

Il Friuli Venezia Giulia 2.0

Il Friuli Venezia Giulia è sempre più presente e competitivo nel mondo del web. Dopo l'adozione del nuovo logo nel 2010, il restyling del portale www.turismo.fvg.it avvenuto nel 2011 e il lancio a livello nazionale della nuova immagine turistica in occasione della precedente edizione della BIT, il Friuli Venezia Giulia continua a imporsi come regione LIVE ora anche grazie all'incisiva veicolazione del brand regionale sui canali digitali.

La comunicazione 2.0 è entrata con forza nell'attività di promozione turistica regionale, con i social media come strumento di comunicazione primario che l'Agenzia TurismoFVG intende coinvolgere in numerose iniziative volte ad aumentare la viralità dell'immagine regionale e della conoscenza della destinazione.

Il coinvolgimento di blogger in educational, che li porteranno in regione a visitare le peculiarità che la caratterizzano per poi naturalmente condividere le esperienze in rete in tempo reale, è il primo passo messo in atto. Alla base del successo dei social media risiede l'esigenza odierna di sentirsi protagonisti e questo traspare particolarmente nel settore del turismo, in cui si può calcare la scena online condividendo con i propri contatti, in tempo reale, le esperienze vissute.

Un'opportunità ulteriore attende i video blogger, che enfatizzano la loro comunicazione con immagini video caricate su canali dedicati. Per questi ultimi è previsto un contest che premierà il video più riuscito. Le riprese riguarderanno tutto il territorio che, grazie al ricco patrimonio naturale, storico-culturale ed enogastronomico, si presta a offrire ottimi spunti per essere raccontato da registi video sulla rete nelle sue molteplici sfaccettature e peculiarità.

Il cuore di ogni comunicazione in rete rimarrà in ogni caso il portale turistico regionale, al quale verrà a breve collegato un blog trail, un sito cioè dove saranno convogliati i messaggi che appaiono in rete attraverso social media e forum di discussione e che riguardano il Friuli Venezia Giulia nella sua veste turistica. A breve inoltre sarà completata l'ottimizzazione del portale regionale per agevolare la navigazione anche da mobile, smartphone e tablet.

È prevista inoltre l'attivazione di un mini-blog, in accordo con Rcs (*Corriere.it* e *Dove*), con piattaforme di appoggio per amplificare la conoscenza e la diffusione del brand turistico, stimolando i fruitori a ricercare maggiori informazioni nel portale regionale.

Tra le novità presenti nello stand regionale alla BIT 2012, luogo d'incontro hi-tech e virale, compare il progetto-pilota della Social Machine, una tecnologia che permette di coinvolgere il popolo di Facebook in un gioco con interessanti opportunità di marketing. Chi possiede un profilo Facebook, infatti, lo può trasferire su un supporto materiale - in questo caso un braccialetto, ma un'evoluzione potrebbe essere la FVG Card - e ciò gli permetterà di generare dei post predefiniti sulle proprie bacheche con un semplice gesto, senza il bisogno di connettersi alla rete, comunicando così in tempo reale ai propri amici dove si trova (geolocalizzazione) con un commento. Questo strumento permette di amplificare automaticamente il messaggio a una media di 230 contatti (numero medio di amici per utente in Italia) e comunicare loro il valore attribuito alla località visitata.