, media operator, che parlano attraverso strumenti non tradizionali ma comunque di grande interesse per il pubblico.

Tra le altre strategie c'è l'obiettivo di fondere la conoscenza di elementi unitari, il cosiddetto *awareness*, insieme a quelli di carattere commerciali. Ne è un modello il portale ufficiale bolognawelcome.com dove la struttura soddisfa il turista nel carattere informativo, conoscitivo e altri servizi connessi che il turista può comprare. Un'altra struttura-tipo è il neonato sito di eXtraBO.com dove, per andare incontro all'esigenza del turista in esperienze extraurbane, sono state declinate le esperienze legate al trekking, al biking e all'e-biking.

Per comunicare al pubblico di riferimento, la redazione centrale di Bologna Welcome gestisce quotidianamente i canali social proprietari (Facebook, Instagram, Twitter, Telegram) e campagne di digital advertising, articolandosi in azioni di posizionamento sui motori di ricerca e su post sponsorizzati sui social media Facebook e Instagram.

Si utilizzano anche strumenti di comunicazione più tradizionali, contenuti e fotografie cartacei, realizzati tramite un'immagine turistica coordinata, in fase di definizione, che permetta una maggiore riconoscibilità quando ci si rivolge ai mercati target.

Prima di chiudere, si accenna la partecipazione dei privati al programma 2023. I privati, interessati ad accedere al bando regionale rivolto ai progetti di promo-commercializzazione turistica e progetti di co-marketing, sono tenuti a manifestare il proprio interesse con l'adesione di livello 1 e versando una quota pari a 300,00 euro.

Mentre per il livello 2, la quota è gratuita per i partecipanti con adesione di livello 1 ma bisogna specificare la richiesta, che verrà successivamente verificata dalla Città Metropolitana di Bologna, dalla Provincia di Modena, dalle DMO territoriali e dal vicecoordinatore della Cabina di Regia.

Si ritiene necessaria la loro partecipazione perché rappresenta l'opportunità di un coinvolgimento fattivo nelle fasi di analisi, programmazione e attuazione delle azioni attraverso i gruppi di lavoro.

Aggiornamento su Fantastika

Il Sindaco di Dozza con delega al Turismo per il Circondario Imolese, Luca Albertazzi, interviene per sottolineare l'importanza dei temi precedentemente trattati; il Consigliere comunale e direttore artistico Ivan Cavini espone gli aggiornamenti su Fantastika e il Cammino dell'Anello.

Cavini introduce la sesta edizione (terza biennale) di Fantastika, manifestazione nata nel 2014 in collaborazione con il Comune di Dozza, il Patrocinio della Camera di Commercio di Bologna, Bologna Welcome, i Comuni di Castel Guelfo e di Medicina, Lucca Comics & Games e altre realtà territoriali.

Fantastika vuole parlare di fantasy soprattutto per gli appassionati della fascia young-adult. Con il drago si va a rompere il muro immutabile della tradizione dozzese dei dipinti, permettendo la coesistenza delle peculiarità delle due biennali contemporaneamente. Mentre il Muro Dipinto si concentra sull'arte, Fantastika si dedica all'illustrazione, dando luce a testi letterari.

In linea con il suo spirito, Fantastika permette di inserire nel settore alcuni colleghi del mondo fantasy, tra cui Lucca Comics & Games, interessato a portarla in molti altri borghi della Toscana e delle Marche.

L'ampia rete di collaborazioni rende Fantastika un importante uno dei più importanti raduni dei grandi professionisti fantasy presenti in tutto il mondo.

Presentazione della Ciclovia del Santerno

Il Sindaco di Imola Marco Palmieri, dopo aver salutato i partecipanti e ringraziato il Territorio Turistico per il percorso portato avanti in questi anni al fine di creare l'area vasta che ad oggi va da Imola fino a Modena, presenta la Ciclovia del Santerno, quale importante tragitto inserito nella natura e allo stesso tempo, nella rete più ampia delle ciclabili bolognesi, che attraversa anche l'Autodromo Enzo e Dino Ferrari – perno della Motor Valley di Imola.

