

**LA VELA «ECOCHIC»**

La Signora del Vento e Lancia in tour: il lusso nel rispetto dell'ambiente

>> **Chi ha passato l'estate in Sardegna o Toscana può aver incrociato «La Signora del Vento», un 3 alberi lungo 85 metri e con un capacità velica che supera i 3000 mq. Il veliero, che certo non passa inosservato, quest'anno è stato sponsorizzato da «Lancia». La casa automobilistica (già da tempo nel mondo della nautica) ha voluto così supportare il tour di questo veliero per diffondere**

**i valori positivi della vela attraverso attività di formazione e altri progetti di sensibilizzazione e coinvolgimento del pubblico. «Perseguire un modello di vita «ecochic» – ha dichiarato Raffaello Porro, relazioni esterne Lancia - significa amare la natura e rispettare l'ambiente che ci circonda senza dover scendere a compromessi con il proprio gusto, il divertimento e i personali piaceri quotidiani».**



Così Berlangieri, direttore dell'agenzia di promozione turistica della Regione «In Liguria»

# «Congressuale, scommessa vincente»

CATERINA GROSSO

«**A**ll'ultima edizione della Borsa del Turismo Congressuale di Roma abbiamo ricevuto l'Award per la migliore collaborazione pubblico-privato». **Angelo Berlangieri**, direttore di **In Liguria**, Agenzia per la promozione turistica della Regione, è soddisfatto dell'andamento del congressuale ligure e dei buoni risultati raggiunti grazie al **protocollo d'intesa fra Regione, Agenzia In Liguria e il Consorzio di operatori congressuali privati Meet in Liguria**. Il super consorzio, nato nel 2007, è costituito da **Sanremo Promotion, Ponente Congressi, Cotone Congressi, Convention Bureau Genova, Palazzo Ducale Spa, Portofino Coast e Golfo dei Poeti**.

Meet in Liguria, presieduto da **Riccardo Esposto**, rappresenta tutte le strutture liguri in grado di offrire servizi congressuali di altissima qualità. In Liguria sono 163, di cui un centro congressi da 1500 persone, 16 fino a 500, 77 quelli attrezzati per accogliere da 100 a 300 partecipanti e 86 i centri in grado di ospitarne un massimo di 100. «Presentarsi sul mercato compatti, sotto un unico marchio-ombrello di Meet In Liguria – aggiunge Angelo Berlangieri – è una scelta vincente per una regione come la nostra che ha fatto del co-marketing, dividendosi ruoli e compiti, un esempio anche per altre regioni».

**Non esiste competitività all'interno del Consorzio?**

Assolutamente no. Ovviamente le strutture più grandi, come Cotone Congressi nel Porto Antico di Genova, possono ospitare congressi con numeri maggiori, ma anche le piccole località con strutture minori sono appetibili per le bellezze naturali di cui dispongono.

**Positivi i risultati dell'accordo rinnovato il 7 giugno scorso?**

Molto positivi. Il lavoro svolto ci ha permesso di superare le difficoltà della crisi economica generale. L'accordo permette un'efficace



**Co-marketing** «La mossa vincente è stata presentarsi sul mercato compatti sotto l'unico marchio Meet In Liguria»

razionalizzazione delle iniziative evitando inutili sovrapposizioni presentandoci sul mercato compatti sotto un **unico marchio-ombrello di Meet In Liguria**. È stata una scelta vincente: Meet in Liguria si fa carico della comunicazione sui media e della gestione alle manifestazioni fieristiche, mentre l'Agenzia In Liguria organizza la Borsa del Turismo Congressuale, workshop a target mirati che mettono in contatto i buyers e educational per la stampa sul territorio ligure.

**In che modo il turismo congressuale influisce sui flussi turistici della regione?**

È uno dei segmenti più importanti, rappresenta l'8% dell'intero settore e non dimentichiamo che

il turista congressuale è un big spender, molto più del city tourist, influendo in maniera importante anche su altri segmenti del comparto economico locale shopping, trasporti, catering, strutture di accoglienza. Oltre a ciò permette la destagionalizzazione, grazie al clima favorevole della Liguria, infatti i periodi «caldi» sono primavera e autunno.

**Cosa fare per dare un ulteriore impulso al settore e battere la concorrenza?**

Il cammino intrapreso è decisamente positivo e la sinergia fra investimenti pubblici e privati deve continuare nel tempo. Dobbiamo anche fare un ragionamento sul «gap» di strutture congressuali, per un eventuale incremento e una valorizzazione, soprattutto nel Tigullio. A questo si può arrivare con agevolazioni e finanziamenti. Fino ad oggi abbiamo puntato sul mercato nazionale, ma per una maggiore internazionalizzazione del prodotto congressuale, è indispensabile migliorare l'accessibilità del territorio.

**Logistica**

**MEDLOG UNISCE I PERCORSI DEL TRASPORTO**

>>> **Se il Mediterraneo** vuole tornare al centro del sistema di navigazione internazionale la soluzione è l'intergrazione del trasporto merci. La sinergia tra il trasporto su terra, aria e mare è un valore aggiunto di cui si parla da tempo e che questo sia il principale fine di «MEDLOG Percorsi Mediterranei» lo ha ben spiegato **Roberto Minerdo** (nella foto), da poco nominato presidente della società: «La nostra missione è aggregare professionalità e competenze per unire l'Europa all'Africa – ha dichiarato Minerdo - siamo una società che riunisce importanti soggetti della



logistica e dei trasporti, come le aziende siciliane Newport e Magazzini Generali Palermo, le genovesi Viamar Transit, Genova Distripark Italia e la romana M&M Consulting. Siamo uno strumento di collegamento tra i porti del Sud quali Palermo e Termini Imerese e quelli del Nord come Savona e Genova». Il neo presidente ha poi aggiunto che l'obiettivo è quello di fare da collettore delle merci dell'area sub-sahariana ottimizzando, allo stesso tempo, le Autostrade del Mare attraverso il collegamento con i principali Corridoi individuati a livello comunitario.