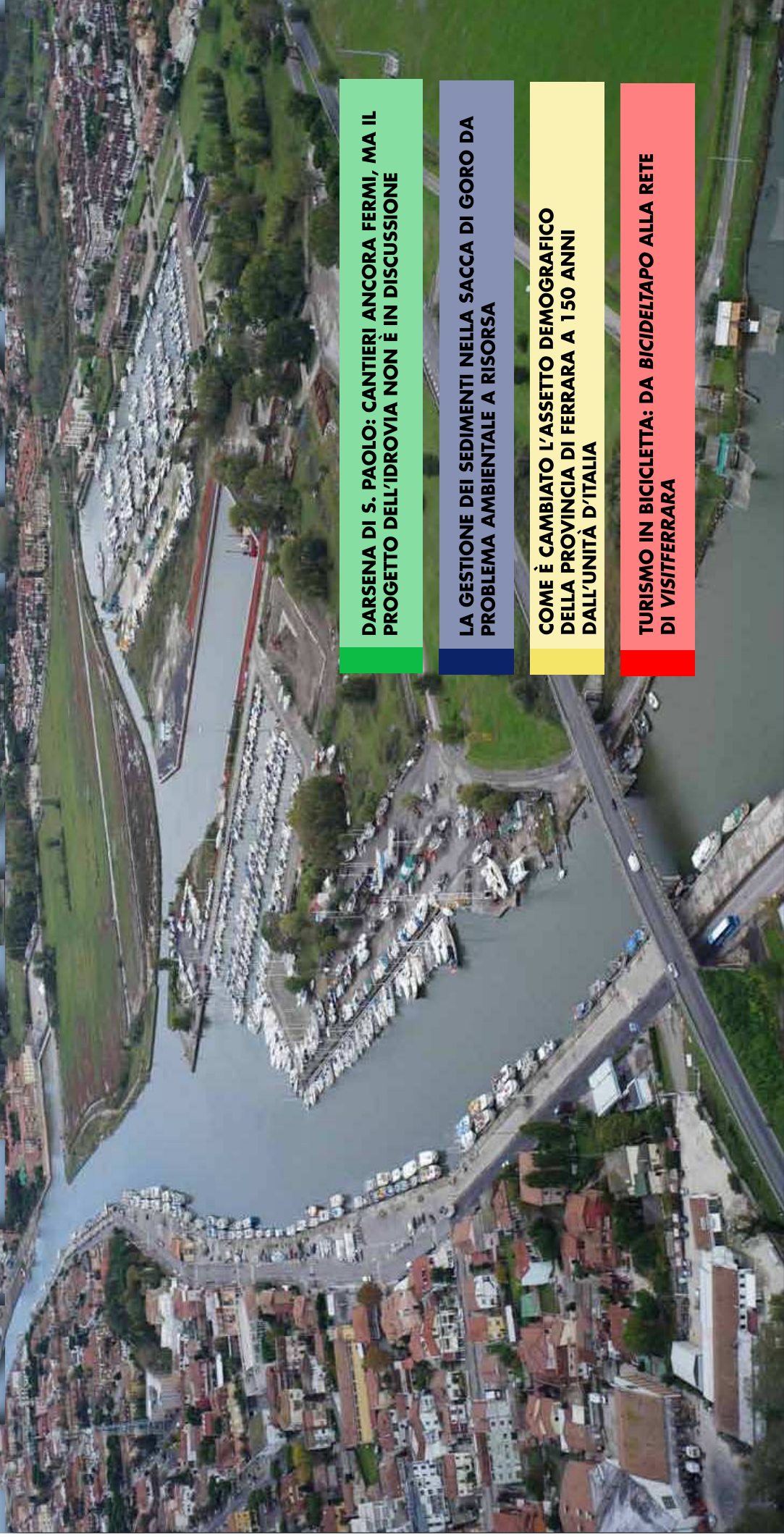




Ferrara



DARSENA DI S. PAOLO: CANTIERI ANCORA FERMI, MA IL PROGETTO DELL'IDROVIA NON È IN DISCUSSIONE

LA GESTIONE DEI SEDIMENTI NELLA SACCA DI GORO DA PROBLEMA AMBIENTALE A RISORSA

COME È CAMBIATO L'ASSETTO DEMOGRAFICO DELLA PROVINCIA DI FERRARA A 150 ANNI DALL'UNITÀ D'ITALIA

TURISMO IN BICICLETTA: DA BICIDELTAPO ALLA RETE DI VISITFERRARA

la pianura

Rivista on-line quadrimestrale di economia, cultura ed informazione della Camera di Commercio di Ferrara