La Ciclovia è lunga 44 km e collega Mordano a Castel del Rio, affacciandosi al Parco della Vena del Gesso, patrimonio dell'UNESCO. Sono stati creati un sito internet e un opuscolo in collaborazione con Città Metropolitana e Territorio Turistico Bologna-Modena dedicati al percorso, dove si sono messi a sistema diversi prodotti quali: Sport, Natura, Gusto e Cultura.

Si sottolinea la posizione strategica della Via Emilia, collegamento tra Castel San Pietro Terme e Toscanella, che può essere utilizzata per ampliare il percorso e inserirlo nell'ambito metropolitano.

I percorsi così si differenziano.

È possibile, grazie ad IF, l'utilizzo di biciclette a noleggio. Questa ciclovie permette di promuovere i prodotti del territorio e soprattutto di valorizzare ciò ad esso collegato, come l'agricoltura. Per questo si è pensato di realizzare una promozione su supporto cartaceo ma anche su altri strumenti digitali.

Al termine in Sindaco Panieri ringrazia Luca Albertazzi, come Delegato al turismo per il Circondario Imolese, per il lavoro svolto.

Presentazione del Cammino dell'Anello

Cavini presenta il Cammino dell'Anello, ideato insieme a due photo reporters e un esperto di trekking e viaggi specializzato nella cultura nerd, letteraria e cinematografica.

Il cammino non è innovativo dal punto di vista del percorso ma nell'interpretazione che si dà a quest'ultimo. Ci si rivolge ad un pubblico completamente diverso. La maggior parte dei partecipanti non è abituato a fare trekking, quindi dovrà essere istruito tramite una guida online o fisica.

Il percorso parte da Dozza, dove l'associazione europea Centro Studi Tolkieniani ha sede, arrivando fino al Vulcano del Monte Busca, vicino a Tredozio e prende spunto dal libro "Il Signore degli Anelli". L'idea principale è quella di avere un anello biodegradabile su cui si scriverà quello che si vuole distruggere della propria vita per poi essere gettato nel vulcano di Monte Busca a fine percorso. A seconda di come si affronta il cammino, verranno assegnati diversi nomi: elfo (come un atleta), rangers (se si affronta in maniera naturalistica), hobbit (per coloro che la percorrono con calma).

Sono già stati fatti dei test e alcune variazioni di percorsi per ovviare alcune criticità. Il progetto presentato a Dozza qualche mese fa partirà ufficialmente nella prossima primavera, prevedendo dei cammini speciali insieme a personaggi famosi nel mondo del fantasy o guide preparate, proponendo dei giochi di ruolo durante il percorso.

Si afferma che il tema conduttore di Fantastika e del Cammino dell'Anello è quello ambientale, così come suggerito dalla Camera di Commercio di Bologna e dalla stessa Città Metropolitana. Non a caso è stato scelto come titolo di questa edizione di Fantastika "Il Tesoro del drago", intendendo come tesoro tutto ciò che si possiede di cui si capisce l'effettivo valore solo una volta perso, come anche il patrimonio ambientale che ci circonda.

Si è portata avanti una promozione social a costo zero, coinvolgendo tutti gli illustratori e artisti in un progetto per la creazione dell'immagine di copertina. Le 15 illustrazioni presentate hanno

permesso la diffusione promozionale del percorso in tutto il web senza dover attingere a nessun tipo di fondo.

Presentazione rievocazione storica Il Barbarossa di Medicina

Elmi lascia la parola a Lorenzo Monti (Assessore al turismo del Comune di Medicina) che illustrerà la manifestazione del Barbarossa.

