

## **Il Friuli Venezia Giulia nel mondo**

Villa Chiozza di Cervignano, 17 novembre 2011 – Con la Ferienmesse di Salisburgo, in programma dal 18 al 20 novembre, si concludono le tappe promozionali che l'Agenzia TurismoFVG ha messo in atto nel corso del 2011 per promuovere l'intera offerta turistica regionale in Italia e all'estero rivolgendosi a professionisti del turismo, stampa specializzata, importanti CRAL (i Circoli ricreativi aziendali lavoratori) e scuole. Il bilancio in termini di partecipazione e interesse da parte degli operatori e della stampa coinvolti è decisamente positivo.

Anche nel corso di questa stagione TurismoFVG ha scelto di affidarsi alla efficace formula dei roadshow, presentazioni itineranti della destinazione turistica che prevedono sessioni informative e workshop per agevolare l'incontro dell'offerta turistica con un'audience costituita dai referenti del giornalismo di settore e dai professionisti del turismo, in particolare un elenco di buyer esteri interessati alla commercializzazione del prodotto turistico regionale. In ogni tappa promozionale l'Agenzia ha coinvolto una cinquantina di contatti selezionati e nel corso delle presentazioni è stato garantito particolare rilievo ai grandi eventi che avranno luogo in regione, ai nuovi prodotti turistici e alle attività messe in atto da TurismoFVG per incentivare le presenze. Inoltre, per dare un assaggio del ricco patrimonio enogastronomico regionale, a ogni tappa è stato organizzato un buffet di degustazione dei migliori prodotti tipici del Friuli Venezia Giulia.

La prima tappa del roadshow 2011 è stata quella di Stoccolma, il 5 aprile, per poi passare in Austria e Germania nel mese di maggio: il 5 nella città austriaca di Linz, il 10 a Monaco, l'11 a Francoforte e il 12 a Colonia. Il tour ha infine toccato Amsterdam il 25 ottobre per poi chiudere a Zagabria il 3 novembre. Numerosi gli operatori turistici, le agenzie di viaggio e i giornalisti di testate di settore, stampa generalista e online, che hanno partecipato ai workshop e alle presentazioni organizzate da TurismoFVG e notevole l'interesse dimostrato in particolare per proposte come le eccellenze enogastronomiche da scoprire attraverso gli itinerari del gusto e le proposte culturali legate alle città d'arte e ai borghi storici. Considerata la stagione, l'attenzione si è inoltre focalizzata sul mare, la montagna estiva e il turismo attivo.

Commenta l'assessore alle Attività produttive Federica Seganti: "Abbiamo verificato nelle passate edizioni quanto i roadshow siano strategici nella promozione turistica di una regione come la nostra. L'incontro diretto tra domanda e offerta permette di aggiornare i buyer sulle proposte turistiche regionali, personalizzare l'offerta e reperire nuovi contatti per esplorare nuovi canali e mercati. È questo, infatti, uno degli strumenti con i quali vengono selezionati i buyer e i giornalisti presenti al BUY FVG, la Borsa del turismo regionale, le cui edizioni si attestano di anno in anno come uno dei momenti più importanti della promozione turistica regionale".

Nelle tappe italiane il roadshow ha toccato le città di Torino, Milano, Brescia, Roma e Firenze nella prima metà dell'anno e Reggio Emilia, Verona, Venezia, Bologna, Ravenna e Padova nel mese di ottobre. Anche la tranche di promozione sul suolo nazionale ha registrato una notevole partecipazione ai workshop a cui hanno aderito numerosi CRAL tra i quali alcuni molto prestigiosi come l'Associazione Nazionale Finanziari d'Italia, Cral BNL e Cral Nazionale Unicredit Banca. Ma significativa anche la partecipazione di scuole in cerca di nuove proposte per le settimane bianche e verdi e per le gite culturali.

*(segue)*

L'attività promozionale dell'Agenzia non si esaurisce con i roadshow, ma vede la presenza regionale anche alle fiere turistiche e di settore cominciate già in gennaio a Vienna per toccare nei mesi successivi Praga, Copenhagen, Berlino, Monaco, Mosca, Francoforte, Varsavia, Londra e Barcellona e, a livello nazionale, Milano, Torino, Roma, Rimini, Modena, per concludersi appunto in questi giorni a Salisburgo. Il successo riscosso dallo stand regionale nelle varie fiere è dimostrato dalla quantità di brochure, dépliant e mappe turistiche distribuiti e dal numero di operatori e giornalisti che accreditati.