

FERRARA



Visit Ferrara compie dieci anni È l'hub del turismo in provincia

Il consorzio protagonista della promozione del territorio e delle sue bellezze
Si va dalle visite guidate agli strumenti utili per le aziende e i propri associati

Ferrara Visit Ferrara compie 10 anni e lo fa portando avanti piani annuali per la promo-commercializzazione territoriale includono la partecipazione a fiere specializzate, per promuovere il territorio e acquisire contatti commerciali con tour operator e agenzie di viaggio. Fra le più importanti Ttg di Rimini, Bmt di Napoli, Bit di Milano, Itb di Berlino, Wtm di Londra, Salon des Vacances di Bruxelles, Ferien Messe di Vienna, Tt di Varsavia, Free di Monaco e le fiere del turismo di Budapest e Zurigo. Tanti anche i workshop a cui Visit ha preso parte, come Buy Emilia Romagna, Borsa delle 100 Città d'Arte, Borsa del Turismo Fluviale e del Po, BitEsp e la nuova Cites Emilia Romagna. La partecipazione a questi momenti d'incontro domanda-offerta insieme alla Regione Emilia Romagna, ad Atp Servizi e a Destinazione Turistica Romagna, è fondamentale

le per comunicare un territorio che faticerebbe a farsi conoscere all'estero.

Nel 2015 Visit ha aderito alla rete di consorzi regionali Welcome e aderisce ogni anno alla programmazione di Destinazione Turistica Romagna, con la quale partecipa in modo proattivo a tutte le azioni che vengono realizzate, dalla comunicazione alla partecipazione a momenti d'incontro e serate promozionali.

Al fine di intensificare la collaborazione fra pubblico e privato per la promozione turistica e la commercializzazione di interesse locale, il consorzio Visit Ferrara ha poi anche avviato nel corso degli anni collaborazioni con diversi soggetti pubblici: si ricorda il supporto, anche economico, da parte della Camera di Commercio di Ferrara, del Comune di Ferrara e quello di Comacchio, per il quale ha coordinato per anni il progetto di

Ospitalità

È il principio cardine sulla cui base rivolgersi ai turisti e agli operatori del settore

promo-commercializzazione "Vacanze Natura" finalizzato alla promozione del territorio di Comacchio e del Parco del Delta, che poi si è trasformato in "Vacanze Natura e Cultura" con l'ingresso nel progetto del Comune di Ferrara.

Nel corso del 2019 Visit Ferrara ha attivato una fase sperimentale di collaborazione con il Comune di Argenta, che ha portato alla definizione di un piano triennale di promo-commercializzazione del territorio argentino nelle annualità 2020-2021-2022. Per il triennio 2022-2023-2024 sta collaborando con il Comune di Portomaggiore per includere il territorio comunale in un progetto legato al cicloturismo e intermodalità. Per il biennio 2023-2024 si sta occupando inoltre della promo-commercializzazione dei territori dell'Unione Valli e Delizie (Comuni di Argenta, Portomaggiore e Ostellato). Pro-

getti mirati che vogliono consolidare la creazione di sinergie tra tutti i soggetti turistici dell'intero territorio, rappresentandoli sui mercati nazionali e internazionali, favorendo dunque i rapporti con tutti gli intermediari.

Nel territorio Visit ha ideato e organizzato progetti specifici con enti pubblici e privati sempre con l'obiettivo di migliorare turisticamente il territorio e fornire servizi alle imprese turistiche locali, come con Sipro e alcuni comuni e unioni di comuni.

