

La promozione turistica del Friuli Venezia Giulia in Italia e all'estero **Parte domani il roadshow con le prime tappe a Varsavia e Cracovia**

Villa Chiozza di Cervignano, 8 aprile 2013 – Prende avvio questa settimana il programma di promozione turistica che porterà l'Agenzia TurismoFVG a presentare il Friuli Venezia Giulia in numerose tappe italiane ed europee attraverso l'efficace formula dei roadshow. Si tratta di presentazioni itineranti che prevedono sessioni informative e workshop concentrati in una sola giornata per ciascuna città e destinati a professionisti del turismo e giornalisti di settore: 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 canali e mercati di riferimento.

In ogni tappa promozionale TurismoFVG coinvolge un ottimo numero di contatti selezionati: per le prime due destinazioni in calendario, Varsavia e Cracovia il 9 e il 10 aprile, sono circa sessanta i buyer accreditati che, accanto ai prodotti turistici più consolidati del mare e della montagna invernale, dimostrano un forte interesse anche per eventi, cultura e città d'arte. Il mese di maggio è dedicato completamente all'Italia con Viareggio (7), Reggio Emilia (8), Verona (9) e poi Perugia e Rimini rispettivamente il 15 e il 16. Ultima tappa prima dell'estate sarà la Finlandia, in giugno, per riprendere poi in autunno.

“Questa attività promozionale – commenta Edi Sommariva, direttore generale di TurismoFVG - è senza dubbio impegnativa, anche economicamente, ma i riscontri ottenuti negli anni la identificano come fondamentale per il turismo nella nostra regione. È un investimento sul quale puntiamo molto ma dal quale siamo d'altra parte sicuri di poter aspettarci altrettanto. L'importante è differenziare mercati e proposte. Quest'anno, per esempio, abbiamo incluso alcune destinazioni nuove, accanto a quelle storiche e ad altre in via di consolidamento e cerchiamo inoltre di adattare le proposte ai mercati tenendo conto dei risultati e delle preferenze manifestate dai turisti negli anni precedenti”.

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, Milano, Monaco e Berlino). Si è appena conclusa quella di Mosca che, quest'anno in modo particolarmente preciso e positivo, ha rivelato, oltre al consolidamento del prodotto balneare, anche il riconoscimento del Friuli Venezia Giulia come meta turistica interessante per l'offerta storico-culturale e di apprezzarla per l'enogastronomia. Una nuova tappa, invece, quella di Kiev, dove TurismoFVG ha partecipato unitamente all'ENIT per cominciare a costruire relazioni e contatti con un mercato che nel prossimo futuro potrebbe fare riferimento al Friuli Venezia Giulia come porta dell'Italia.

Fiere e roadshow consentono di presentare la varietà dell'offerta turistica regionale nel suo complesso, soffermando anche su eventi di rilievo, nuovi prodotti, attività promozionali e di personalizzare la presentazione per adattarla alle richieste e alle preferenze dei singoli mercati. Inoltre, per dare un assaggio del ricco patrimonio enogastronomico regionale, a ogni tappa viene organizzato un buffet di degustazione dei migliori prodotti tipici del Friuli Venezia Giulia.