

Il Friuli Venezia Giulia nel mondo: nuovi accordi di internazionalizzazione del brand turistico regionale

Trieste, 6 giugno 2012 – Una nuova azione promozionale che fa leva sulla rete di contatti in Italia e all'estero e sulle eccellenze della propria terra: è questa il nuovo approccio strategico che l'Agenzia TurismoFVG si appresta a improntare. Oltre ai tradizionali strumenti di promozione *offline* e quelli di più recente e massiccio utilizzo dell'*online*, grazie alle vincenti caratteristiche di immediatezza, efficacia, basso costo e misurabilità, in un'ottica di sistema il braccio operativo regionale in campo turistico aziona un nuovo e innovativo canale promozionale che consiste nell'attivazione di nuove sinergie volte alla promozione dell'immagine economica, culturale e turistica del Friuli Venezia Giulia grazie alla definizione di accordi e convenzioni con Informest, Ente Friuli nel Mondo, l'Associazione Giuliani nel Mondo e attraverso il progetto "vetrine" del Friuli Venezia Giulia.

Convenzione TurismoFVG – Informest

Il sistema di relazioni, gli ottimi rapporti diplomatici e le competenze specifiche nel settore della cooperazione internazionale, che Informest ha maturato nel corso della propria ventennale attività, rappresentano un prezioso strumento di intelligence. L'accordo tra TurismoFVG e il Centro di Servizi e Documentazione per la Cooperazione Economica Internazionale è teso a creare una sinergia volta a sviluppare attività congiunte nell'area geografica di riferimento di Informest, che comprende i Paesi dell'area dell'Europa orientale, balcanica e del blocco dell'ex-Unione Sovietica, consentendo a TurismoFVG di inserirsi con maggiore efficacia nei mercati esteri del bacino di pertinenza ("case e antenne FVG"). Tra i due Enti è prevista una condivisione di attività di rilevanza internazionale attraverso l'attivazione di progetti di cooperazione territoriale, azioni di sostegno e valorizzazione dell'immagine del FVG e di supporto al comparto turistico regionale al fine di elevarne il peso sul PIL complessivo in un'ottica di sviluppo sostenibile nonché la creazione di un servizio di assistenza per gli enti locali del FVG che intendono partecipare a bandi europei e che sempre più spesso fanno richiesta di fondi europei.

"Vetrine" del Friuli Venezia Giulia

In ottemperanza alla Legge Regionale 15 del 2011 l'Agenzia TurismoFVG attiverà la promozione del brand regionale e dei suoi prodotti di eccellenza attraverso l'allestimento di "vetrine", ossia corner promozionali allestiti con format aderente agli elementi di comunicazione del *trademark* turistico, in locali aperti al pubblico ed esercizi commerciali all'estero nelle aree in cui il turismo verso l'Italia è significativo e nelle città italiane con popolazione non inferiore a 200mila abitanti. Le "vetrine" sono acquisite, per le finalità della presente legge, da TurismoFVG che le affida a titolo gratuito a soggetti privati che si impegnano nell'esercizio di vendita di prodotti di provenienza, design o caratterizzazione regionale, ovvero la fornitura di servizi di rinfresco o ristorazione con prodotti di provenienza regionale.

Il piano di messa in opera prevede inoltre la costituzione di un club di aziende internazionali e dei consorzi del Friuli Venezia Giulia, allo scopo di fornire anche un eventuale supporto alle aziende regionali nelle loro attività di export. In armonia con questo intervento normativo si collocano anche le convenzioni con le associazioni dei corregionali all'estero.

(segue)

Convenzioni con friulani e giuliani nel mondo

Articolate anche le convenzioni con l'Ente Friuli nel Mondo e l'Associazione Giuliani nel Mondo: in questo caso la promozione dell'immagine regionale è veicolata dagli stessi corregionali, veri ambasciatori delle eccellenze territoriali a livello mondiale, e si rivolge oltre che al mercato internazionale, anche a quello italiano. L'Agenzia TurismoFVG fornirà ai Fogolârs furlans e ai Circoli dei Giuliani nel Mondo i materiali promozionali della regione e realizzerà pacchetti turistici pensati appositamente per i corregionali residenti all'estero e nelle altre regioni italiane. I soci dei due enti e i loro familiari potranno avvalersi di agevolazioni sui prodotti turistici di TurismoFVG, a cominciare dalla FVG card che potranno acquistare a un prezzo scontato. Gli strumenti della collaborazione prevedono inoltre un piano di comunicazione congiunto attraverso i rispettivi siti web che prevedono connessione reciproche, l'esposizione del brand turistico nelle sedi dei Fogolârs e dei Circoli e la collaborazione a iniziative comuni che promuovano l'immagine turistica del Friuli Venezia Giulia.