Nel corso degli anni ha collaborato con innumerevoli organizzatori di eventi del territorio supportandoli nella promozione turistica dell'evento. Per citarne alcuni: il Ferrara Buskers Festival, il Carnevale, il Palio, le mostre a Palazzo dei Diamanti, il Comacchio Beach Festival, Novembre Magico, la Sagra dell'Anguilla, il Ca-

Eventi

Dalla città ai Lidi tante attività ed escursioni in grado di coinvolgere appassionati

podanno a Ferrara, la Granfondo del Po, Ferrara in Fiaba e moltissimi altri. Il consorzio inoltre nel corso degli anni ha gestito l'ospitalità per diverse iniziative turistiche per convegni ed eventi sportivi nel territorio. Questo si è reso possibile grazie alla potenzialità di una rete d'impresie in grado di riuscire a coprire tutti i servizi turistici del territorio.

Per i propri soci nel corso degli anni ha svolto svariate attività e ha fornito diversi servizi, tra cui l'invio costante di newsletter e aggiornamenti sulle iniziative che si svolgono nel territorio, la realizzazione di materiale turistico e l'organizzazione di momenti di formazione, tra i quali citiamo l'iniziativa "Classe di Visit Ferrara", rivolta a tutti gli operatori locali, che prevede l'approfondimento di alcune tematiche legate al mondo del turismo e itinerari guidati sul territorio per approfondire la conoscenza

«La provincia adesso è una meta unica»

Il plauso di Govoni della Camera di commercio e il ricordo dei primi presidenti



Paolo Govoni
È il vicepresidente della Camera di Commercio di Ferrara e Ravenna

Ferrara «Benessere, musica, fitness, sport, gusto, cultura e altro. Sono alcuni dei temi al centro dei progetti realizzati in questi anni da Visit Ferrara per promuovere e valorizzare le destinazioni turistiche della nostra provincia - dice **Paolo Govoni**, vicepresidente della Camera di Commercio di Ferrara e Ravenna - Grazie all'offerta sempre più centrata sulle esigenze dei turisti, con percorsi esperienziali costruiti su misura, Visit ha saputo intercettare nuovi bisogni, delineando il territorio ferrarese come grande e unica meta turistica. Dobbiamo ora fare lo scatto di qualità verso la destagionalizzazione, obiettivo alla portata del comparto, di certo pronto a gestire i flussi in concomitanza con festività e alta stagione, ma anche capace di distribuirli nel tempo e nello spazio».

Franco Vitali, primo presidente di Visit: «Il consorzio è nato nel 2013 su iniziativa della Camera di Commercio e del suo presidente Carlo Alberto Roncarati. È stato, e lo è tuttora, l'unico consorzio provinciale di imprese private esistente in regione, e questo è motivo di grande orgoglio. Si tratta, infatti,



Ted Tomasi
È stato il terzo presidente di Visit Ferrara. A lato Vitali con Ludergnani

di uno strumento di innegabile utilità per la promo-commercializzazione e lo sviluppo turistico della provincia, con innumerevoli iniziative promosse negli anni con imprese ed enti locali per incrementare il flusso turistico non solo a Ferrara e Comacchio, ma in tutti i comuni del territorio».

Il successore, **Matteo Ludergnani**: «Forse nessuno ricorda più il periodo in cui nacque Visit: era quello immediatamente successivo al terribile terremoto che colpì le nostre zone; fenomeno che affossò ulteriormente un settore, quello del tu-



rismo, che già versava in gravi condizioni per le crisi macroeconomiche che il nostro Paese stava affrontando. La lungimiranza della Camera di Commercio e la tenacia di imprenditori che avevano capito l'im-

portanza di aggregare risorse, energie e capacità, ha fatto sì che il consorzio riuscisse, attraverso la propria attività di promo commercializzazione, a riportare i dati turistici in provincia al periodo pre-sisma».

E **Ted Tomasi**, terzo presidente: «Visit resta un punto di riferimento per tutta la provincia grazie all'impegno e alla collaborazione dei singoli soci, che hanno reso possibile unificare la destinazione turistica. Il mare e la città d'arte ferrarese, il Parco del Delta, percorsi naturalistici e cicloturismo ora fanno parte di una sola destinazione che ha maggiore valore, grazie a un percorso di integrazione svolto con la promo-commercializzazione via web e con la pianificazione di servizi e attività condivisi».