Anno 2014 - numero 1



Editore



Camera di Commercio di Ferrara
Sede legale, amministrativa e redazionale
Via Borgoleoni 11 – FERRARA
Tel.: 0532 783711
e-mail: lapianura@fe.camcom.it

Progettazione grafica e impaginazione

ti.gi.grafica
di Mauro Abbafati
Via Licia 14
00183 Roma
338.6328453
ti.grafica@alice.it

Direttore responsabile

Mauro Giannattasio

Comitato di redazione

Corrado Padovani
Caterina Pazzi
Corrado Pocaterra

Crediti fotografici

Alberto Guzzon
Arturo Colamussi

Presidente

Paolo Govoni

Giunta Camerale

Giulio Felloni (Vice Presidente)
Andrea Benini
Gisella Ferri
Nicola Gherardi
Alessandro Osti
Massimiliano Piva
Luigi Zepponi
Donatella Zuffoli

Collegio Revisori dei conti

Enrica Del Casale
Margherita Patrono
Silvia Sangiorgi

Segretario Generale

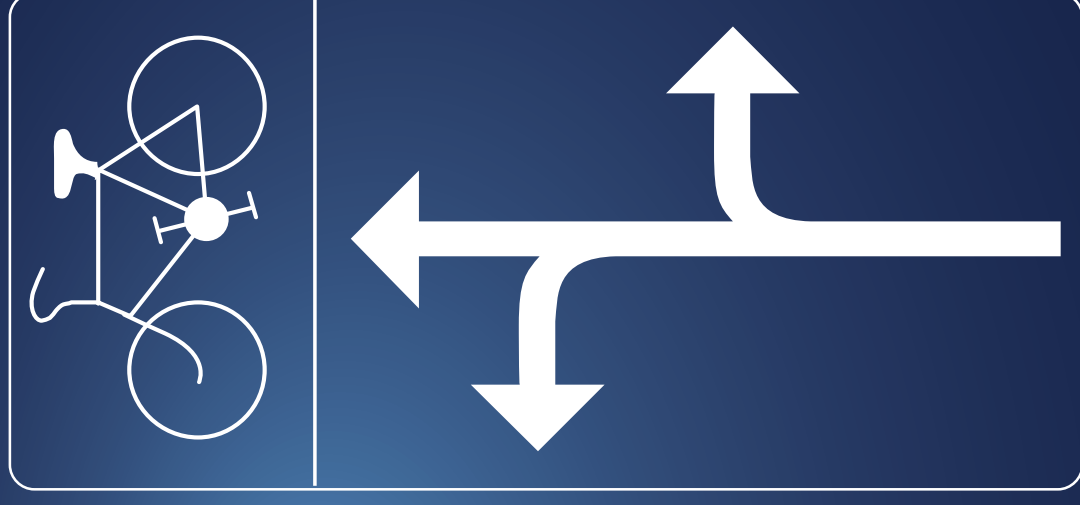
Mauro Giannattasio

TURISMO 

IN BICICLETTA:

Da BICI**DELTA**PO
alla rete di
Visit Ferrara

di Lisa Viola Rossi



27

30



34



«L'idea di una città in cui prevale la bicicletta non è pura fantasia».

Marc Augé, antropologo francese

Ebbene sì, la domanda sorge lecita: Augé quando scrisse l'*Eloge de la bicyclette*, era all'ombra del Castello Estense?

