

La bandiera del Touring a Cividale

Messaggero Veneto — 12 aprile 2009 pagina 10 sezione: UDINE

CIVIDALE. E' arrivata a Cividale la bandiera Arancione del Touring Club Italia, marchio di qualità turistico ambientale (ottenuto dalla città ducale nei mesi scorsi) conferito, dopo rigorose selezioni, a centri che si distinguono per un'offerta di eccellenza ed un alto standard nell'accoglienza: è la prima assegnata in Friuli Venezia Giulia. Un bel risultato, insomma, che riempie l'attesa del pronunciamento dell'Unesco sulla candidatura a rete di cui Cividale è capofila. La bandiera Arancione sarà affissa, molto probabilmente, fuori dall'ufficio turistico, e dunque nella sede municipale di piazza Paolo Diacono: «Presto, indicativamente nei primi giorni di maggio - anticipa il sindaco Attilio Vuga -, l'amministrazione organizzerà un incontro con i sindaci e le autorità del territorio, i rappresentanti delle attività produttive e tutta la cittadinanza per presentare ufficialmente il marchio e per spiegare quali benefici potrà portare a Cividale». Il conferimento della bandiera Arancione - che ha validità biennale ed è subordinata al mantenimento nel tempo degli standard di qualità definiti dal Club - equivale all'ingresso in un sistema di comunicazione capace di offrire alla località che detiene il titolo grande visibilità e varie opzioni di promozione e lancio turistico. Entrare nel circuito del Touring Club significa inoltre ricevere, da parte dello stesso, le linee guida per un piano di miglioramento turistico-ambientale sia della città che del suo circondario; verrà pure fornita un'apposita cartellonistica. L'iniziativa era partita dal Consorzio Tutela Vini Doc Colli Orientali del Friuli, che aveva candidato una serie di siti: la città ducale era risultata l'unica località della lista dotata di tutti i requisiti previsti dal Modello di Analisi Territoriale del Touring. Scopo della bandiera Arancione è quello di stimolare la crescita socio-economica di un'area tramite lo sviluppo sostenibile del turismo: il progetto punta dunque all'incentivazione delle risorse locali, della cultura dell'accoglienza, dell'artigianato e delle produzioni tipiche, nonché al rafforzamento dell'identità locale. Il programma debuttò undici anni fa in Liguria; venne poi predisposto il Modello di Analisi Territoriale, cui seguì l'individuazione dei primi centri "arancioni". Poco dopo si decise di promuovere il marchio in tutta Italia. Lucia Aviani