

Emozioni e nuove tecnologie nella strategia di TurismoFVG

**Nel contesto dell'evento "Turismi" di *Corriere Innovazione*
TurismoFVG presenta alcune attività di comunicazione 2.0**

Trieste, 10 luglio 2013 – Si terrà oggi alle 18 al Molo IV di Trieste "Turismi", incontro organizzato da *Corriere Innovazione* in collaborazione con TurismoFVG, durante il quale si confronteranno modelli ed esperienze avanzate e innovative del settore turistico con alcuni nomi illustri del panorama italiano e internazionale. In questo contesto anche l'Agenzia TurismoFVG racconterà la sua strategia legata alla comunicazione 2.0 che da qualche tempo ha messo in atto.

Autenticità e nuove tecnologie possono convivere, anzi, sostenersi: è su questo principio che l'Agenzia spiegherà come sono stati utilizzati i nuovi media e il mondo del web per raccontare un territorio ed esperienze personali senza far perdere loro la veridicità che le deve caratterizzare. Le informazioni turistiche, infatti, vengono ricercate sempre di più tramite la rete e i nuovi media: ai turisti non si può più proporre contenuti in forma verticale ma è necessario prestare sempre di più attenzione alla **comunicazione orizzontale** e a proposte specifiche che incontrino passioni e interessi specifici. Il B2B (business-to-business) e il B2C (business-to-consumer) stanno per essere soppiantati dal nuovo **C2C (consumer-to-consumer)** che "viaggia" sui social network.

Destination blog Golivefvg

Uno dei più recenti strumenti di TurismoFVG è il **destination blog www.golivefvg.com**, che si è anche già distinto come progetto innovativo nel panorama nazionale ed è stato indicato come best practice nel settore del marketing turistico da università prestigiose e programmi televisivi di grande seguito. Contenitore per lo **storytelling**, è un hub che valorizza il territorio del Friuli Venezia Giulia attraverso la creazione e la pubblicazione di contenuti web (testi, immagini, video), che raccontano in maniera emozionale le esperienze che si possono vivere in regione e le suddivide appunto con un criterio che si riferisce all'**emozione prodotta dall'esperienza**: *soul, secret, slow, cool* e *taste*. La supervisione è affidata a una redazione di *insider blogger*, ma i contenuti sono realizzati anche da *citizen* e *guest blogger*, che vengono coinvolti attraverso un costante lavoro di *scouting* e creazione di relazioni e naturalmente di comunicazione attraverso i vari canali social, come Facebook, Twitter e Youtube, nonché attraverso il portale di TurismoFVG.

Blog tour

Il destination blog promuove e ospita anche progetti speciali: tra questi, oltre alla originale iniziativa **#romanzocollettivo** che prevede la stesura a più mani di un e-book, ci sono le attività legate all'accordo con **Turisti per caso**: alcuni blogger per caso, selezionati con un apposito contest, visitano il Friuli Venezia Giulia in modo autonomo anche nella scelta

della destinazione, guidati però da consigli e suggerimenti che arrivano loro dai “collegi” *citizen*. Infine, altri giovani blogger sono stati coinvolti in un **blog tour nei luoghi della Grande Guerra** alla scoperta di trincee, fortificazioni, sentieri e musei all’aperto. Un punto di forza sono e saranno poi i *citizen blogger* che già fanno storytelling sulla regione: se i contenuti da loro prodotti vengono ritenuti interessanti dalla redazione di Golivefvg, TurismoFVG mette a loro disposizione il destination blog regionale come piattaforma privilegiata di pubblicazione di nuovi e originali post, che ovviamente vengono rilanciati sui social network dell’Agenzia, in primis sulla pagina ufficiale di Facebook (oltre 17mila fan) e su Twitter (oltre 4mila follower).

Golivefvg.com diventa così una sorta di fucina dei talenti e di strumento di comunicazione in stile “*crowdsourcing*” che promuove e diffonde attraverso lo stile emozionale e informale legato allo storytelling le esperienze che si possono vivere in Friuli Venezia Giulia.

Diario digitale

Con questo approccio TurismoFVG ha sposato e commissionato il progetto di Can't Forget Italy, invitando in regione 7 **videoblogger internazionali** affinché realizzassero il Diario Digitale, composto da sette video e due demo. Pubblicato sui canali online più battuti dal popolo della rete, il **Diario Digitale** dedicato al Friuli Venezia Giulia ha proposto immagini e frammenti raccolti da sette giovani storyteller internazionali, che in una settimana hanno scandagliato con telecamere e macchine fotografiche luoghi di mare e di montagna, piazze cittadine, villaggi, frazioni, case e locande. Attraverso questi prodotti siamo riusciti a raccontare non solo le bellezze della regione ma anche a trasmettere il calore dei suoi abitanti e i loro stili di vita.

Portali verticali

TurismoFVG, inoltre, per profilare sempre di più i target turistici e mettere in campo strategie in grado di raggiungerli, sta sviluppando **portali verticali** ad hoc dedicati ai diversi “turismi” che si possono vivere in FVG da affiancare a quello istituzionale www.turismofvg.it, già oggetto di implementazione per renderlo *userfriendly*, dotato di cartografia interattiva e ottimizzato per la navigazione da mobile, smartphone e tablet. Ai portali verticali si affiancheranno altrettante **app tecnologicamente avanzate** (con ricostruzioni 3D e realtà aumentata) focalizzate sulle nicchie di interesse che compongono l’offerta turistica regionale, in linea con le passioni che alimentano un **turismo di tipo esperienziale**.