



**FOCUS FERRARA**

**Allegato A**  
**SCHEDA PROGETTO**  
**FERRARA DESTINAZIONE TURISTICA – TURISMO INTEGRATO**

<b><u>Soggetto proponente</u></b>	CNA FERRARA – CNA TURISMO
<b><u>Soggetto attuatore</u></b>	PROVINCIA DI FERRARA – REGIONE EMILIA ROMAGNA
<b><u>Partnership</u></b>	ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA – UNIVERSITA' DI FERRARA- ISTITUZIONI – IMPRESE e CLUB DI PRODOTTO
<b><u>Motivazioni ed obiettivi</u></b>	<p>La realizzazione di un progetto turistico integrato nasce dalle necessità, non più procrastinabile, di superare la logica, che fino ad ora è stata applicata nel nostro territorio, di interventi di promozione e sviluppo non connessi tra loro, diffusi sul territorio e puntiformi, senza un preciso piano industriale.</p> <p>Il turismo nel territorio ferrarese è una realtà a tinte variabili. Esistono realtà imprenditoriali di discrete dimensioni e specifiche in diversi settori (balneare, città d'arte e negli ultimi anni si sono sviluppate aziende che operano su elementi di raccordo e fortemente emozionali come il Delta del Po e i siti Unesco), come esistono club di prodotti in grado di operare una interessante azione promo commerciale in sinergia con il sistema regionale. Difficilmente però si può affermare di operare sull'intero territorio privilegiando la crescita e la coesione aziendale. Troppi sono ancora i prodotti inespressi e l'incapacità di leggere in termini reddituali e occupazionali gli investimenti pubblici necessari per rendere ospitale il territorio. Come ogni attività produttiva, il turismo ha proprie regole industriali alle quali non ci si può sottrarre pena lo sperpero delle risorse o l'insuccesso imprenditoriale.</p> <p>Occorre leggere ed interpretare in termini di business plan i prodotti che il nostro territorio e le nostre aziende possono offrire ai clienti, indicare connessioni coerenti fra aree e prodotti stessi partendo sempre dalle imprese, definire una strategia turistica in ottica sinergica al fine di valorizzare tutte le potenzialità del territorio senza disperdere risorse economiche ed energie, sviluppando di fatto un vero concetto di ACCOGLIENZA TERRITORIALE.</p> <p>Pur partendo dalla volontà di valorizzare le ciclovie, le vie d'acqua e il patrimonio culturale diffuso, anche di carattere paesaggistico attraverso progetti per servizi turistici digitali, la valorizzazione delle interconnessioni fra turismo, sistema agroalimentare e i servizi della ristorazione ecc, il progetto è un reale cambio di passo rispetto a come è stato inteso lo sviluppo turistico del territorio fino ad ora.</p> <p>L'obbiettivo è, infatti, quello di realizzare un'azione di sviluppo che parta da una "strategia industriale turistica" che contenga al proprio interno una precisa indicazione dei prodotti (quelli in grado di produrre effetti tangibili sull'economia e in grado di dare vita a nuova occupazione), della promozione (prodotti che generino ricavi/margini adeguati a sostenere una buona azione promozionale da parte dei privati), della</p>



