

Link: <http://www.ferraraitalia.it/nuove-proposte-per-fare-della-provincia-di-ferrara-una-marca-turistica-deccellenza-51308.html>

24 Giugno 2015

Nuove proposte per fare della Provincia di Ferrara una marca turistica d'eccellenza



Il 23 giugno la conferenza “Turismo a Ferrara #senzafiltri”, organizzata dal **consorzio Visit Ferrara** con tutti gli operatori turistici per fare insieme del territorio una meta sempre più appetibile.

Partecipazione e tante idee nella conferenza sul “Turismo a Ferrara #senzafiltri” organizzata dal consorzio Visit Ferrara il 23 giugno nella sala della Camera di Commercio con tutti gli operatori e i protagonisti del turismo della Provincia ferrarese.

Un confronto aperto e propositivo con l'obiettivo di fare del territorio una meta nazionale ed internazionale sempre più appetibile e posizionare la Provincia come marca turistica d'eccellenza per diversi tipi di target.

A questo sta lavorando da 2 anni il consorzio Visit Ferrara, che unisce già 88 operatori di strutture ricettive, ristoranti ed agenzie di viaggio, stabilimenti balneari ed associazioni all'insegna della commercializzazione di un'offerta turistica variegata ed integrata.

A coordinare gli interventi durante la conferenza, a cui ha preso parte anche Andrea Migliari della Camera di Commercio e il vicesindaco del Comune di Ferrara Massimo Maisto, Roberto Vitali di Village for all-V4A, il marchio di qualità per il turismo accessibile con riconoscimenti a livello mondiale, il quale ha lasciato subito la parola al presidente del consorzio Visit Ferrara Gianfranco Vitali che nel soffermarsi sulla nuova configurazione territoriale pensata per “aree vaste”, ha sottolineato come la Provincia di Ferrara vada pensata in rapporto a destinazioni come Ravenna, Rimini e Forlì.

Un'area vasta in cui il consorzio è il biglietto da visita per la città estense, Comacchio e le località della Provincia, che d'altronde abbraccia anche il Parco del Delta del Po (che unisce l'Emilia Romagna con il Veneto) di recente proclamato Patrimonio dell'Umanità UNESCO anche come Riserva della Biodiversità, secondo il programma Mab (man and biosphere), per le meraviglie naturalistiche e le oltre 300 specie di uccelli che ospita.

I numeri del turismo.

Ad aprire una riflessione sui dati del turismo della Provincia ferrarese in rapporto ad altre destinazioni italiane è stato il consigliere di Visit Ferrara Roberto Riccardo Cavicchi.

Guardando ai numeri dello scorso anno, sono aumentate le presenze straniere a Ferrara e nella sua area del 13%, sono invece del 5% in più i visitatori italiani, per un totale di 392mila presenze circa (+8%).

Per fare qualche esempio: Parma può contare su una crescita dei turisti confortante, grazie all'incremento di fiere,

un brand forte e gli eventi legati a manifestazioni come il festival di Verdi, Modena ha visto invece un calo di presenze. Osservando la realtà turistica di Bologna, Cavicchi ha dimostrato come il capoluogo emiliano-romagnolo abbia saputo aprirsi a nuovi tipi di turismo, dando maggiore dinamismo agli operatori locali e rafforzando la sua vocazione internazionale con i voli Ryanair in aeroporto.

A Bologna si è lavorato molto sul brand della destinazione: con la nascita di Bologna Welcome nel 2014 l'accoglienza turistica si è strutturata in modo societario accrescendo il suo valore. Per Ferrara, i dati dimostrano che l'aumento di turisti stranieri è legato alla città d'arte.

In tutta l'Emilia-Romagna, si è registrata nel 2014 una crescita del 3% nelle città d'arte con un saldo positivo di 75mila arrivi e oltre 145mila pernottamenti (2,485 milioni gli arrivi, 5,020 milioni le presenze in Regione lo scorso anno).

L'esigenza, in rapporto ad altri territori (la Toscana ha visto un incremento del 4%, il Veneto è in grande crescita con il 53% dei turisti nelle città d'arte) è proprio quella di rafforzare l'Emilia Romagna nella commercializzazione delle città d'arte, punto di forza della Provincia ferrarese che si affianca allo sviluppo del cicloturismo.