Già, perchè non solo Ferrara è la città italiana con il maggior numero di ciclisti, ma si attesta anche a livello europeo tra quelle in cui le due ruote sono il mezzo più diffuso.

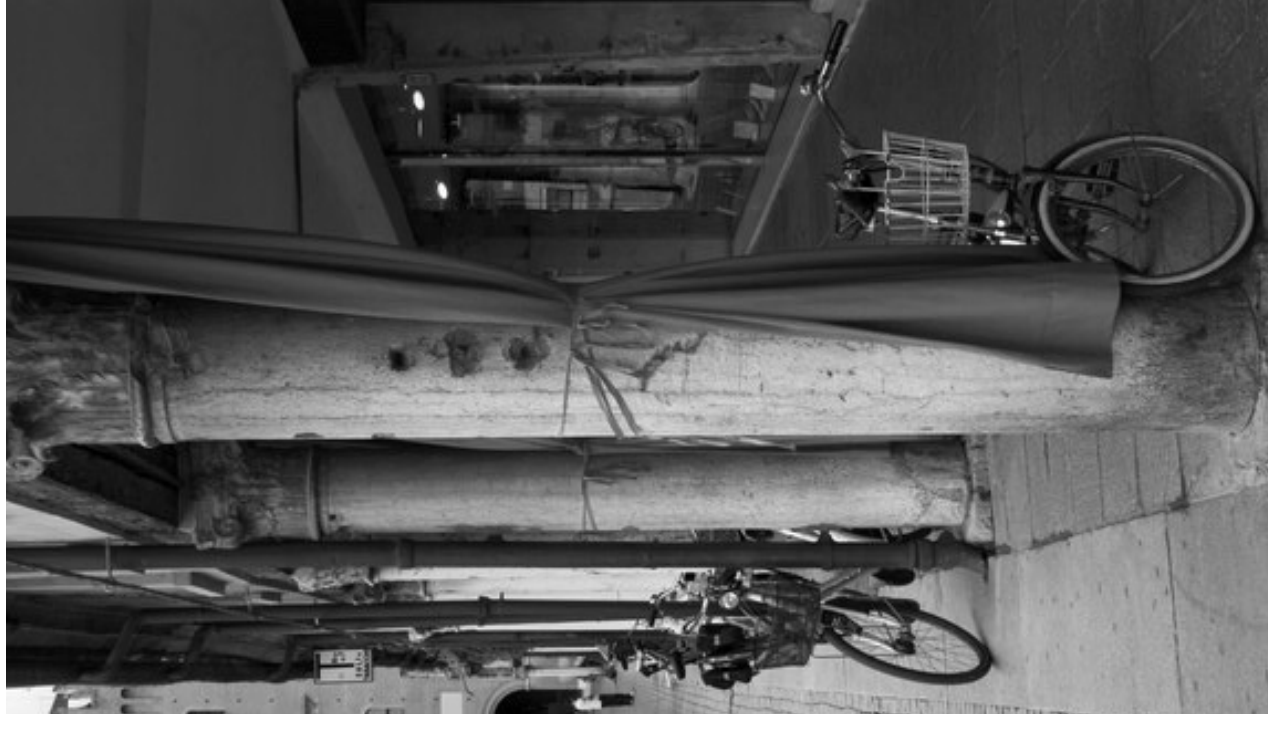
Questa consapevolezza ha portato l'Amministrazione ferrarese, da una ventina d'anni a questa parte, a dedicare numerosi progetti e iniziative per migliorare e incrementare l'uso della bicicletta (ricordiamo: nel 2000, DataBank indicava il 30,9% dei ferraresi come habitués della bici, mentre l'89,5% inforcherebbe la *biga* solo saltuariamente). Da qualche tempo, anche il settore privato più eco-lungimirante, sta puntando in questa direzione.