Dopo aver salutato, Monti presenta la 32esima edizione de Il Barbarossa, manifestazione simbolo della città di Medicina. Si tratta di una rievocazione leggendaria di Federico Barbarossa, una tradizione popolare, tramandata da secoli nella comunità medicinese.

La manifestazione si svolgerà dal 16 settembre al 18 settembre, allestendo dei desk enogastronomici, organizzando eventi teatrali o rievocatori, mostre, percorsi didattici, e una cena medievale. Tra i vari appuntamenti, si svolgerà la terza edizione del Torneo Nazionale di Arco storico.

Si ipotizza l'inserimento della manifestazione all'interno del Circondario Imolese per far risaltare al meglio le tipicità di ogni area metropolitana, in modo da avere un'identità coordinata. Nello specifico, ci sarebbe la possibilità di ospitare Il Barbarossa all'interno di altre città della zona con emergenze medievali.

Il Comune di Medicina ha accolto la delegazione delle città gemelle francese (Romilly sur Seine, patria dello champagne) e slovena (Skofja Loka). In questa ottica, si suggerisce al Territorio Turistico di valutare l'opportunità di sfruttare queste occasioni di visita da parte dei Comuni gemellati per promuovere ulteriormente il Territorio Turistico stesso all'estero e facilitare l'arrivo di nuovi turisti.

Stanzani interviene e sostiene che i vari punti analizzati possono essere utili in chiave di presentazione dei futuri progetti che saranno presentati nell'ambito del PTPL e del PPCT 2023, anche in collaborazione con IF.

Aggiornamento su Bacchanale

Elmi presenta Lidia Mastroianni (Responsabile Servizio Attività culturali del Comune di Imola) per la manifestazione Bacchanale, la quale informa che il programma sarà formalmente presentato durante la prima settimana di ottobre. La data di inaugurazione è prevista il 22 ottobre e quella di conclusione il 12 novembre. In programma sono stati calendarizzati oltre 120 eventi rinnovati in proposte e contenuti, ai quali hanno aderito 42 ristoranti.

Il comunicato stampa uscirà a fine settembre, anticipando la conferenza stampa.

L'illustrazione scelta per la campagna promozionale è stata idealizzata dall'illustratore piemontese Guidone e apparirà sulla linea di autobus che collega Bologna a Imola. Risulta un'azione molto efficace per la visibilità, in quanto tale linea passa proprio dalla Via Emilia, e questo ha fatto sì che si decidesse di ridurre l'utilizzo della promozione attraverso i supporti cartacei, favorendo quindi altri tipi di strumenti digitali, tra cui i social media e il sito di Bologna Welcome.

Rispetto agli anni precedenti, la data di partenza è stata anticipata per poter godere di giornate autunnali miti, con maggior attenzione alla presenza della manifestazione in luoghi della comunità all'aperto. Oltre al centro storico della città, saranno utilizzati il Museo Enzo e Dino Ferrari e un'area del Palazzo comunale.

Aggiornamento sull'attività di eXtraBO e presentazione nuovo sito

Isabel Elmi (eXtraBO) ripercorre brevemente quanto accaduto nel corso del primo semestre 2022 in merito all'attività di eXtraBO. Nei primi sei mesi del 2022 sono stati registrati oltre 12 mila ingressi, ovvero lo stesso numero registrato relativamente all'intero anno 2021. Si può sperare, perciò, ad un raddoppio dei numeri entro la fine dell'anno corrente.

Inoltre, durante i mesi di luglio e agosto gli ingressi hanno sfiorato le 5 mila unità, numero molto importante - nonostante il forte caldo - che ha influito negativamente sull'esperienza outdoor. Circa il 90% del totale degli ingressi del bimestre in oggetto coinvolge turisti in visita alla città, grazie al lavoro di censimento delle cordate, mentre solo il 10% degli stessi fa riferimento a residenti, diverso da come era all'inizio della storia di eXtraBO.

