

Music&Live 2012 sull'onda dei grandi concerti

Nuove leve promozionali: blog e social network in prima linea, collaborazioni con importanti canali musicali e un concorso a premi per la promozione dei grandi eventi musicali in regione

Trieste, 23 novembre 2011 – Dopo l'annuncio dell'unica data dell'Est europeo dello storico gruppo dei Radiohead il 4 luglio a Villa Manin, il collaudato sistema di promozione turistica *Music&Live* si arricchisce di un altro grande ed esclusivo evento musicale: il Boss Bruce Springsteen con la E-Street Band avrà Trieste come suo palcoscenico l'11 giugno 2012, unica data nel Nord-est Italia e dell'Est Europa.

Il prodotto turistico messo a punto dall'Agenzia TurismoFVG prevede significative novità nello schieramento di tutte le attività promozionali volte a veicolare l'immagine del territorio regionale in Italia e nel mondo: in programma l'attivazione massiccia dei canali online, di collaborazioni con canali musicali, la realizzazione di un evento ad hoc e di un concorso a premi.

Si apre un nuovo anno della promozione di *Music&Live*, il prodotto turistico che a fronte del pernottamento in regione, vede l'assegnazione di biglietti gratuiti o ridotti per la partecipazione ai grandi concerti in programma in regione:

- Geri Allen venerdì 25 novembre al Teatro Zancanaro di Sacile
- Magnus Öström sabato 10 dicembre al Teatro Zancanaro di Sacile
- Jovanotti lunedì 12 dicembre al PalaTrieste
- Dream Theater lunedì 20 febbraio al Palasport Forum di Pordenone
- Biagio Antonacci martedì 22 maggio al PalaTrieste
- Bruce Springsteen lunedì 11 giugno allo Stadio Nereo Rocco di Trieste
- Radiohead mercoledì 4 luglio a Villa Manin

Oltre agli strumenti di comunicazione e marketing attivati dall'Agenzia TurismoFVG in Italia e all'estero in occasione della promozione del territorio e dei prodotti turistici, non mancheranno attività promozionali studiate ad hoc e rivolte al pubblico di riferimento.

L'edizione 2012 sarà sostenuta da una capillare veicolazione su canali online, attraverso la presenza sui social network e i blog specializzati, facendo leva sul tam tam generato da siti web dei fan delle band che approderanno sul palcoscenico del Friuli Venezia Giulia. La promozione online sarà sinergica all'investimento promozionale su media particolarmente seguiti da un pubblico giovane, come canali musicali quali, per esempio, MTV e l'annuncio a livello nazionale sarà affidato a un evento speciale, con contenuti musicali, organizzato in occasione della Borsa Internazionale del Turismo in programma a Milano dal 16 al 19 febbraio. Ma la promozione non finisce qui: l'Agenzia TurismoFVG intende lanciare un concorso a premi mettendo in palio tre week-end musicali in Friuli Venezia Giulia: chi si aggiudicherà il premio potrà soggiornare gratuitamente ed accedere a una performance live in programma.

La strategia alla base del prodotto punta da un lato alla promozione del nome della regione come destinazione turistica rivolta a un pubblico giovane, rivitalizzando l'immagine regionale, e in secondo luogo, l'inserimento a calendario di performance realizzate nell'arco di tutto l'anno, mira alla destagionalizzazione dei flussi turistici senza ancorarli alla stagione estiva con luglio e agosto come mesi di punta.