

Il Comitato di *Crisis management* di PromoTurismoFVG

Il Comitato di *Crisis management* è un gruppo di lavoro attivato internamente a PromoTurismoFVG per fronteggiare diversi livelli di criticità, secondo un protocollo messo a punto nel 2019 sulla base di un piano di analisi del rischio e di gestione di possibili crisi. Per l'emergenza coronavirus il Comitato è composto da direttore generale, direttore marketing, direttore amministrativo e personale, responsabile di ufficio stampa e di social media team, il coordinatore dei contenuti web, i responsabili di prodotto e servizi e, dove necessario, l'ufficio legale, si è costituito nella settimana del 17 febbraio, a seguito dell'emergenza.

La crisi è un evento straordinario, inaspettato o comunque non previsto, dannoso per l'organizzazione, in termini operativi e di reputazione, che diventa violentemente visibile al pubblico di riferimento dell'organizzazione stessa e rispetto al quale la prontezza e la pertinenza della risposta sono fondamentali. Il piano di analisi del rischio e crisi prevede la proposta di procedure realizzate per la gestione di emergenze legate al settore turistico del Friuli Venezia Giulia e personalizzata in particolare sulla struttura di PromoTurismoFVG che si occupa della promozione, valorizzazione e comunicazione del turismo regionale.

La procedura per la comunicazione di crisi di PromoTurismoFVG descrive le azioni da intraprendere in caso di incidente o situazione di emergenza che possono avvenire sul territorio del Friuli Venezia Giulia, avere un impatto negativo sull'immagine della destinazione, di PromoTurismoFVG o della Regione e influire negativamente sui flussi turistici. La finalità è garantire un interscambio di informazioni tale da consentire la diffusione efficace di dati, disposizioni operative, richieste, etc. alle strutture deputate, facendo fronte e possibilmente scongiurando danni di immagine e reputazione della destinazione.

In queste ore il comitato di *Crisis management* sta lavorando per tenere monitorata la situazione e sono stati adottati alcuni provvedimenti per far fronte alla circostanza straordinaria. Oltre all'osservatorio sulla stampa regionale, nazionale e internazionale, il monitoraggio continua sulla parte social e delle community, ma anche su tutto il territorio attraverso le richieste che giungono da turisti e operatori regionali.

Il comitato, attraverso riunioni giornaliere, valuta e definisce le strategie di intervento e comunicazione ed è in contatto con le direzioni centrali regionali, l'agenzia di comunicazione della Regione, la Protezione Civile, l'Agenzia nazionale del turismo (Enit) e le altre regioni italiane per prendere le decisioni, gestire le attività di comunicazione rivolta a:

- personale interno
- stakeholder e operatori
- stampa e media
- turisti

Il piano di risposta di PromoTurismoFVG ha visto l'attivazione di una procedura per la creazione di contenuti per attività social – compreso anche l'avvio di alcune chat di gruppo su Whatsapp per comunicare direttamente con gli operatori - e stampa, nonché la mappatura delle informazioni cercando una perfetta integrazione tra comunicazione digitale, social e comunicazione stampa declinata e adattata a ogni singola piattaforma, che deve risultare coordinata, crossmediale, univoca, coerente e chiara.

È possibile seguire le attività sul web e sui canali social di PromoTurismoFVG, Facebook, Twitter, Instagram e YouTube.