

L'INTERVISTA

L'assessore Bini
commenta i dati
positivi del primo
trimestre 2023

«Puntiamo a 10 milioni di presenze in Friuli-V.G.»

Obiettivo per il futuro: destagionalizzare e potenziare l'offerta ricettiva

È partito molto positivamente il 2023 del turismo in Friuli-Venezia Giulia, con quasi un milione di presenze nel primo trimestre gennaio-marzo, per la precisione 977.545, il 32% in più rispetto allo stesso periodo del 2022 e l'11,9% rispetto all'ultimo anno prima del Covid, ovvero il 2019. Le presenze di italiani sono state 566.010, 411.535 quelle di turisti di altri paesi, con gli stranieri che, quindi, rappresentano addirittura il 37,1% del totale di chi visita il territorio regionale, pari ad un +55% rispetto al periodo gennaio-marzo 2022. È Trieste a guidare la classifica delle presenze (230.280, +38% rispetto al primo trimestre 2022), seguita dalla Carnia (162.533, +31,6%) e, al terzo posto, da Udine (230.280, +33,9%). Seguono Lignano e Laguna di Marano (103.347, +37,4%), Tarvisio e Sella Nevea (89.412, +35,1%), Pordenone (80.414, +20,4%), Piancavallo e Dolomiti friulane (63.272, +35,6%), Grado, Aquileia e Palmanova (41.603, +23,7%).

Come si spiega questo forte incremento percentuale del primo trimestre 2023? «Abbiamo alzato in modo sfidante l'asticella - risponde l'assessore regionale al Turismo, **Sergio Emidio Bini** - e ora iniziamo a raccogliere i frutti di quanto fatto nella prima legislatura. I dati dei primi tre mesi dell'anno evidenziano la grande attrattività dei poli turistici invernali, per il cui sviluppo sono stati investiti 65 milioni di euro nel corso dell'ultima legislatura. Allo stesso tempo, è cresciuta, da parte dei visitatori, la ricerca di una forma di "turismo lento", preferendo mete poco affollate, a contatto con la natura, dove fermarsi per più giorni alla scoperta delle specialità enogastronomiche e delle tradizioni locali. Se 9 turisti su 10 desiderano visitare il Friuli-Venezia Giulia, come attestato da una recente analisi Demoskopika, questo lo si deve soprattutto al fatto che la nostra regione è percepita come una meta sicura, rispettosa dell'ambiente e in grado di offrire un'offerta diversificata».

L'incremento percentuale più alto è stato quello degli stranieri. Cosa significa?

«Significa che la nostra regione si sta riappropriando del ruolo che storicamente le è appartenuto, quello di crocevia di popoli e culture, porta d'ingresso dell'Europa. È il frutto del lavoro coordinato e approfondito sui mercati esteri portato avanti dalla Regione insieme a PromoTurismoFVG e che non si è interrotto nemmeno negli anni difficili della pandemia acuta. In questo modo ci siamo fatti trovare pronti per gestire la crescita esponenziale delle crociere, che nel 2022 hanno scaricato sulle nostre coste 500 mila passeggeri, e anche la ripresa dei voli internazionali. Non a caso, quest'anno l'aeroporto di Ronchi ha attivato i nuovi voli per Barcellona, Dublino e Tirana, mentre entro l'estate è programmata la riattivazione del collegamento con Milano Linate».

La Carnia è l'ambito con più presenze dopo Trieste. E al terzo posto c'è Udine. Ve l'aspettavate?

«Non è un dato inatteso, bensì il frutto degli importanti investimenti che sono stati fatti per lo sviluppo dei poli montani: nell'ultima stagione invernale negli impianti gestiti da PromoTurismoFVG si sono superati per la prima volta gli 800 mila primi ingressi, con sciatori provenienti non solo dalle regioni confinanti, ma anche da Est Europa e Centro Italia. Al tempo stesso non sorprende il secondo posto di Trieste, che grazie alla crescita della crocieristica e alle grandi mostre ha con-



Lignano è pronta ad accogliere i turisti per la nuova stagione



Sergio Emidio Bini

quistato una fetta sempre più importante di turisti stranieri. Basti pensare che nei primi tre mesi dell'anno il numero di statunitensi è raddoppiato, mentre le presenze dai paesi dei Balcani sono addirittura quadruplicate. La performance di Udine è destinata a crescere nettamente: soltanto nei giorni dell'Adunata degli Alpini abbiamo avuto quasi mezzo milione di presenze».

Quali sono le attese per la stagione estiva,

sia al mare che in montagna?

«Ci sono ottime sensazioni, l'andamento delle prenotazioni e il riscontro degli operatori è positivo. Di recente abbiamo inaugurato la stagione balneare a Grado e a Lignano, dove si respira grande entusiasmo. Se il meteo sarà dalla nostra parte, la cifra record di 10 milioni di presenze è alla nostra portata».

