

I nodi del turismo

NUOVA SEGNALETICA E NUOVI ITINERARI CULTURALI

«Così si racconta la Ferrara del '900»

UNA NUOVA segnaletica turistica, per raccontare un itinerario che si articola intorno a edifici della città realizzati nel ventennio fascista. 'AtriumGo' è un progetto legato alla Ferrara del Novecento, presentato ieri pomeriggio, in Sala Boldini. A questo proposito, sono state indicate le quindici tappe del percorso pedonale che da Largo Antonioni va fino all'Acquedotto. Percorso, la cui descrizione è affidata a totem collocati lungo le strade che attraversano i singoli luoghi. «L'iniziativa 'AtriumGo', che coinvolge partner italiani e croati – ha sottolineato Maria Teresa Pinna, del servizio Manifestazioni culturali e turismo del Comune – è finanziata dall'Unione Europea, nell'ambito del più ampio progetto 'Atrium Plus'. Un progetto sul patrimonio architettonico 'dissonante', che riguarda cioè il frutto dei diversi regimi totalitari del ventesimo secolo. Dagli scambi bilaterali fra gli studenti ferraresi dell'istituto 'Aleotti' e quelli di Zara, si è così arriva-

ti alla creazione di un itinerario, con la direzione scientifica di Barbara Pizzo e di Ulisse Tramonti, docente di Architettura dell'Università di Firenze».

L'ASSESSORE alla Cultura Marco Gulinelli ha evidenziato il carattere partecipato dell'itinerario, che ha coinvolto diversi uffici del Comune, e gli istituti scolastici 'Aleotti' e 'Alda Costa'. Dopo la proiezione di un video, è partita la passeggiata guidata lungo il percorso. Percorso comprendente il Quadrivio di via Boldini, de Pisis, Mentessi, Previati, il Complesso Boldini, il Conservatorio 'Frescobaldi', il Museo di storia naturale, la scuola 'Alda Costa', il palazzo delle Assicurazioni Generali, Torre della Vittoria, la Camera di Commercio, l'ex palazzo Ina, il palazzo delle Poste, le ville liberty di Ciro Contini, il palazzo dell'Aeronautica, l'ex Casa del fascio, la scuola 'Mario Poledrelli', e appunto l'Acquedotto.

Giuseppe Malaspina



«Diversi fattori hanno provocato un terremoto sul turismo estero»

TED TOMASI
Presidente del Consorzio Visit

«Ripensare la legge regionale sul turismo per valorizzare i piccoli centri storici»

DIEGO BENATTI
Direttore della Cna - Ferrara

«Immaginare nuovi percorsi che rendano collegate le eccellenze del nostro territorio»

DAVIDE URBAN
Direttore generale Ascom

LA SCHEDA



Capoluogo e Comacchio

Ferrara città ha registrato un +6% grazie agli investimenti sul turismo. Aumentati gli arrivi in agosto a Comacchio grazie al Jova Beach.



Al Ttg di Rimini

Visit Ferrara in questi giorni è al Ttg di Rimini per promuovere l'offerta della Provincia e rafforzare il brand con il sostegno dei privati

VISIT FERRARA Il presidente Tomasi: «Dobbiamo essere visibili, accessibili, capaci di venderci in modo moderno e veloce»

«Il mercato cambia, pronti alla sfida»

Il presidente di Visit Ferrara Ted Tomasi analizza i dati sulle presenze del 2019, fissando nuovi obiettivi. Visit Ferrara è al Ttg

«**IL DATO** di arrivi e presenze turistiche di Comacchio gennaio-agosto 2019 deve essere osservato con attenzione – spiega Ted Tomasi, presidente di 'Visit Ferrara' commentando i dati della camera di Commercio –. Gli ultimi due anni di segno meno, dopo l'impennata degli anni precedenti che vedevano Comacchio prima in Regione come incremento rispetto al passato, prevedono un diverso metodo di lettura del dato statistico che elimina molte presenze conteggiate fino a due anni fa. La presenza di turisti con una lunga permanenza nei villaggi turistici viene ricondotta a semplici ingressi. Ciò provoca un ridimensionamento significativo che dimezza la perdita dichiarata nel 2019 e azzerata quella del 2018». Il presiden-



Il presidente del Consorzio Visit Ferrara Ted Tomasi con Nicola Scolamacchia di Confesercenti e Chiara Vassalli al Ttg di Rimini

te di Visit evidenzia che bisogna analizzare i dati anche dal punto di vista del target turistico. «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 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 l'equilibrio fra turisti italiani e

stranieri, diventando questi ultimi praticamente equivalenti ai primi». 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). Essere visibili, accessibili, capaci di venderci 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».