È il caso di **BiciDeltaPo**, progetto scaturito dalla necessità di innovare e riposizionare la presenza di Origraf, piccola realtà aziendale attiva dal 1996 nella tipografia, litografia, serigrafia e grafica pubblicitaria. Come un po' tutte le imprese di questo settore, ormai da qualche tempo anche *Origraf* deve fare i conti con due accadimenti incontestabili: da un lato, con le continue innovazioni alimentate dalla 'rivoluzione informatica' e dallo sviluppo della 'rete' e, dall'altro, con il progressivo ed ormai irreversibile declino degli articoli promozionali 'maturi', dagli stampati cartacei alla cartellonistica, fino ai gadget che, per oltre quindici anni, hanno rappresentato il core business, anzi la pressoché esclusiva operatività aziendale.

“È in questo contesto – ripercorre **Andrea Ori**, il titolare – che, fra la fine del 2009 e l'inizio del 2010, si è cominciato a ragionare, nell'ambito di un più ampio percorso evolutivo di trasformazione e caratterizzazione di Origraf, quale 'agenzia di servizi integrati per la comunicazione d'impresa'. Abbiamo riflettuto – continua l'imprenditore – sull'opportunità di proporci sul mercato, per target di clientela specifici, con un mix fra articoli promozionali di tipo tradizionale e strumenti di visibilità assolutamente innovativi che, nei confronti delle imprese operanti nel turismo, ha portato all'idea di attivare un *full-service* per il biciturismo”.

Nel sito ufficiale del progetto, www.bicidelapoi.it, spicca in evidenza il logo, che richiama in modo del tutto originale un codice a barre: “L'intento – spiega Ori – era quello di definire BiciDeltaPo come un'operazione unica, non replicabile, ovvero attraverso un identificativo riconoscibile e “leggibile” da chiunque in tutto il mondo operi nel commercio, richiamando al tempo stesso, esplicitamente, il nostro territorio, raffigurando il Castello estense ed il vecchio univoco CAP postale ‘44100’”.

Un progetto originale, in un campo altamente concorrenziale: “Un po' a tutti i livelli – continua l'ideatore di BiciDeltaPo –, il turismo viene segnalato come opportunità assolutamente centrale per lo sviluppo economico del nostro Paese. Il biciturismo, in particolare, è indicato fra i prodotti con maggiori prospettive, anche e soprattutto in un territorio come il nostro, che può disporre di specifiche interessanti per attrarre rilevanti target



27

31



34

sia escursionistici, che di ospiti pernottanti. Per questo — fa presente Ori —, già in sede di prospettazione strategica della candidatura al bando provinciale sull'asse 4 del Por-Fesr, il fondo europeo per lo sviluppo rurale attraverso il quale è stato cofinanziato il progetto, abbiamo rivolto una particolare attenzione alla ricerca e costruzione di forme di raccordo e di collaborazione con quanti operano nella ricettività turistica della nostra provincia e soprattutto nel Basso Ferrarese. Anche perché — sottolinea il titolare -, BiciDeltaPo è nato e vuole continuare a caratterizzarsi prioritariamente come agevolatore nel posizionamento dell'offerta ricettiva locale sul mercato delle vacanze 'in', ma anche 'con' la bicicletta".

Si parla di alcune centinaia di cicloturisti coinvolti nel progetto: "Per l'esattezza sono 541 le possibilità di trasporto su 2 ruote tra grandi e piccoli", segnala l'imprenditore, indicando il notevole successo in termini prettamente economici. "In questo primo triennio il giro d'affari derivante dall'insieme di attività collegate a questo settore, quindi noleggio bici, allestimenti fieristici ed attività promozionali, è stato di poco superiore agli 80.000 euro complessivi, anche se i margini di sviluppo sono ancora notevolissimi", rivela entusiasta Ori. "Il risultato più rilevante è certamente la piena operatività di un full service in grado di mettere in sella ed accompagnare più di 500 bicituristi".

Obiettivo raggiunto visto che, al momento, BiciDeltaPo può contare su una flotta coordinata ed integrata di cicli (341 citybike; 70 mountbike; 50 bici da strada; 20 bicibimbo; 2 tandem



e 5 biciclette elettriche a pedalata assistita, oltre a 20 cammellini, 3 carrellini e 25 seggiolini per il trasporto di bimbi), ma anche su accessoriata dedicata (119 caschi, 500 zaini, e poi rastrelliere portacicli, giubbotti catarifrangenti, kit per il gonfiaggio e la riparazione pneumatici, cassette porta-attrezzi, gonfiatori manuali, binocoli e navigatori satellitari gps) ed automezzi con

allestimenti specifici per la movimentazione contemporanea fino a 100 cicli.