**FOCUS FERRARA**

	<p>gestione, della manutenzione necessaria, e, infine, delle connessioni con altri servizi storici (il "balneare" e la città d'arte) e con dei territori limitrofi, compresa la valorizzazione dei "marchi" Unesco.</p>
<p><b><u>Fasi operative</u></b></p>	<p>La realizzazione del progetto prevede innanzitutto la condivisione dell'approccio di elaborazione della strategia turistica da parte di tutti gli attori coinvolti, privati e pubblici, al fine di armonizzare tutti gli interventi e le iniziative che verranno realizzate sul territorio assumendo come principio cardine quello che, ad ogni turista dobbiamo offrire un nuovo modo di viaggiare, per conoscere il nostro territorio, cultura, persone e gusti.</p> <p>E' necessario infatti, che a fianco di tutte le strutture e le infrastrutture necessarie al soggiorno (trasporto, alloggio, ristorazione, attività ricreative), ci sia un'adeguata capacità di richiamo emozionale legato alla sua notorietà e alla sua immagine e la capacità complessiva del prodotto di produrre un adeguato ritorno economico capace di sostenere i servizi necessari e i costi di promozione. Un luogo diviene destinazione quando il mercato ne acquisisce consapevolezza e questa si traduce in domanda effettiva anche grazie alla capacità di offrire e comunicare i servizi eccellenti. Per raggiungere l'obbiettivo è necessario:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Istituire un tavolo di coordinamento di politiche di sviluppo che definisca i progetti territoriali da sostenere e che opera secondo il principio di sussidiarietà in relazione alle capacità aziendali delle imprese adeguatamente strutturate (direttamente o attraverso forme aggregative come prevedono le leggi regionali (club di prodotto)) partecipanti al tavolo</li> <li>- Operare attraverso DMO capaci di COORDINARE LA PROMOCOMMERCIALIZZAZIONE TURISTICA PUBBLICA E PRIVATA DEI PRODOTTI TERRITORIALI. L'individuazione di una struttura organizzativa che si faccia carico di gestire i processi organizzativi e partecipi a quelli decisionali rappresenta una precisa scelta del modo in cui organizzare la promo commercializzazione dei servizi turistici. Questo permette di integrare all'interno di un processo strategico le azioni necessarie per gestire i fattori di attrattività e i servizi turistici per interessare la domanda di mercato e di posizionare la destinazione in ambiti competitivi adeguati rispetto alle caratteristiche del territorio attraverso un piano di promo-commercializzazione del territorio.</li> </ul>
<p><b><u>Coerenza con strumenti di programmazione</u></b></p>	<p>E' coerente con gli strumenti di programmazione in quanto mira allo sviluppo dell'interno territorio con particolare attenzione alle aree interne, che sono il cuore del paesaggio della nostra provincia.</p> <p>Il progetto è coerente con il PNRR:</p> <p>Missione 1: Digitalizzazione, innovazione, competitività e cultura M1C3: turismo e cultura 4.0;</p> <p>Missione 3: Infrastrutture per una mobilità sostenibile - M3C2: intermodalità e logistica integrata</p> <p>E' in linea con il Patto per il Lavoro e il Clima-Focus Ferrara:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-2: Trasformazione Green; 2.1 e 2.3</li> <li>-3: Connessioni; 3.1, 3.2, 3.3</li> <li>-4: Investimenti, attrattività, occupazione</li> </ul>
<p><b><u>Livello di progettazione / cantierabilità</u></b></p>	<p>Il progetto è in fase embrionale con la sperimentazione di alcune proposte di turismo integrato ed esperienziale da parte delle imprese private del settore turistico. E' necessaria l'integrazione con la progettazione pubblica e la realizzazione delle infrastrutture da parte</p>

	delle Istituzioni.
<b><u>Competenze necessarie</u></b>	La DMO presuppone la disponibilità di COMPETENZE in ambito turistico per la progettazione del piano strategico e per la comunicazione Interna ed esterna al sistema e negoziazione e la capacità di connettere risorse private ad altre pubbliche
<b><u>Risorse</u></b>	Pubbliche (locali, regionali, nazionali, europee) e private
<b><u>Impatto sociale</u></b>	Il progetto mira all'integrazione e allo sviluppo dell'intero territorio, con particolare attenzione alle aree interne ed al loro sviluppo, superando le disuguaglianze territoriali presenti nella nostra provincia
<b><u>Impatto di genere</u></b>	Il progetto avrà ripercussioni positive sul piano occupazionale del territorio in modo paritetico rispetto al genere dei nuovi occupati.
<b><u>Impatto occupazionale quali-quantitativo</u></b>	Il progetto impatterà sul livello quali-quantitativo in quanto creerà le condizioni di sviluppo di nuovi servizi creando nuova occupazione
<b><u>Impatto ambientale</u></b>	Il progetto punta alla valorizzazione del territorio imponendone di fatto la tutela e la sostenibilità di tutte le zone che verranno messe in campo per lo sviluppo progettuale
<b><u>Comuni interessati</u></b>	Provincia intera