

Per la tua pubblicità su
la Nuova Ferrara

AMC A. Manzoni & C. Spa

C.so Porta Reno, 17
FERRARA

FerraraECONOMIA

e-mail: cronaca.fe@lanuovaferrara.it

IL CONSORZIO >> ATTIVO DA MENO DI 2 ANNI



Le valli comacchiesi nel Parco del Delta, una delle peculiarità del territorio della provincia di Ferrara

➔ NUOVI MERCATI

La partecipazione alle fiere estere

Il consorzio, per ampliare mercato e potenzialità, ha preso parte a fiere specializzate del settore turistico sia nel 2014 che nel 2015, come la ITB Berlino, il TTG di Rimini, la WTM di Londra e il MOVE! Salone professionale del turismo e dell'ospitalità universale a Vicenza. Tanti anche i workshop a cui Visit Ferrara ha preso parte, altri sono previsti per quest'anno in particolare nell'ambito dei mercati esteri, come quello francese e scandinavo. Nel 2014 è stato stampato anche il Guest Book di Visit Ferrara, diffuso in 6mila copie distribuite tra gli hotels associati, campeggi e punti Iat della Provincia. Durante le fiere è stato consegnato a buyers ed operatori il catalogo realizzato in 2mila copie.

“Visit Ferrara”, una rete per l'accoglienza di qualità

Sono 86 i soci del territorio che hanno aderito a questo progetto innovativo Arte, mare, parco del Delta, Po, enogastronomia per vacanze su misura

Una grande rete integrata, già composta da 86 soci, con l'obiettivo di fare di tutta la Provincia di Ferrara una marca turistica d'eccellenza. In meno di 2 anni di attività il consorzio Visit Ferrara - che ha unito in un innovativo progetto condiviso hotels, strutture ricettive, agenzie di viaggio, ristoranti, stabilimenti balneari, aziende ed associazioni - è riuscito ad attirare sul territorio migliaia di visitatori, che possono contare su un'offerta turistica eclettica, nuovi servizi sia ricettivi che extraricettivi ed iniziative appetibili per tutto l'anno. Grazie alle attività di booking, di promozione, di marketing, alle collaborazioni intessute in occasione di eventi speciali, la partecipazione a fiere specializzate, le inizia-

tive e i pacchetti ideati dal consorzio, la Provincia di Ferrara si è aperta a diverse tipologie di target turistico, nazionale ed internazionale. I visitatori possono così godere dei punti di forza del territorio, che sono quelli su cui si concentra l'azione di Visit Ferrara: arte (città ed architetture rinascimentali, borghi medievali, mostre), mare (vacanze ed attività sui lidi della costa), natura (il Parco del Delta del Po, escursioni e vacanze attive), enogastronomia. Scoprire nuove opportunità e vivere le vacanze nella consapevolezza di soddisfare le proprie aspettative, grazie ad un network di operatori turistici che conoscono il territorio e sono in grado di offrire proposte integrate e fatte su misura. Inoltre, gli ospiti,

prenotando online, sul sito web del consorzio www.visitferrara.eu accedono ad iniziative uniche, senza alcun intermediario, sostenendo il territorio e ricevendo i servizi migliori a prezzi più bassi. Un'opportunità per i turisti, ma anche per tutti gli operatori economici del settore di tutta la Provincia.

Il portale di Visit Ferrara ha registrato in poco tempo oltre 40mila click e più di 300 richieste di preventivo su offerte e proposte di itinerario che vengono continuamente aggiornate. Da dicembre 2014, l'attività di booking è stata integrata con quella del portale turistico della Provincia "Ferrara Terra e Acqua" che ha una media di 500mila accessi all'anno. Tra gli obiettivi del sito web c'è quello

di fare in modo che il turista faccia prenotazioni dirette, spostando il traffico sui singoli operatori.

Il mercato turistico internazionale è uno degli obiettivi del consorzio, che ha già ideato progetti che possano attirare visitatori stranieri e attivato modalità di promozione e comunicazione destinate a tali tipologie di target. Tra le nuove iniziative in via di realizzazione c'è il progetto per Expo, che consiste nel creare itinerari enogastronomici legati alle tematiche del cibo, ambiente rurale, pesca, natura e cultura; il progetto Delta Park Riviera - un'iniziativa internazionale per la promozionale del territorio (del mare e del Delta del Po) attraverso un unico brand.

