

PromoturismoFVG e Udinese Calcio insieme per promuovere il territorio

Villa Chiozza, 29 aprile 2019 - Presentazioni con spettacolo per tour operator e giornalisti a Milano e Roma, visite guidate della Dacia Arena dedicate ai turisti e agli appassionati di calcio, attività social con protagonisti i giocatori dell'Udinese: la partnership tra PromoTurismoFVG e Udinese Calcio è proseguita a pieno ritmo da dicembre a maggio con l'obiettivo unico di promuovere il territorio regionale e la sua ricca offerta culturale ed enogastronomica in maniera congiunta, nell'ottica di una nuova linea sinergica e strategica tra sport e turismo.

Sono stati oltre 30 i rappresentanti di tour operator, agenzie di viaggio, CRAL e oltre 20 i giornalisti di stampa trade e di settore che hanno partecipato agli eventi congiunti di PromoTurismoFVG e Udinese Calcio organizzati a Milano e a Roma a margine dei *match day* di Udinese nelle partite in trasferta. In queste occasioni gli ospiti hanno potuto assistere **alla presentazione con spettacolo condotta da Marco Berry "In viaggio con i 5 sensi alla scoperta del Friuli Venezia Giulia"**, format di uno show creato ad hoc per incuriosire ed immergere gli ospiti nella scoperta della regione, e assaggiare le specialità enogastronomiche della regione curate dalle sapienti mani dello **chef stellato Emanuele Scarello**.

Fra le attività promozionali messe in campo sul territorio regionale hanno riscosso successo **i 13 appuntamenti con la Stadium Experience**, la visita guidata della Dacia Arena in lingua italiana o inglese veicolata all'interno della **FVGCard**, ai quali hanno partecipato 200 persone totali fra turisti, famiglie con bambini e appassionati di calcio. Anche le azioni *digital* hanno avuto un ruolo centrale nella promozione e diffusione dell'offerta enogastronomica del Friuli Venezia Giulia. A rotazione **i giocatori dell'Udinese sono infatti diventati testimonial del territorio** visitando in prima persona alcune strutture aderenti alla Strada del Vino e dei Sapori, come l'agri-birrificio Villa Chazil, la balsameria Midolini, il prosciuttificio Bagatto, i ristoranti Trattoria locanda Ai Tre Amici, Antica Maddalena e Aquila Nera, e condividendo la loro esperienza attraverso **racconti fotografici sui propri i propri profili social** che hanno riscontrato un elevato dato di diffusione.

Con l'obiettivo di attrarre l'attenzione del mercato interno, dei tifosi provenienti dalle città delle squadre ospiti, ma anche dalle regioni e dai Paesi vicini, si sono inoltre visti e si vedranno fino al termine del campionato nella Dacia Arena: passaggi a ripetizione sui **led a bordo campo** del logo Friuli Venezia Giulia seguito dalle promozioni dell'offerta neve, mare e della Strada del Vino e dei Sapori, la **personalizzazione dello spogliatoio ospiti** con immagini turistiche dei "brand-località" di punta: Forni di Sopra/Sauris, Ravaschetto/Zoncolan, Sappada, Tarvisio, Sella Nevea, Piancavallo, Trieste, Udine, Gorizia, Pordenone, Lignano Sabbiadoro e Grado, la **brandizzazione del tunnel di ingresso dei giocatori con il logo FVG** e la **distribuzione nei locali dello stadio di offerte promozionali ai tifosi**. A livello nazionale la promozione del territorio è passata anche attraverso il circuito **Academy**, che conta 80 squadre affiliate a Udinese in tutta Italia, e attraverso un sistema d'accoglienza in regione dedicato ai ragazzi in visita a Udine per le partite. Le attività hanno

interessato varie città di Basilicata, Campania, Emilia Romagna, Lazio, Lombardia, Marche, Molise, Piemonte, Puglia, Sicilia e Veneto.

PromoTurismoFVG ha inoltre scelto gli spazi dello stadio per **due eventi di presentazione alla stampa**: il primo dedicato al prodotto mare, tenutosi lo scorso 7 aprile nell'auditorium, che ha visto la partecipazione di **24 operatori turistici di Lignano Sabbiadoro, Grado e del Golfo di Trieste** per annunciare **le novità della stagione estiva 2019**, e il secondo dal titolo "Montagna 365 giorni", che avrà luogo il 2 maggio alle ore 11 nella sala stampa, per la presentazione dei dati invernali di chiusura degli impianti sciistici e delle novità e progettualità per lo sviluppo dell'offerta turistica estiva della montagna del Friuli Venezia Giulia.

"Grazie a PromoTurismoFVG - ha dichiarato Magda Pozzo - per averci dato la possibilità di applicare azioni di marketing innovative, mettendo l'esperienza del pubblico e dei nostri giocatori al primo posto, facendo parlare l'entusiasmo dei tifosi di calcio, dando valore turistico, e non solo sportivo, alla nostra Dacia Arena. Progetti di questo tipo permettono al pubblico di trovare ispirazione per le esperienze che vogliono svolgere in futuro, creando attenzione e interesse diretto. Siamo orgogliosi di poter esaltare le eccellenze friulane non solo in Italia, ma nel mondo attraverso l'immagine dell'Udinese e dei Giocatori".

"La collaborazione fra PromoTurismoFVG e Udinese Calcio non è stata solo una semplice sponsorizzazione, bensì una piattaforma di attività di marketing, social media ed esperienze LIVE che i rispettivi *team* hanno pianificato, sviluppato e portato a compimento insieme con l'obiettivo univoco di raggiungere gli obiettivi strategici prefissati nonché di coinvolgere, collegare e promuovere diversi brand del territorio" – dichiara Lucio Gomiero, direttore generale di PromoTurismoFVG.