

**“FVG goes to digital”: PromoTurismoFVG raccoglie le nuove sfide
della promozione turistica
Prosegue il piano di workshop, webinar e fiere digitali**

Villa Chiozza di Cervignano, 3 marzo 2021 – **La promozione turistica dall’inizio del 2020 a oggi è cambiata radicalmente e PromoTurismoFVG ha saputo adeguarsi velocemente ai nuovi modelli di business**, consolidando il lavoro fatto sui mercati, mantenendo il rapporto tra domanda e offerta e continuando a comunicare il Friuli Venezia Giulia per essere pronti una volta che il turismo ripartirà a pieno regime.

Il Friuli Venezia Giulia in questo ultimo anno è riuscito a stare al passo con i tempi, addirittura anticipandoli con nuove forme di promozione che sono poi state adottate ad ampio spettro da altre destinazioni: è stata **tra le prime regioni italiane a munirsi di una piattaforma on line e una delle poche a organizzare workshop e webinar** che PromoTurismoFVG ha proposto ad agenzie di viaggio e tour operator, i quali hanno aderito massivamente alle iniziative. **Nel 2020 i workshop online hanno superato i 2000 appuntamenti tra buyer e seller**, riscontrando un ottimo feedback sia tra gli operatori regionali che tra i tour operator, alcuni dei quali non conoscevano ancora la regione.

In questo primo semestre del 2021 non ci si sta concentrando solo sui singoli mercati, ma l’offerta sarà presentata per target di prodotto, per cui fino a maggio si susseguiranno **4 workshop per l’Italia di durata giornaliera (cultura, enogastronomia e 2 turismo attivo/outdoor) e 3 workshop destinati a operatori di vari Paesi europei (cultura, turismo attivo e mare).**

Accanto a questi strumenti di promozione, si aggiungono **le nuove fiere virtuali**, con tanto di **stand digitali e avatar** a cui PromoTurismoFVG sta partecipando e dove vengono testate nuove forme di contatto con professionisti internazionali. La scorsa settimana, ad esempio, durante **la fiera online di FVW Medien** (uno dei principali mass media di riferimento per il settore turistico in Germania) PromoTurismoFVG ha tenuto **un webinar al quale hanno aderito 223 agenzie di viaggio e il Friuli Venezia Giulia era l’unica destinazione italiana presente**. In programma a breve anche la partecipazione alla **versione digitale dell’ITB di Berlino** con appuntamenti fissati e una conferenza stampa (9-12 marzo) e alla **seconda edizione dell’FVW on line** (29-30 aprile).

Infine, sul sito di PromoTurismoFVG è stata costruita **una pagina ad hoc rivolta alle agenzie di viaggio**, in cui vengono indicati i tour operator che vendono il Friuli Venezia Giulia. PromoTurismoFVG è l’unico ente regionale in Italia ad avere al proprio interno un ufficio B2B per fornire **agli operatori del settore (tour operator, agenzie di viaggi, CRAL, associazioni)** consulenze sartoriali relative all’organizzazione dei viaggi dei propri clienti in Friuli Venezia Giulia. Il personale preposto fornisce itinerari, spunti, contatti dei fornitori di servizi e ogni altro tassello fondamentale per l’ottima riuscita di un tour in Friuli Venezia Giulia. Il lavoro di promozione deve infatti puntare sulle necessità del singolo tour operator che cerca un partner affidabile con risposte certe e immediate.

Il Friuli Venezia Giulia, grazie alle sue prerogative di destinazione estranea al turismo di massa e caratterizzata da natura incontaminata si presenta con un plus valore sul mercato turistico post-Covid: prossimamente il turista preferirà la vacanza sostenibile, in località percepite come sicure, in destinazioni di prossimità, genuine e ancora da scoprire.