

Link: <https://www.ferraraitalia.it/cambiamenti-nel-mercato-turistico-le-sfide-di-visit-ferrara-185539.html>

11 Ottobre 2019

Cambiamenti nel mercato turistico, le sfide di **Visit Ferrara**



Il Presidente del Consorzio di promo-commercializzazione turistica della Provincia ferrarese, Ted Tomasi, analizza i dati sulle presenze del 2019, fissando nuovi obiettivi. Visit Ferrara è ora al TTG.

Il Presidente del Consorzio Visit Ferrara Ted Tomasi analizza i dati sulle presenze turistiche diffusi dalla Camera di Commercio di Ferrara, che ha evidenziato un andamento negativo sugli arrivi dei visitatori nella provincia, in particolare sulla costa.

«Il dato di arrivi e presenze turistiche di Comacchio gennaio-agosto 2019 deve essere osservato con molta attenzione – spiega Ted Tomasi -. Gli ultimi due anni di segno meno, dopo l'impennata degli anni precedenti che vedevano Comacchio prima in Emilia Romagna come incremento rispetto al passato, prevedono un diverso metodo di lettura del dato statistico che elimina di fatto molte presenze conteggiate fino a due anni fa. La presenza di turisti con una lunga permanenza nei villaggi turistici viene ricondotta a semplici ingressi, allo stesso modo dei visitatori con periodicità breve. Ciò provoca un ridimensionamento molto significativo che dimezza la perdita dichiarata nel 2019 e azzera

quella del 2018».

Il Presidente di Visit Ferrara evidenzia, inoltre, che bisogna analizzare i dati anche dal punto di vista del target turistico, considerando che Comacchio è la località con la più alta percentuale di visitatori stranieri delle località dell'Emilia Romagna. «La crisi dei grandi tour operator – aggiunge Ted Tomasi -, l'avvento dei servizi gestiti da OTA, il ritorno imponente sul mercato di località che avevano subito gravi contraccolpi per instabilità politica, la riduzione dei consumi in Germania, hanno di fatto prodotto un terremoto sul turismo estero che ha colpito maggiormente chi ha su questo il proprio mercato prevalente. Aggiungiamo a ciò che la rilevazione statistica è in larga base (circa 80%) calcolata sulle presenze dei villaggi turistici: ciò sbilancia fortemente l'equilibrio fra turisti italiani e stranieri, diventando questi ultimi praticamente equivalenti ai primi e quindi percentualmente 4/5 volte di rapporto maggiore a quelli delle altre coste romagnole».

La crisi del mercato estero mediato dai tour operator è confermata anche dai dati negativi della Sardegna e della Toscana, anche in località molto apprezzate.

Agli altri fattori si aggiunge il meteo di aprile e maggio, che ha messo in ginocchio i flussi legati al turismo balneare ed alle escursioni all'aria aperta. Inoltre, l'aumento delle temperature nei Paesi del centro Europa ha invogliato i tedeschi e gli olandesi a trascorrere le ferie dentro i propri confini.

«Il mercato cambia in modo veloce – conclude il Presidente di Visit Ferrara – sia per motivi economici internazionali che per fattori tecnologici e generazionali (internet, calo dei costi dei viaggi aerei). Si attenua l'effetto "sicurezza-qualità-professionalità italiana" a fronte del "prezzo basso – esotismo-novità-improvvisazione" che oggi raggiunge un pubblico giovane poco incline alla spesa. Essere visibili, accessibili, capaci di vendersi in modo moderno e veloce, è la prospettiva dei prossimi anni. Siamo pronti a questa sfida che deve però vedere pronti tutti gli operatori ad aggiornare alcune parti del processo industriale. Non abbassando semplicemente i prezzi, ma con un'azione forte e convincente che solo se sarà ampia di dimensione e convinta nei propositi potrà portare risultati. Ne sono testimonianza il +6% di Ferrara città, dove gli investimenti di questi ultimi anni sul turismo, che l'attuale amministrazione ha incrementato tempestivamente, hanno consentito di affacciarsi a nuovi canali di promo-commercializzazione, e l' aumento degli arrivi di turisti italiani in agosto a Comacchio, dove un evento come il Jova Beach Party ha portato degli evidenti benefici».

Gli obiettivi di Visit Ferrara, che in questi giorni è al TTG di Rimini per promuovere l'offerta dell'intera Provincia di Ferrara, sono quelli di rafforzare il brand, con il sostegno dei privati e delle istituzioni, e ridefinire il sistema commerciale, procedendo in modo ancora più incisivo e condiviso sul mercato on line.