Cosa intende fare la Regione per accompagnare e favorire questa crescita, innanzitutto dal punto di vista promozionale?

«Nel corso dell'ultima legislatura abbiamo cercato di dare un deciso cambio di passo alla promozione, puntando sul nuovo marchio identitario "Io sono Friuli Venezia Giulia", che si è già distinto come uno dei più riconoscibili ed efficaci. Lo dimostrano i dati relativi a cosa accade dopo che si ascolta o si vede una comunicazione inerente al Friuli Venezia Giulia: il 33,8% cerca maggiori informazioni sulla località, il 29,1% ne parla con amici e parenti, mentre il 15,3% sceglie di prenotare una vacanza. Significa che per quasi 8 italiani su 10 l'attività di promozione e di comunicazione del Friuli Venezia Giulia ha generato un moltiplicatore positivo. Per 1 italiano su 6 è stata addirittura "condizionante" per la scelta della vacanza in Friuli-Venezia Giulia. L'obiettivo è proseguire su questa strada, consolidando il marchio e puntando su campagne

dal forte impatto mediatico».

E dal punto di vista delle infrastrutture, quali sono le carenze del territorio su cui intervenire?

«A fronte di un crescente numero di turisti in arrivo, indubbiamente è necessario rafforzare l'offerta ricettiva. Ci siamo già mossi con convinzione e ne sono un esempio i 150 posti letto creati di recente in 11 comuni montani. Proseguiremo a rafforzare le iniziative messe in atto, lavorando per potenziare la ricettività, anche attraverso incentivi ad hoc pensati per sostenere gli insediamenti di strutture turistiche di qualità».

Ci sono margini per diversificare l'offerta sia in montagna, rispetto allo sci, che al mare rispetto alla spiaggia?

«Il turismo in regione ha ampi margini di crescita, soprattutto in termini di destagionalizzazione. Ad indicarlo è stata di recente **Fondazione Think Tank Nordest**, secondo cui le spiagge dell'Alto Adriatico - tra cui Lignano e Grado - hanno superato la Riviera romagnola in testa alla classifica delle presenze turistiche. È un dato estremamente positivo, anche perché ottenuto per la maggior parte nei mesi estivi: la sfida ora è sviluppare l'attrattività anche in primavera e in autunno, per tenere aperte le strutture almeno 8 mesi. Proprio in un'ottica di destagionalizzazione, in questi anni abbiamo investito nei poli per rendere la montagna fruibile tutto l'anno e al tempo stesso abbiamo rilanciato il progetto di ammodernamento e ampliamento delle Terme di Grado, per il quale sono stati messi 29 milioni di euro. È un percorso che puntiamo a portare avanti e rafforzare».

Su quali eventi la Regione punterà per implementare ancora di più il turismo?

«Archiviata l'Adunata, ci sarà l'attesa tappa del Giro d'Italia sul Monte Lussari, che sarà vista da oltre 5 milioni di persone, collegate da tutto il mondo. Sarà un'estate di grandi eventi e concerti, ne cito due per tutti: il concerto dei Maneskin a Trieste e quello di Tiziano Ferro a Lignano. Punteremo poi sui luoghi simbolo della nostra regione, come Terrazza a Mare a Lignano, per la cui riqualificazione abbiamo stanziato 13 milioni di euro».

S.D.

TURISTAFVG. 30 MILA TURISTI HANNO UTILIZZATO IL VOUCHER NEL 2023

Il voucher TuRestaFVG è stato lanciato nel giugno 2021 per incentivare i residenti a trascorrere le loro vacanze in Friuli Venezia Giulia, soggiornando nelle strutture ricettive aderenti all'iniziativa e usufruendo di un contributo regionale. Ciascun residente può usufruire del voucher una volta l'anno e il valore del contributo va da un minimo di 80 euro a un massimo di 320 euro per nucleo familiare. A maggio 2023, sono stati oltre 30 mila i soggetti che hanno utilizzato il voucher, per un contributo regionale complessivo che ha superato i 2 milioni e 400 mila euro.

Le strutture ricettive che aderiscono all'iniziativa sono 94, situate in 39 comuni diversi, prevalentemente montani (ma alberghi convenzionati sono presenti anche a Pordenone, Udine, Gorizia e Trieste). I territori che hanno maggiormente beneficiato del voucher, attirando più turisti, sono i comuni di Arta Terme, Coglians, Forni di Sopra, Malborghetto Valbruna, Sappada, Sauris, Sutrio, Tarvisio e Trieste. Mediamente, lo sconto regionale incide per il 40% sul prezzo complessivo del soggiorno.