"È stata insomma attualizzata — grazie anche al sito dedicato bicideltapo.it — l'infrastrutturazione del 'service', presupposto indispensabile per costruire quella rete integrata di servizi a supporto del biciturismo e biciescursionismo territoriale che, forse

anche a causa del difficile momento economico, fatica invece ancora a decollare pienamente", sottolinea Ori.

Proprio in questi giorni è stato candidato a bando della **Camera di Commercio di Ferrara** un nuovo progetto targato Origraf. "Puntiamo — rivela l'imprenditore — ad implementare ed innovare le modalità organizzative e di gestione dei "puntobici", l'insieme di postazioni attivate presso strutture ricettive ed altre realtà di ospitalità diffuse un pò in tutta la provincia dov'è possibile prendere a noleggio, riconsegnare e, se necessario sostituire, cicli ed accessori del "circuito BiciDeltaPo". E questo progetto, così come le iniziative per il sostegno della promocommercializzazione turistica dedicata, rappresentano senza ombra di dubbio le priorità per il futuro prossimo di BiciDeltaPo".

Mentre Origraf è definibile come uno dei casi studio di successo di una evoluzione imprenditoriale dai tratti green ben radicati nella cultura del territorio del Delta del Po, **Visit Ferrara** è esempio di tentativo di creazione di una rete turistica, che possa presentare Ferrara nel più ampio mercato turistico mondiale. "Da maggio 2013, in 54 hanno aderito alla rete di operatori, imprese ed enti che sta trasformando la provincia di Ferrara in una meta sempre più attraente, anche a livello internazionale", si legge nel comunicato del Consorzio, presieduto dall'imprenditore comacchiese **Franco Vitali** e nato per iniziativa della **Camera di Commercio** e della **Provincia di Ferrara**: "Arte, natura, mare, sport, sapori. Per competere sul mercato del turismo, non basta la sola consapevolezza e la capacità di promuovere un territorio ricco di potenzialità e di servizi". Partendo da questa consapevolezza, il consorzio Visit Ferrara cerca di coinvolgere in un unico progetto condiviso operatori, imprese ed enti, persuasi dalla possibilità di trasformare l'area territoriale di tutto il territorio ferrarese in una meta sempre più appetibile sia in campo nazionale che



