

ECONOMIA



FERRARA - Corso Porta Reno 17 - Tel. 0532 214 290

NUOVO CONSIGLIO

Visit Ferrara per l'unità La scommessa del turismo

Ted Tomasi eletto nuovo presidente: punto di riferimento per tutta la provincia Mare, città d'arte e Parco del Delta del Po le forze su cui puntare

Visit Ferrara rinnova il consiglio direttivo rinforzando la destinazione turistica unica. L'assemblea dei soci ha proclamato Ted Tomasi nuovo Presidente del Consorzio di promo-commercializzazione turistica, che ha già fissato nuovi traguardi per lo sviluppo condiviso.

Le presenze sono aumentate nella Provincia ferrarese, la rete creata dal Consorzio Visit Ferrara ai fini dell'integrazione dei servizi di tutta la filiera del turismo funziona e il territorio è sempre più riconoscibile come destinazione turistica unica.

Questi alcuni degli obiettivi raggiunti dal consorzio di promo-commercializzazione turistica, che coinvolge circa 90 operatori di tutta la Provincia, illustrati martedì 26 febbraio 2019, quando Visit Ferrara ha riunito negli spazi della Camera di Commercio di Ferrara la sua assemblea dei soci per eleggere il nuovo direttivo, fare il punto sul lavoro svolto in 6 anni di attività e fissare nuovi traguardi per lo sviluppo turistico condiviso. Il nuovo Presidente del Consorzio è Ted Tomasi (Tomasi Tourism di Comacchio), affiancato da Zeno Govoni (Hotel Annunziata di Ferrara) in qualità di Vicepresidente e dal consiglio composto da esponenti del mondo del turismo locale.

IL NUOVO PRESIDENTE

Ted Tomasi, già Vicepresidente di Visit Ferrara e tra i soci fondatori del consorzio nel 2013, segue a Matteo Luder gnani (Hotel Carlton), che è stato Presidente per 3 anni,



Matteo Luder gnani e Ted Tomasi, passaggio di consegne tra presidenti di Visit Ferrara

dal 2016 e vicepresidente per 3 anni precedenti.

«Visit Ferrara è un punto di riferimento per tutta la provincia - ha detto il neo presidente - grazie all'impegno e alla collaborazione dei singoli soci, che hanno reso possibile unifi-

**Luder gnani resta in consiglio
Zeno Govoni è il vicepresidente**

care la destinazione turistica. Il mare e la città d'arte ferrarese, il Parco del Delta del Po, i percorsi naturalistici e il ciclo-turismo ora fanno parte di una sola destinazione che ha maggiore valore, grazie ad un per-

corso di integrazione svolto sia con la promo-commercializzazione tramite il web, sia nella pianificazione di servizi ed attività condivisi. È una svolta culturale: le strutture più importanti investono risorse non per le singole strutture, ma per la destinazione dove operano. Un processo che porta effetti positivi per tutti. L'obiettivo è di consolidarlo, in piena continuità con il percorso già intrapreso in questi anni».

Il riferimento è anche al progetto «Vacanze Natura e Cultura», che collegando i principali prodotti turistici del territorio ferrarese - città d'arte, turismo balneare e turismo naturalistico - è diventato fulcro di attività di valorizzazione turistica e culturale.

IL NUOVO CONSIGLIO

Il nuovo consiglio eletto: presidente Ted Tomasi, vicepresidente Zeno Govoni e consigliere Matteo Luder gnani, dalle nuove consigliere Cristina Rizzardi (Camping Tahiti - Comacchio) e Maria Chiara Ronchi (Itinerando - Ferrara). Riconfermati i consiglieri Davide Bellotti (Consorzio Navi del Delta - Comacchio), Valentino Mondo (Nautica Mondo - Codigoro), Adriano d'Andrea Ricchi (Camping Spina - Comacchio) e Nicola Scolamacchia (Hotel Astra - Ferrara). Durante l'assemblea di Visit Ferrara è stato approvato il bilancio consuntivo 2018, chiuso positivamente anche quest'anno. Si attendono nuove sfide decisive. —

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

NUOVO SPORTELLO

Confesercenti lancia l'hub per il commercio digitale a Ferrara

Un servizio per i soci
Oggi un seminario rivolto alle piccole e medie imprese per accrescere il business aziendale attraverso internet

I ferraresi acquistano sempre più online.