«Sport e congressi, ci sono ancora margini di crescita»

Il presidente Scolamacchia: «Allungare la stagione si può»



di Davide Bonesi

Al Ttg di Rimini
Scolamacchia con Chiara Vassalli e Luca Bianchi



Il logo di Visit
Il consorzio ferrarese festeggia dieci anni

Ferrara Nicola Scolamacchia di Astra Hotel è il quarto presidente del consorzio Visit Ferrara, al timone in occasione del decimo anniversario. «Sono stati dieci anni fra alti e bassi - racconta -, siamo partiti in un periodo in cui il turismo andava benino. Ma abbiamo visto la provincia crescere fino al 2019 e nel 2020 eravamo pronti a superare il record di presenze quando ecco l'anno orribile con il Covid, che ci ha segato le gambe per un paio d'anni. Abbiamo continuato come Visit a fare le attività che ci erano possibili, per non uscire dai radar degli operatori turistici, convinti che si poteva tornare alla normalità e nel 2022 siamo ripartiti con numerose attività online e altre intense di relazioni con i tour operator che hanno dato i frutti. Siamo all'oggi, il 2023 è andato molto bene in primavera, poi in estate i dati si sono incrinati e oggi andiamo avanti fra alti e bassi, nonostante l'impegno di città e comuni - con cui collaboriamo - in tal senso. I soldi da spendere sono in linea con i dati pre-Covid ed è comunque importante pensare che abbiamo recuperato quanto perso nel 2020, non ci avrebbe creduto nessuno. Allo stesso modo tranquilli non si è mai, dalle due guerre all'esplosione dei costi energetici, fattori che tolgono lo stimolo a viaggiare».

La forza (e l'impegno) di Visit è la variegata proposta, «partendo da Ferrara e Comacchio, ma anche facendo entrare gli altri comuni nei radar, per vacanze che non siano solo città d'arte o balneare, quindi cicloturismo, cammini e ciclofluviale. Poi noi ci aggiungiamo nuove idee, vedi gli anelli del Po. Non mi va che qui ci si pianga addosso o si dica che abbiamo meno offerte degli altri territori, ma perché? Non è vero che siamo in mezzo al nulla, anzi è un punto di forza specie per chi esce dalle grandi città e cerca relax e vacanze slow. Si cerca



l'autenticità, capita di vedere turisti andare nel bar del paese e godersi il panorama, anche non avendo possibilità di dialogo. Dobbiamo provare a vederci con gli occhi degli altri».

Stagione lunga Tema che torna puntuale ogni autunno: bisogna allungare la stagione turistica al mare. «Fatico a dare la croce agli imprenditori o ai proprietari delle seconde case che non sono pronti ad accogliere turisti a maggio o dopo l'estate, perché c'è meno richiesta. Bisogna incontrarsi a metà strada e creare reti di collaborazione, da Destinazione Turistica Romagna in poi. Va capito che quello ritenuto da noi clima freddo nel Nord Europa è caldo, quindi si tratta di trovare il pubblico adatto. E, certo, c'è anche un'azione culturale nel far capire che il turismo ci

può essere anche fuori dai tre mesi estivi, ma a esempio mancano gli alberghi. Sono d'accordo con Vitali quando dice di aumentare la destagionalizzazione (termine che non amo), perché in estate si può salire poco, mentre negli altri mesi ci sono margini. Pensiamo a lavorare su segmenti meno legati alle stagioni, tipo il turismo sportivo all'aperto o quello congressuale, peraltro fatto di persone che ha buona capacità di spesa».