I DATI DI APRILE

Turismo in rosso Crollano le presenze in città (-13,4%)

■ Presenze turistiche a Ferrara
Raffronto tra il 2014 e il 2015

	Italiani		Stranieri		Totale	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
GENNAIO	11,2	5,2	-5,4	2,1	7,9	4,4
FEBBRAIO	5,7	6,4	-17,3	2,4	0	5,2
MARZO	-12,3	-12,8	0,2	7,7	-9,2	-6,4
APRILE	-8,6	-17,6	-16,6	-4,2	-10,8	-13,4
Totale	-3,8	-7,8	-10,5	1,4	-5,5	-5,0



Mese per niente roseo, aprile, per il turismo in città. Possono essere invocate molte cause a spiegazione dei deludenti numeri forniti dalla Provincia, ma nessuna di queste riesce a lenire la crudezza delle cifre. L'ente con sede in Castello non ha pubblicato, questa volta, le cifre assolute, limitandosi a segnalare la differenza in percentuale rispetto

allo stesso mese del 2014. Cominciamo dalle presenze, vale a dire il numero di notti trascorso in ciascuna struttura ricettiva sul territorio comunale da ciascuno dei turisti. In dodici mesi, il calo è stato del 13,4%. Un crollo dovuto

al fatto che il turista fa più viaggi, ma per un periodo di tempo più breve. Si diceva delle possibili cause del calo: una potrebbe essere individuata nella ricorrenza della Pasqua. È vero che anche lo scorso anno "cadde" in aprile, però più tardi (il 20, quest'anno invece il 5), e questo potrebbe aver trattenuto



Turisti davanti ai Diamanti

qualcuno dall'organizzare una vacanza per timore di maltempo. Ciò non toglie che i numeri dovranno invertire la rotta, se non si vuole che l'intero 2015 presenti il segno meno rispetto al 2014. Le presenze nel primo quadrimestre segnano un -5% (sempre confrontate su base annuale) e gli arrivi un -5,5%.

Gabriele Rasconi

VENERDÌ 22 MAGGIO ALLA FIERA

Cna Business Day con oltre trecento imprenditori

Dall'economia vengono primi segnali positivi, ma gli oltre 300 imprenditori e imprenditrici ferraresi, di diverse aree della regione e di quelle limitrofe, che si presenteranno venerdì 22 maggio, alla Fiera di Ferrara per la seconda edizione di Cna Business Day, hanno deciso di non attendere che la ripresa si manifesti in tutta evidenza e cercheranno, invece, di gettare le basi per future collaborazioni economiche e commerciali, mettendo a frutto la capacità di fare rete tra imprese.

Quest'anno, la manifestazione, imperniata sul business to business, è organizzata dalle Cna di Ferrara, Ravenna, Imo-

la, Forlì - Cesena, Rovigo e Rimini e da Cna Produzione nazionale, con la partnership dell'Associazione Costruiamo Opportunità e il contributo di UniCredit, Citroen, Hera-comm, Acantho, Avis e Cna ServiziPiù; patrocinati dal Ministero dello Sviluppo economico, della Regione Emilia Romagna e del Comune di Ferrara.

La giornata, con un programma molto intenso, si aprirà alle 9,30 con i saluti del presidente provinciale della Cna di Ferrara, Alberto Minarelli, di Paolo Govoni, presidente della Camera di Commercio di Ferrara e presidente regionale della Cna, Filippo Parisini, presidente

dell'Ente Fiera di Ferrara, Luciano Resciniti, Area manager UniCredit Ferrara. Alle 10, iniziano i «matching», cioè gli incontri programmati tra le imprese partecipanti, che si avvicenderanno fino alle ore 12, per lasciare spazio ad un workshop dedicato al tema dell'internazionalizzazione, coordinato da Alessandro Battaglia, responsabile della Cna Produzione e Cna Internazionalizzazione di Ravenna. Intervengono: Pierpaolo Giannaccari, specialista per l'Estero di UniCredit su "Gli strumenti di pagamento nel commercio internazionale" e Gaetano Bergami, presidente nazionale di Cna

Produzione su: "Il futuro della manifattura in Italia".

Dalle ore 13 alle 14,25 si svolgerà un «BarCamp» gestito da Cna Giovani Imprenditori, in occasione del quale le aziende partecipanti presenteranno brevemente le proprie attività e idee. Alle 14,30 riprendono gli appuntamenti tra imprenditori, che costituiranno la parte più rilevante del programma della giornata, proseguendo fino alle 19; i partecipanti potranno avvalersi della consulenza gratuita di professionisti qualificati negli ambiti della internazionalizzazione, reti d'impresa e cluster, formazione e promozione web.



Un momento dell'edizione dello scorso anno al quartiere fieristico

«Il business to business si sta dimostrando sempre più - sottolinea il presidente provinciale della Cna, Alberto Minarelli - una modalità efficace per trovare partner, nuovi clienti e fornitori, per collaborazioni nell'ambito di filiere produttive o di nuovi segmenti di mercato, in un'ottica di sviluppo e competitività aziendale. Fare rete e uti-

lizzare la relazione tra imprese del proprio settore, o viceversa di settori diversi, contribuisce ad allargare la visuale e le conoscenze, a stabilire nuovi contatti, innescando comunque azioni con effetti positivi per la propria attività». Sono 140 le imprese che daranno vita all'evento, rappresentative dei diversi settori economici.