Confesercenti Ferrara di fronte a questo ineluttabile orientamento del mercato presenta in questi giorni Digital Innovation Hub, lo sportello dedicato agli associati con negozi fisici per l'assistenza nella creazione di progetti di vendita e promozione del punto vendita e dei loro prodotti e servizi anche online. Alessandro Osti direttore provinciale Confesercenti di Ferrara spiega: «Il progetto è un vero e proprio supporto strategico per le Nostre realtà imprenditoriali, finalizzato a sostenerle nel percorso verso l'innovazione digitale. Il Digital Innovation Hub è un progetto di Confesercenti Nazionale che si sviluppa sul territorio italiano in una rete di sportelli e servizi per le micro, piccole e medie imprese commerciali e turistiche al fine di affiancarle nel percorso di innovazione digitale, ma anche consentire a chi ha già iniziato il percorso di digitalizzazione, di rendere più efficiente il servizio che viene offerto alla clientela. Ne parleremo in modo più articolato proprio oggi durante il seminario rivolto alle micro, piccole e medie imprese commerciali e turistiche con l'obiettivo di rendere semplice ed economico l'utilizzo di internet per accrescere il proprio business».

Si inizierà alle 16 presso

Paula A della sede di Confesercenti di Via Darsena 178 con la presentazione di Michele Rosati, responsabile dell'ufficio marketing del progetto Digital Innovation Hub per poi passare agli interventi di Arianna Testi, esperta di comunicazione digitale, Marco Orseoli, esperto della piattaforma E-commerce StoreDen e Paolo Benasciutti, coordinatore regionale di Confesercenti per l'area E-commerce. Le conclusioni saranno del presidente provinciale Nicola Scolamacchia.

Durante la presentazione del progetto, dati regionali dell'ufficio studi Confeser-

L'86% delle aziende interpellate promuove la propria attività sul web

centi alla mano, è emerso che su un campione di circa trecento imprese rappresentative di tutti i settori più del 50% fanno attività di vendita online attraverso un sito aziendale di E-commerce mentre il 18% lo fa attraverso una piattaforma esclusivamente di marketplaces (amazon o ebay) il rimanente 31% utilizza entrambe le opportunità. Il 25% delle imprese che opera attraverso il web ha fatturato dove la quota E-commerce incide per più del 50%. Quasi tutte le imprese intervistate (86%) hanno promosso la propria attività sul web negli ultimi anni. —

Lauro Casoni

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

FILIERA GREEN E IMBALLAGGI

Certificato di sostenibilità per la Patfrut di Monestirolo

Patfrut rafforza la propria vocazione green e "sposa" con decisione le scelte ecologiche dai campi ai magazzini fino al punto vendita.

IL RICONOSCIMENTO

Grazie a questa filosofia, la cooperativa di Monestirolo, realtà di punta dell'ortofrutta fresca con un fatturato vicino ai 90 milioni di euro e una produzione pari a 135.000 tonnellate, ha otte-

nuto il Certificato di Sostenibilità.

«Un importante riconoscimento che ci riempie di orgoglio - dichiara il presidente della Patfrut, Roberto Cera - e che premia la nostra scelta di utilizzare gli imballaggi Rpc di Ifco - da oltre 20 anni azienda leader nei contenitori di plastica riutilizzabili - proteggendo l'ambiente e costruendo una filiera più sostenibile».

Si tratta di imballaggi progettati per migliorare l'efficienza lungo la supply chain e appositamente concepiti per il trasporto di prodotti freschi in quanto hanno una struttura resistente, sono altamente ventilati e non vengono alterati dall'umidità nella catena di fornitura.

Gli alti livelli di ventilazione permettono di raffreddare più rapidamente i prodot-

ti e di controllarne la temperatura durante il trasporto, prolungando la durata di conservazione.

IMBALLAGGI

«Numerosi studi - sottolinea Cera - documentano la capacità degli imballaggi RPC di ridurre in misura significativa il danneggiamento dei prodotti e gli scarti alimentari nella catena di fornitura della distribuzione al dettaglio, migliorando l'impatto ambientale e sociale».

«Complessivamente - dichiara Cera - utilizzando questo packaging moderno e 'green' - Patfrut contribuisce ad abbassare le emissioni di CO2 per 329.195 kg (194 automobili in meno

sulle strade ogni anno), riduce il consumo d'acqua per 5.870 m3 (volumi consumati in 130.453 docce); inoltre, consente un risparmio energetico di 20.929 GJ (pari all'energia che alimenta oltre 11.000 lampadine ogni anno), diminuisce la produzione di rifiuti

Il presidente Cera: gli imballaggi scelti riducono i danni ai nostri prodotti

per 168.126 kg (pari alla quantità giornaliera di rifiuti solidi prodotta da 129.328 cittadini europei) e riduce i danni ai produtto-

ri per 29.908 chilogrammi, pari a 49.847 pasti».

«Ancora una volta - conclude il presidente Cera - la nostra cooperativa rafforza la sua vocazione green, rispondendo alla crescente attenzione mostrata su questi temi da parte delle istituzioni, dell'opinione pubblica e dei consumatori».

LA SOSTENIBILITÀ

«Con queste operazioni - conclude il presidente -, Patfrut si pone in prima linea in termini di sostenibilità ambientale delle attività produttive, una scelta assolutamente naturale e perfettamente in linea con la natura di cooperativa legata al territorio in cui opera». —

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI