



La Barcolana e il Friuli Venezia Giulia: due brand uniti per promuovere Trieste e la regione

**Un milione di contatti coinvolti in un grande progetto di comunicazione social,
autorevoli media tradizionali accreditati,
la creazione di una nuova app sulla nautica**

Trieste, 5 ottobre 2013 - La Barcolana rappresenta un vero veicolo di promozione turistica non solo di Trieste ma dell'intero Friuli Venezia Giulia per la capacità della manifestazione di far accendere i riflettori internazionali sulla regione. Oltre alla consolidata presenza all'interno del villaggio turistico con uno stand dedicato alla promozione della regione, quest'anno con una particolare attenzione al tema della Grande Guerra e del Giro d'Italia, TurismoFVG arricchisce le azioni di promozione a 360 gradi da un innovativo progetto di comunicazione social alla creazione di un'app dedicata, passando per la comunicazione ai media tradizionali e alle emittenti televisive.

La Barcolana diventa sempre più social: 30 instagramer e blogger nazionali e internazionali, attivi e autorevoli su piattaforme e in campi diversi, dall'editoria al giornalismo tecnologico fino all'enogastronomia, racconteranno Trieste a più di un milione di contatti. In occasione della regata, infatti, TurismoFVG, #TriesteSocial e la community di instagramer del Friuli Venezia Giulia organizzano #BarcolanaLIVE, un blog tour sviluppato su due settimane che porterà in città blogger e "igers" da tutta Italia e dall'estero che racconteranno Trieste attraverso la lente degli sport nautici e acquatici, ma anche delle sue offerte culturali ed enogastronomiche. Il tour si svilupperà nell'arco di questo week-end e in quello della Barcolana e porterà gli ospiti a scoprire la città in tutte le sue sfaccettature: dalle atmosfere letterarie, a un percorso enogastronomico passando per gli aspetti di Trieste legati al mare e agli sport d'acqua fino a un itinerario sulle tracce dei diversi culti religiosi. Blogger e igers, inoltre, avranno la possibilità di visitare la Grotta Gigante in notturna, i luoghi più belli della città e ovviamente di seguire da vicino la Barcolana da diversi punti di vista.

Non solo iniziative di comunicazione attraverso i nuovi media, TurismoFVG durante la Barcolana 45 porta avanti anche attività che coinvolgono rilevanti testate dei media tradizionali ed emittenti televisive finalizzate a sfruttare al meglio le opportunità turistiche dell'evento. L'Agenzia darà infatti supporto alla troupe Rai del programma *Linea Blu* che effettuerà delle riprese per raccontare l'evento e ai luoghi di Trieste legati al mare e provvederà all'accoglienza e all'organizzazione di un viaggio stampa per importanti testate internazionali che durante il corso dell'anno sono state oggetto di attività di comunicazione della destinazione come *National Geographic* Olanda e la testata finlandese di settore

Agenzia Turismo Friuli Venezia Giulia - Ufficio stampa

Via Carso, 3

33052 Cervignano del Friuli - UD

Tel +39 0431 387111 Fax +39 0431 387199

e-mail ufficiostampa@turismo.fvg.it; sito www.turismo.fvg.it

nautico *Purje sailing magazine*, il cui contatto è frutto di un workshop organizzato dall'Agenzia a Helsinki. TurismoFVG si occuperà anche di dare supporto ad alcune emittenti televisive nazionali al fine di promuovere la destinazione nei loro servizi dedicati alla Barcolana.

In occasione dell'evento nautico più rilevante della regione, TurismoFVG presenterà inoltre la nuova app dedicata ai diportisti che si inserisce in un progetto più ampio di promozione del prodotto turismo nautico del Friuli Venezia Giulia.

Altre informazioni su www.golivefvg.com