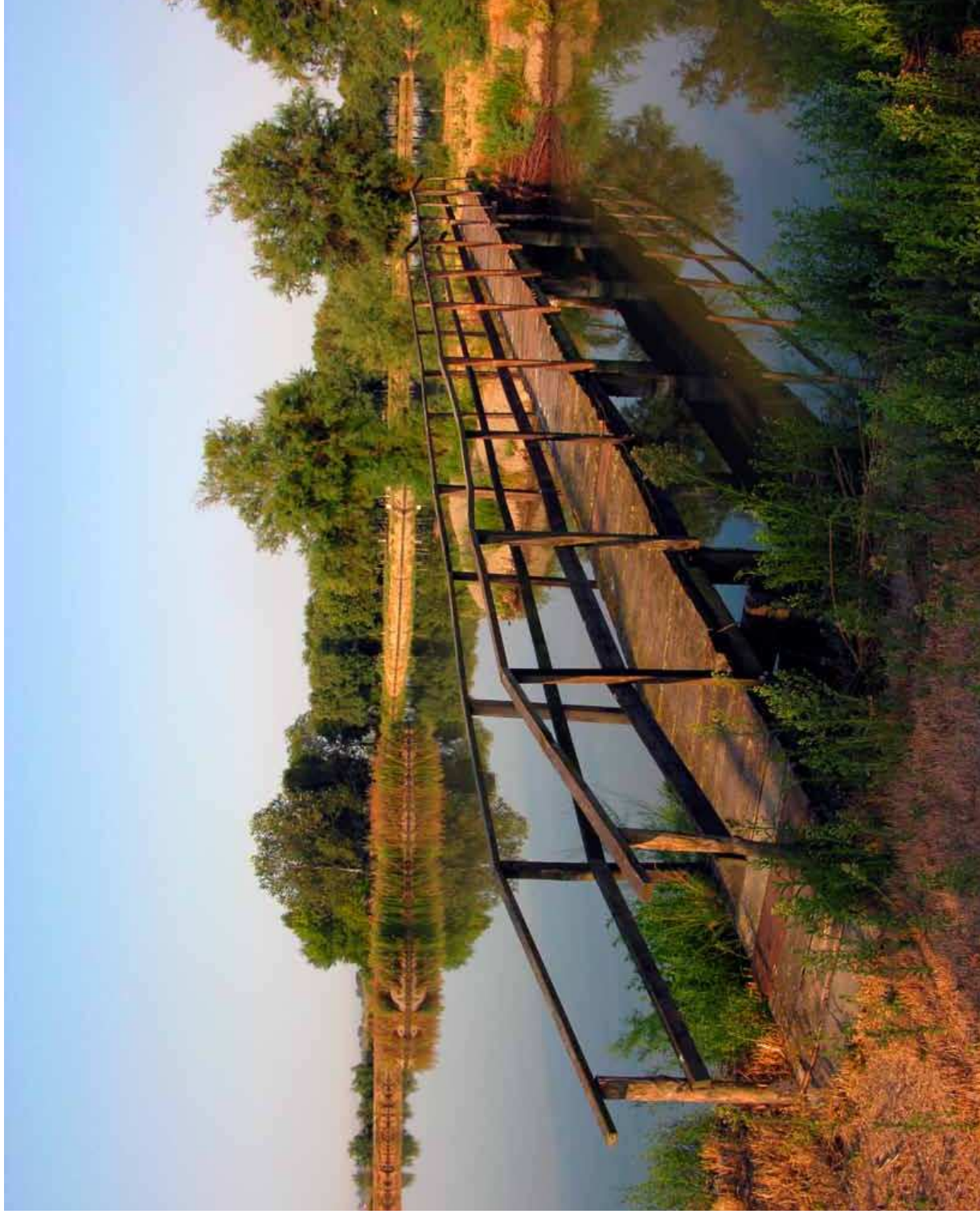
27



34

internazionale. Il biglietto da visita è una strategia di marketing condivisa, capace di confrontarsi con i diversi protagonisti del territorio in modo da confezionare il “prodotto Ferrara”, valido 365 giorni all’anno. L’obiettivo è quello di attivare una rete in grado di proporre al turista un’offerta variegata e personalizzata, e questo anche grazie al portale www.visitferrara.eu, piattaforma che raccoglie varie aree tematiche che rispecchiano i punti di forza del territorio: mare (vacanze e divertimenti sui lidi della costa), cultura (borghi d’arte, monumenti d’arte religiosa medioevale, città rinascimentali), natura (escursioni e ambiente del Parco del Delta del Po), ospitalità ed eventi.

Tuttavia, di fondamentale importanza per la buona riuscita di questi obiettivi, resta comunque l’aggregazione: una condizione *sine qua non* che il Presidente della Camera di Commercio di Ferrara, **Carlo Alberto Roncarati** (al quale da poche settimane è subentrato il nuovo Presidente, **Paolo Govoni**), ha recentemente esplicitato: “*Servono grandi capacità di relazione per mettere insieme le energie e confrontare le idee: per questo abbiamo sollecitato gli operatori del turismo a prendere una decisione, chiamandoli in causa e invitandoli a partecipare a questo consorzio. Si tratta di una scommessa per la Camera di Commercio, ma attraverso i nostri bandi saremo al fianco degli operatori che avranno le idee e la buona volontà*”.



www.visitferrara.eu “ è un portale che raccoglie varie aree territoriali collegate al turismo”



27

33



34