Eventi e altro Parliamo di eventi, viene facile pensare subito al concerto di Springsteen: «Questo è la punta dell'iceberg, il giorno del concerto e quelli vicini c'è un piccolo di presenze... e anche di prezzi. Il riscontro è immediato, ma a noi interessa la portata mediatica dell'evento, l'eco che dà di Ferrara in Europa e nel mondo. Questo concerto ha detto che c'è un luogo per ospitare eventi di questo tipo e in sicurezza. E che effetto fa vedere Ferrara assieme alle grandi capitali. Lo stesso vale per le mostre ai Diamanti, non è tanto la mostra stessa ma è l'eco a fare da volano per il turismo di arte e cultura. Quando si parli 30-35 anni fa fummo dei pionieri e non dimentichiamo che abbiamo altri elementi di tradizione come i Buskers e Sotto le stelle, caratterizzano Ferrara».

Punto di forza di Visit sono i servizi: «Non siamo solo un consorzio turistico, ma di commercializzazione e si va dalle cose più semplici, come le mappe per i turisti che realizziamo gratis per i nostri soci o le nuove visite guidate in Castello. Poi stiamo aprendo al turismo sportivo e a quello cosiddetto "mais", il congressuale, per il quale pensiamo a tutte le cose che servono quando c'è un evento di questo tipo: chi viene qui vuole trovare una segreteria organizzativa che gli dia la certezza di trovare tutti i servizi e che siano efficienti. Qui Ferrara può ancora crescere».

za delle emergenze artistiche, culturali e naturalistiche e mettere a diretto contatto gli operatori, stimolando la conoscenza reciproca e favorendo la possibilità di creare sinergie e collaborazioni nelle rispettive attività. E Visit Ferrara si è reso editore di una cartoguida in vendita (inglese e italiano) che include informazioni e itinerari sulla città di Ferrara, su Comacchio e sull'intera provincia, distribuita negli Iat e naturalmente anche all'interno delle strutture ricettive.

Le proposte Ormai da diversi anni Visit realizza, in collaborazione con le guide socie, alcune visite guidate per singoli con partenza garantita. I format "Raccontare il Castello" e "Raccontare Ferrara" hanno avuto molto successo nel corso degli anni. Una proposta rivolta a tutti i turisti (ma anche ai ferraresi) che gravitano in città nel weekend; due le opzioni, entrambe con partenza fissa e programmata ogni sabato alle 15.30 (visita guidata del Castello Estense) e ogni domenica mattina alle 10.30 (visita guidata a piedi alla città).

Inoltre, Visit Ferrara è promotore di un prodotto turistico innovativo chiamato "Gli Anelli del Po" che mette a sistema diversi servizi turistici per creare un'esperienza unica fruibile a tutti. Si tratta di itinerari giornalieri che includono la bicicletta, la visita guidata delle Delizie Estensi, la possibilità di fare degustazioni e di na-

vigare, tutto all'insegna del turismo fluviale e della mobilità sostenibile.

Un altro fronte sul quale il consorzio è fortemente attento è quello dei dati: prevedere i trend del territorio è, infatti, sempre più fondamentale per definire strategie e tattiche di valore con risultati misurabili, oggettivi e concreti. Ecco perché Visit ha promosso a tutti i propri hotel associati di adottare la tecnologia di H-Benchmark, che permette di conoscere in tempo reale occupazione e ricavi della destinazione, consentendo di confrontare le loro performance con la media aggregata di altre strutture della stessa destinazione o pari categoria. Una piattaforma che consente, dunque, di tenere sott'occhio costantemente lo stato di salute della destinazione, suggerendo azioni agli operatori e ottimizzando le azioni di comunicazione. Ogni lunedì viene generata la newsletter "Ferrara Tourism Index", inviata ai soci e agli operatori che ne hanno fatto richiesta, che consente di confrontare dei dati reali e oggettivi con i quali porsi domande e così scaricare a terra i risultati con un approccio data driven per il turismo. Da poco il sistema di H-Benchmark, sempre grazie a Visit Ferrara, è stato trasportato anche sulla costa ferrarese utilizzando i dati dei più grandi campeggi e villaggi dei Lidi di Comacchio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Rete integrata per una marca eccellente

