Live like a local: il progetto di PromoTurismoFVG si evolve dal virtuale al reale

Arrampicarsi sugli alberi, scoprire botteghe artigiane, pedalare fra i castelli e colline moreniche, fare trekking fra i vigneti del Collio o assieme agli asini: sono queste le prime escursioni che **PromoTurismoFVG** propone ai turisti che vogliono vivere il territorio come un cittadino del Friuli Venezia Giulia. “Live like a local”, vivi come un abitante, è il nome del contenitore di esperienze territoriali organizzate da alcuni dei Social Ambassador più attivi del blog fvglivexperience.
Vivendo una giornata accompagnati da abitanti della regione, i turisti potranno quindi sentirsi non semplici visitatori, ma veri e propri cittadini temporanei immersi nella comunità locale.
L’obbiettivo di questa nuova parte del progetto Social Ambassador è effettuare un’azione di disintermediazione turistica concreta, avvicinando i turisti agli operatori locali e aumentando l’autenticità della promozione. Si vuole far sentire il turista parte integrante del territorio in modo che lui stesso diventi ambasciatore e promotore del Friuli Venezia Giulia.
La prima experience “Arrampicarsi sugli alberi con Andrea Maroè” è organizzata per il 13 luglio e prevede la conoscenza dell’ambiente naturale boschivo della regione e la scalata di una quercia da cui si può ammirare un panorama unico della regione. Il calendario di experience continua poi a settembre con la visita il 7 “Fra le botteghe artigiane di Trieste con MissClaire”, il 21 “Collinbici: fra i castelli delle colline moreniche con Giuliano Piccoli” e a ottobre il 5 con “Esperienze asinine a misura di famiglia con Sabrina Pellizon” e il 19 “Trekking tra i vigneti del Collio con Michele Castro”. Tutte le informazioni sono presenti sulla pagina dedicata del portale turistico
regionale: https://www.turismofvg.it/ Live-Like-a-Local
Il progetto Social Ambassador è stato avviato da PromoTurismoFVG nel 2017 con una prima fase di ricerca di portavoce del territorio regionale e con la creazione del blog fvglivexperience.it che ha portato risultati lusinghieri: nell’ultimo anno il blog è stato consultato da di più di 100mila utenti, dei quali più del 70% naviga nel blog attraverso il proprio dispositivo mobile. Il progetto è stato anche presentato in diversi eventi e convegni sul tema della comunicazione web e social, come ad esempio la Borsa del Turismo On line di Firenze, come best practice di turismo esperienziale nel panorama

italiano.
Ora, dopo aver effettuato una seconda campagna che chiama a raccolta nuovi abitanti del Friuli Venezia Giulia amanti del proprio territorio e con la passione per la fotografia e la produzione video, PromoTurismoFVG ha ricevuto la risposta di ben 110 interessati che vogliono mettersi in gioco. A questo recruiting si affianca un’ulteriore evoluzione concreta del progetto con l’organizzazione di escursioni alla scoperta di una parte inedita del Friuli Venezia Giulia in compagnia degli Ambassador.