

I numeri del Friuli Venezia Giulia alla BIT 2012

Distribuiti oltre 42mila materiali promozionali, oltre 60mila contatti raggiunti dai post FVG su Facebook e il tutto esaurito per i laboratori del gusto

Villa Chiozza di Cervignano, 20 febbraio 2012 – Lo stand del Friuli Venezia Giulia alla Borsa Internazionale del Turismo, in programma a Milano da giovedì 16 e chiusasi ieri, domenica 19 febbraio, ha rappresentato un luogo fisico in cui entrare in contatto con il pubblico di professionisti del settore e di potenziali visitatori, ma anche un luogo virtuale grazie alla diffusione in rete dell'immagine regionale. I canali dei principali social network sollecitati dai tweet e dai post aggiornati durante tutta la manifestazione sui profili dell'Agenzia TurismoFVG e grazie anche alla Social Machine, che ha coinvolto in un gioco il popolo di Facebook presente nello stand, hanno fatto aumentare i contatti di coloro che sono potenzialmente interessati a visitare la destinazione Friuli Venezia Giulia.

A dimostrazione del successo riscosso dallo stand regionale ci sono i numeri del materiale informativo distribuito, aumentato rispetto alla scorsa edizione della Borsa, in oltre 42mila copie, i numerosi passaggi televisivi dello stand regionale sulle emittenti nazionali di *RaiUno*, *RaiDue*, *Rete4*, *Canale5*, *Italia1*, *Class CNBC* e la veicolazione di messaggi firmati FVG a oltre 60mila contatti di utenti della rete.

La necessità di razionalizzare i costi ha invece portato alla selezione del numero di assaggi enogastronomici offerti su invito agli ospiti.

“Anche quest’anno il Friuli Venezia Giulia ha potuto beneficiare di una notevole visibilità nel corso dell’edizione 2012 della BIT” – ha dichiarato l’assessore regionale Federica Seganti. “Operatori di settore, giornalisti e pubblico hanno potuto apprezzare la professionalità degli addetti ai lavori aggiornandosi sulle proposte turistiche della stagione 2012”.

“L’obiettivo di quest’anno era sicuramente quello di proseguire sul consolidamento del brand regionale proponendo un aggiornamento con il “LIVE different” – precisa il direttore generale dell’Agenzia TurismoFVG, Edi Sommariva - e un ospite come il celebre giornalista Beppe Severgnini, che si è intrattenuto a lungo nello stand regionale, ha saputo reinterpretarlo al meglio comunicando ai suoi oltre 180mila contatti del social network Twitter che il Friuli Venezia Giulia è una delle tre regioni più “sexy” d’Italia”.

Materiali promozionali e ingressi allo stand: prodotti di punta e nuove tendenze

Oltre 42mila tra brochure e dépliant promozionali distribuiti allo stand regionale, quest’anno hanno riscosso un sorprendente riscontro in termini di copie richieste i materiali sugli eventi che si terranno in regione (13mila copie). La mappa generica di tutto il territorio regionale si aggiudica il secondo posto (3.200) e il podio si chiude con i percorsi enogastronomici (2mila).

Anche quest’anno è stato dimostrato un vivo interesse di pubblico per il materiale informativo di taglio culturale, con la città di Trieste come capofila (1.500 copie) a pari merito con la brochure di arte e cultura (1.500). Le località marittime si aggiudicano

l'attenzione del pubblico con 1.500 brochure distribuite e la montagna diventa invece protagonista grazie ai percorsi di trekking il cui materiale informativo si attesta su una distribuzione di mille unità per ciascuno degli ambiti montani (Carnia, Tarvisiano e Piancavallo).

Lo stand del Friuli Venezia Giulia è stato particolarmente frequentato anche dalla stampa nazionale il cui accredito ha raggiunto 210 giornalisti e portato a diversi passaggi dello stand sulle emittenti televisive nazionali di *RaiUno*, *RaiDue*, *Rete4*, *Canale5*, *Italia1*, *Class CNBC*. Sono inoltre previste prossime uscite programmate nelle rubriche turistiche Rai di *Sereno variabile* e *Voyager*.

Una delle novità dell'edizione 2012 è stata costituita dall'allestimento di un corner dedicato alla promozione di *Music&Live* che ruotava attorno a un concorso fotografico: i visitatori sono stati invitati a farsi fotografare mentre "interpretavano" alcune immagini di eventi del Friuli Venezia Giulia al fine di aggiudicarsi la vincita dei biglietti di alcuni grandi concerti compresi nel palinsesto *Music&Live*. Questa operazione ha dato modo di coinvolgere un migliaio di visitatori permettendo così di promuovere l'immagine della regione e al contempo di profilare i dati dei concorrenti per un secondo e più ampio coinvolgimento in successive iniziative promozionali.

Laboratori del gusto e appuntamenti

Come ogni anno, inoltre, all'ottima riuscita della partecipazione del Friuli Venezia Giulia alla BIT ha contribuito la possibilità per i professionisti del settore turistico di degustare i prodotti enogastronomici della regione.

Ai laboratori del gusto (2 laboratori al giorno con 20 posti ciascuno) hanno partecipato 160 visitatori tra operatori turistici, giornalisti e, negli ultimi due giorni di fiera dedicati al pubblico, potenziali turisti.

Anche nell'edizione di quest'anno, per una questione di contenimento dei costi, il ristorante è stato nuovamente sostituito dall'area Live Gusto in cui un pubblico selezionato ha potuto degustare su invito un piatto tipico per un totale di 600 assaggi offerti al giorno grazie anche al consueto contributo collaborativo dell'Istituto Bonaldo Stringher di Udine.