Northern Territory, la promozione passa dai video

I video sono elementi sempre più importanti nella scelta della meta di un viaggio e i dati di Google lo confermano (il 66% è visto quando si pensa a un viaggio, il 65% quando si sceglie una destinazione, il 63% quando cerca idee o attività da fare in una particolare destinazione). Grazie a loro si comunicano emozioni, informazioni e, last but not least, si può aiutare chi vende il viaggio. Infatti, cosa c'è di più suggestivo e insieme obiettivo del mostrare un albergo, una scalata, un tuffo in acque incontaminate? **Ecco perché la regione australiana del Northern Territory ha dato vita a Virtual Journey, sito che comprende oggi oltre 100 video e 1.400 esperienze in soggettiva dei diversi prodotti turistici**. Lo strumento, concepito per il trade ma a disposizione dell'utente comune (chiunque si può registrare e consultare tutto il materiale) **"racconta" la regione di Uluru, Kakadu, Alice Springs e delle Tiwi Island, per limitarsi alle attrazioni principali dell'area**.
Appena presentato a Milano, il portale sta per fare, in attesa dell'ITB di Berlino, un piccolo giro d'Europa. In Italia, sarà un elemento in più per far crescere una destinazione che sta già dando soddisfazioni. **Le ultime statistiche annuali relative al periodo settembre 2014 registrano 12.000 visitatori provenienti dall'Italia, con un aumento del 11% sull'anno precedente**.