Il profilo Numerosi i servizi grazie alle imprese coinvolte, da Ferrara fino ai Lidi

Apertura

Possono fare parte imprese, associazioni ed enti con sede operativa nel Ferrarese

Ferrara Al centro c'è la promozione di un territorio come quello ferrarese in grado di soddisfare le richieste di qualsiasi tipologia di turista, da quello interessato alle città d'arte come Ferrara e Comacchio a quello che preferisce l'incontaminata natura del Parco del Delta. Il Consorzio Visit Ferrara, costituitosi il 30 maggio 2013 grazie al supporto della Camera di commercio e della Provincia di Ferrara, ha unito nel corso degli anni in un innovativo progetto condiviso hotel, strutture ricettive, agenzie di viaggio, ristoranti,

stabilimenti balneari e aziende di servizi, sempre con il benessere delle associazioni di categoria locali che hanno espresso parere favorevole ai programmi delle iniziative.

Alla costituzione nel 2013 i soci erano 21, tra strutture ricettive ed extraricettive, enti e imprese, ma alla fine dello stesso anno, anche grazie all'attività di informazione fatta dal consorzio, se ne potevano contare già 46, un numero destinato poi a crescere fino a toccare i quasi 100. Esperienza intrapresa dal basso, nella consapevolezza che, presen-

andosi come un territorio unico e unito, la provincia di Ferrara avesse le potenzialità per aumentare il valore della destinazione, mirando a diversi tipi di target turistico.

Ecco le imprese che attualmente fanno parte del Consorzio Visit Ferrara. Tra le strutture alberghiere di Ferrara, Annunziata, Astra, Carlton, di Prati, Europa, Lucrezia Borgia, Maxxim, Orologio, Torre della Vittoria, Touring e Radisson. Fra l'extra alberghiero: Ego Residence, Le Case Cavallini Sgarbi, agriturismi Delizie d'Este e Principessa Pio. Per il

I vertici

Scolamacchia è presidente, Vitali vice, consiglieri Govoni, Cavicchi, Santonastaso e Mondo

ricettivo sulla costa: Camping village Florenz, Club e hotel Spiaggia Romea, Camping i Tre Moschettieri, Spina camping village, Tahiti camping village, Tomasi Tourism e Vigna sul Mar camping village. Stabilimenti balneari con ristorazione il Gallanti Beach. Le guide di Naturalmente Arte, Aqua e Maria Chiara Trombetta e Emma Buzzoni. Tra le agenzie di viaggio Link Tours, Larus Viaggi e Po Delta Tourism. Agenzie immobiliari come Remax Ferrara e Tecnocasa di Porto Garibaldi. Per quanto riguarda il food, Trattoria da Noemi, Giori, 381 Storie da Gustare, la Torrefazione la Brasiliana e l'azienda agricola Corte Madonnina. Diverse le agenzie di comunicazione: Brain, Delphi International, Dinamica Media, Grafica Andros, Insi-

de Comunicazione, Medhiartis, Le Immagini Agenzia di Comunicazione e Origraf. Associazioni e cooperative: il Germoglio, Cidas e Strada dei Vini e dei Sapori della Provincia di Ferrara. Aziende di trasporto su gomma tra cui Autonoleggi Cornacchini, Corbus, la Valle Trasporti, il City Red Bus e Lcncc di Lorenzo Covizzi. Imbarcazioni per il trasporto fluviale la Motonave Nena. Organizzatori di eventi e imprese di servizi turistici: Fashion Eventi, Stileventi Group, Witoor, Ferrara Incoming, la Bottega Fiorita, Todisco Bike, Nautica Mondo e le Valli di Argenta (Soelia). Infine, enti di formazioni come B-Ethic, Centoform, Escot Ferrara, Fondazione San Giuseppe Cfp Cesta, Iscom Ferrara e Infomedia.

© RIPRODUZIONE RISERVATA