Un buon 50% dei dati raccolti rappresenta la parte di turisti internazionali.

Le linee di prodotto che verranno confermate fino alla fine 2022 sono:

- . Tour outdoor (esperienza di trekking *Zaino in spalla*);
- . Tour enogastronomici delle esperienze con partenza dal centro di Bologna, permettendo una visita ad eccellenze locali di produzione di prodotti tipici (*Le fermate del gusto*);
- . Tour culturali (*Ville e castelli*).

Recentemente, dal 9 al 11 settembre, eXtraBO ha presenziato all'Italian Bike Festival – il salone internazionale della bici – di Misano Adriatico, dove sono stati presentati ad un pubblico ampio,

interessato e targettizzato le ciclovie e i tracciati in mountain bike, gravel e su strada dell'Area Imolese.

All'interno di eXtraBO, avranno luogo una serie di eventi, quali:

- . Mostra delle rivisitazioni della locandina di Fantastika da parte di vari artisti internazionali (dal 7 al 16 settembre);
- . Presentazione della ciclovie del Santerno, all'interno della Settimana Europea della mobilità sostenibile (22 settembre);
- . Presentazione del Bacchanale, con l'apertura di uno show cooking aperto al pubblico e alla stampa.

Gli appuntamenti fieristici nel periodo autunnale saranno i seguenti:

- . Il Salone del camper di Padova (10-18 settembre);
- . Workshop commerciale di Bruxelles e Amsterdam per l'outdoor (3-4 ottobre);
- . TTG a Rimini (12-14 ottobre);
- . Workshop B2B a Stoccolma (18 ottobre);
- . Salone del turismo a Lugano in cui è presente un interessante segmento outdoor (dal 29 ottobre al 1° novembre);
- . Borsa del turismo esperienziale (23-25 novembre).

Martina Cavezza (eXtraBO) presenta il sito di eXtraBO, online da pochi mesi e quindi in fase di sistemazione. Le versioni online sono in italiano e in inglese, progettate per ricreare digitalmente uno spazio unitario dove possa essere raccontata l'offerta turistica di tutto il territorio metropolitano, suddiviso nei sub-ambiti territoriali. A breve saranno online anche la versione tedesca e francese.

All'interno del menù, sono presenti aree dedicate al territorio con una scheda informativa e l'elenco dei comuni che ne fanno parte.

Trekking, cicloturismo, itinerari tra parchi, oasi, borghi e visite enogastronomiche sono le aree su cui il sito si concentra. Questo non distoglie l'attenzione dai siti ufficiali, ma anzi la catalizza semplicemente tramite informazioni generali (numero delle tracce, il chilometraggio, la traccia GPX, una mappa da poter utilizzare durante il percorso) per poi rimandare le persone al sito ufficiale del cammino, quando è presente, o al sito generico dei parchi, quando il primo è assente.

Sul sito è stata inserita una sezione dedicata agli eventi che si trovano sul territorio, solo quelli maggiormente riconosciuti a livello nazionale ed internazionale. Nel caso dell'area imolese si citano il Bacchanale, Fantastika, il Barbarossa e Porretta Soul Festival.

Un'altra sezione è dedicata alle attività ed esperienze che, attraverso le cordate, eXtraBO organizza nei vari territori, facilitando la prenotazione online.

Al termine degli interventi previsti nell'Ordine del Giorno, la Consigliera metropolitana Panzacchi ringrazia degli interventi che l'hanno preceduta. In merito al tema della musica, chiede di poter inserire all'interno degli strumenti di promozione a disposizione una sezione dedicata solo agli eventi musicali, quelli maggiormente riconosciuti a livello di attrattività turistica.

Ringrazia e ribadisce la disponibilità da parte dell'Ufficio Turismo del Territorio Turistico Bologna-Modena di accogliere eventuali domande e/o suggerimenti su quanto presentato nel corso dell'incontro, con termine massimo la fine del mese di settembre.