



8 settembre 2018

**Messaggero Veneto**

Ufficio Stampa Consorzio Bibione Live  
0432 1746101  
[press.office@bibione.com](mailto:press.office@bibione.com)

**Carter&Bennett®**  
CONSULENZA E SERVIZI PER LA COMUNICAZIONE

IL G20 DELLE SPIAGGE

# Promozione turistica, patto con il Veneto Bini: pronti a costruire progetti di sviluppo

La proposta dell'assessore Fvg accolta dal collega Caner: dobbiamo vendere all'estero il prodotto Alto Adriatico





Nella foto in alto i sindaci delle 20 località turistiche che hanno partecipato alla prima edizione del G20 delle spiagge, che si è concluso ieri a **Bibione** dopo tre giorni di lavori, confronti e incontri sulle principali tematiche del settore; qui sopra gli assessori al Turismo del Veneto, Caner (a sinistra), e del Fvg, Bini

Che tra il friulano Sergio Emidio Bini e il veneto Federico Caner ci sia feeling lo si capisce da come si salutano quando si incontrano, tra strette di mano vigorose e sorrisi a 32 denti. Tanto che lo stesso Bini, non appena nominato assessore al turismo del Friuli Venezia Giulia, ha voluto incontrare per primo proprio il suo omologo della giunta Zai. E forse già in quel vertice rimasto sottotraccia si sono gettate le basi di una volontà di collaborazione che ieri è venuta prepotentemente a galla. Occasione la giornata conclusiva del G20 delle spiagge, un “format” alla prima edizione, ideato e promosso dagli amministratori di **Bibione**, che

ha avuto un ampio e positivo riscontro. Ma cosa hanno detto Bini e Caner davanti alla platea di addetti ai lavori, sindaci, esperti? Che è ora di finirla con i “muri” e le divisioni e che è indispensabile collaborare, unirsi. Partendo da fatti concreti, come la promozione turistica. «Io con il Veneto voglio costruire progetti di sviluppo - ha affermato l'assessore della giunta Fedriga -. Le nostre comunità hanno bisogno di lavorare assieme per risolvere i problemi comuni e di portare proposte forti al tavolo del Governo. Proviamo a costruire qualcosa di importante per offrire eccellenze ai turisti che vengono a trovarci. A un ospite estero non importa sapere se una spiaggia è veneta, è friulana o romagnola. Vuole farsi un'idea complessiva del territorio e pretende, giustamente, servizi e infrastrutture all'avanguardia. Ho già condiviso alcune idee con l'assessore Caner, e a breve avremo un nuovo incontro per definire una strategia unitaria per l'area dell'Alto Adriatico. Si tratta di un'azione a vantaggio del territorio e degli imprenditori, i quali sono sufficientemente maturi da comprendere che attraverso questo tipo iniziative è possibile attrarre un più elevato numero di visitatori. Sappiamo che in questo Paese ancora oggi è maledettamente difficile fare impresa, diventa complicato e costoso perfino spostare la sabbia. E proprio per questo le sinergie con il Veneto diventano fondamentali».

L'assessore Caner ha colto la palla al balzo: porte aperte, anzi spalancate, al Friuli. «Con Bini collaboriamo già - ha sostenuto - e stiamo portando avanti un lavoro particolare e fruttuoso. Partiremo dal tema della promozione che è una priorità. Io auspico di arrivare a un logo, a un marchio "Alto Adriatico". E poi ci sono le questioni di accoglienza, infrastrutture, viabilità, commercio. In Veneto il turismo è l'industria più importante, vale il 10 per cento del Prodotto interno lordo».

La competizione, anche sul fronte dell'ospitalità balneare, è globale, come hanno rimarcato gli intervenuti e le spiagge italiane non possono farsi trovare impreparate. Un esempio concreto di cosa significhi confrontarsi con il mondo intero lo ha portato Francesco Palumbo, direttore generale del Ministero per i Beni e le Attività culturali. «Nel 2018 dalla Cina viaggiano o viaggeranno per turismo 130 milioni di persone - ha spiegato - e le previsioni sono di un raddoppio di tale cifra nel giro di qualche anno. Ebbene di questa massa enorme, solo una piccola parte, 12,5 milioni, approda in Europa. E appena 2,5 milioni scelgono l'Italia, in tanti non conoscono nemmeno per sentito dire città come Firenze o Venezia. I cinesi puntano su due

Paesi, la Svizzera per le montagne e la Finlandia per la sostenibilità ambientale. Evidentemente Svizzera e Finlandia hanno saputo “vendere” determinate caratteristiche nel mercato cinese e ne stanno raccogliendo i frutti. Ma anche l’Italia, ovviamente, ha montagne meravigliose e paesaggi ben più belli di quelli della Finlandia, eppure c’è tanto lavoro da fare sul piano della promozione». —