La mission e le novità di Visit Ferrara.

Il vicepresidente di Visit Ferrara Matteo Ludergrani ha presentato la mission del network di operatori turistici – che oggi sono quasi 90 – grazie alle continue adesioni ed opportunità messe in campo dal consorzio, che ha, tra gli altri, l'obiettivo di fare della città estense e della sua Provincia una destinazione ricercata per tutto l'anno.

Ludergrani ha illustrato cosa ha fatto il consorzio in 2 anni: la collaborazione con eventi rilevanti come il Carnevale Rinascimentale, il Palio, le mostre di Palazzo dei Diamanti, la creazione di pacchetti turistici ad hoc (per es. in occasione del Ferrara Buskers Festival), le iniziative enogastronomiche nei ristoranti, la partecipazione attiva a fiere specializzate (come la ITB Berlino, il Move sul turismo accessibile, la TTG Rimini), i workshop, brochure, il guest book distribuito a tutti i soci, il supporto dell'ufficio stampa Ella Studio che ha prodotto più di 340 articoli sui media nazionali e stranieri, la pubblicità sul giornale delle Frecce di Trenitalia di maggio 2015 che conta 430mila copie. E poi la grande risorsa del portale [webwww.visitferrara.eu](http://www.visitferrara.eu) che permette il booking online con prezzi più bassi ed incentivi per tutto il territorio. Si tratta del booking di riferimento di "Ferrara Terra e Acqua" che conta oltre 500mila accessi l'anno. L'obiettivo è ora quello di favorire le prenotazioni dirette online e spostare il traffico turistico sui singoli operatori.

Il sito è costantemente coadiuvato dalla promozione tramite social network. Inoltre ci sono 2 nuovi progetti: "Delta Park Riviera", iniziativa internazionale per la promo-commercializzazione del territorio in un unico brand attraverso la collaborazione tra pubblico e privato; e BIKEdIN – Tours around Ferrara & Delta Park, nuovo programma sul cicloturismo per sviluppare un unico marchio di prodotto con servizi ad hoc per chi viaggia in bicicletta e commercializzare percorsi cicloturistici.

Si sta lavorando anche alla creazione di innovativi itinerari enogastronomici per l'autunno.

Nuove idee e proposte.

Dopo gli interventi, tante sono state le proposte avanzate dagli operatori presenti in sala. Antonio Meloni dell'Hotel Ferrara ha consigliato di tessere nuove relazioni per promuovere Ferrara come città d'arte su piattaforme condivise presenti anche in altre località.

Roberto Ferrari di Stileventi Group ha raccontato il successo della manifestazione "Novembre magico", evidenziando come il puntare su eventi emozionali si possa incrementare il circuito turistico (con visite guidate, serate a tema ecc...).

Davide Urban, direttore Ascom Confcommercio Ferrara, ha proposto all'amministrazione comunale di destinare il 50% della tassa di soggiorno ferrarese a sostegno di Visit Ferrara, per l'importante lavoro che sta facendo. Maria Livia Brunelli della MLB Home Gallery ha sottolineato il contributo dato dalla sua galleria d'arte contemporanea nell'organizzazione di percorsi gastronomico-sensoriali rivolti all'Italia e all'estero. Massimo Maisto, vicesindaco del Comune di Ferrara, partner istituzionale del consorzio, ha precisato che questo è un periodo di buon dialogo tra la città e Comacchio e che il territorio deve presentarsi come forza unita con la Romagna per entrare nell'"area vasta", con un maggior peso nella governance territoriale.

La proposta del management di Visit Ferrara, accolta da Maisto, è di dare spazio ad una figura tecnica-manageriale esperta per la gestione di Visit Ferrara, aprendo ancora di più collaborazioni con altri privati.

Tra le idee anche quella di commercializzare le città d'arte a gruppi di tre (per es. Ferrara, Ravenna e Mantova), aprire la Provincia al mercato cinese, puntare sul tema dell'ebraismo, investire nel settore, spostando l'impiego di fondi sulle iniziative più meritevoli, unire sempre di più cultura e turismo.

Per scaricare immagini in alta definizione:

<http://www.ellastudio.it/comunicato-stampa/6715/nuove-proposte-per-fare-della-provincia-di-ferrara-una-marca-turistica-deccellenza>