

## L'IWINETC - International Wine Tourism Conference

**vince la scommessa dell'edizione digitale.**

**In corso confronti con giornalisti e buyer per la programmazione dei viaggi  
in Friuli Venezia Giulia nel 2021**

Villa Chiozza di Cervignano, 18 novembre 2020 – L'edizione 2020 dell'IWINETC - International Wine Tourism Conference, svoltasi dal 26 al 30 ottobre, incassa ottimi risultati anche nella sua versione digitale con **250 delegati accreditati da 26 Paesi** che hanno partecipato alle **15 sessioni di conferenze** sull'evoluzione del mondo del food&wine, **520 incontri B2B tra buyer e seller** e **451.774 visualizzazioni di ogni articolo pubblicato grazie ai canali di comunicazione** dell'evento.

Nonostante quindi la necessità di trasformare una parte della manifestazione (conferenze e workshop) in un evento digitale a causa dell'evoluzione della situazione sanitaria, si sono create **nuove occasioni di business** e si sono **poste le basi per organizzare il prossimo anno i viaggi in Friuli Venezia Giulia** di buyer, giornalisti e operatori della comunicazione che si sono intanto incuriositi e hanno avuto un assaggio "digitale" del territorio.

I primi tre giorni dell'IWINETC sono stati inoltre l'occasione per fare **il punto sulle strategie da mettere in campo per affrontare al meglio il nuovo enoturismo**, grazie a 15 sessioni di approfondimenti tenute da opinion leader, giornalisti e operatori del settore: le conferenze e i talk sono stati infatti molto partecipati con **250 delegati accreditati da 26 Paesi** e ulteriori **129 persone registrate per assistere alle sessioni di apertura e chiusura**. Nutrita in particolare la partecipazione di operatori collegati dagli **Stati Uniti, Inghilterra, Spagna, Portogallo e Italia**. La qualità e la preparazione degli speaker è stata estremamente apprezzata, così come la scelta di rimodulare le sessioni previste sul tema Covid19.

Nutrita anche la partecipazione dei **buyer e giornalisti ai workshop B2B** focalizzati sulla domanda e l'offerta del 29 e 30 ottobre: **520 appuntamenti** divisi in due giornate per agevolare gli incontri in base ai diversi fusi orari, la prima dedicata a **Nord e Sud America**, la seconda ad **Asia, Australia ed Europa**. I seller regionali hanno comunicato di aver incontrato buyer dal grande potenziale e di aver riscontrato un grande interesse verso l'offerta del Friuli Venezia Giulia.

Anche i canali social ufficiali di IWINETC riportano **commenti entusiasti** sui contenuti della conferenza e sul desiderio dei partecipanti di visitare il Friuli Venezia Giulia quando la situazione sanitaria lo permetterà.

**Claudia Wisdom Good (Virtuoso Travel, una delle agenzie più quotate al mondo per il turismo enogastronomico di altissimo livello)** *"Here's hoping that we get a chance to be in Trieste for real. What a beautiful region you have [#promoturismoFVG](#). Let's go!"* - *"Speriamo di avere la possibilità di venire davvero a Trieste. Che bella regione hai [#promoturismoFVG](#). Avanti!"*

**Suzy Schreiner (Azure Blu Vacations)** *"Cheers to Friuli Venezia Giulia... I hope to see your beautiful vineyards in person soon!"* - *"Un brindisi al Friuli Venezia Giulia ... spero di vedere presto di persona i vostri splendidi vigneti!"*

**Carol Wolniakowski** (Cuveè Wine Travel) *"I met some fantastic contacts and am excited to offer new opportunities for 2021!" – "Ho incontrato alcuni contatti fantastici e sono entusiasta delle nuove opportunità per il 2021!"*

**Iain Cottam** (African Sensations) *"Much better than I expected. Good speakers, interesting presentations and a stable platform. Thanks to all concerned." - "Molto meglio di quanto mi aspettassi. Buoni oratori, presentazioni interessanti e una piattaforma stabile. Grazie a tutti gli interessati"*

Anche in termini di **comunicazione**, la **visibilità del Friuli Venezia Giulia** è stata elevata: dall'annuncio della scelta della regione come destinazione della prossima edizione di IWINETC sono stati pubblicati **35 articoli** dedicati all'evento e alla regione ospitante, che sono stati poi veicolati attraverso i canali social di IWINETC che hanno fatto da cassa di risonanza per **un totale di 451.774 visualizzazioni di ogni articolo** grazie a 1.864 contatti raggiunti via newsletter, 2 gruppi LinkedIn da 3.968 membri, 3 account Facebook con circa 15.000 follower per ogni account, una pagina Facebook dedicata all'evento con 9.100 persone raggiunte con ogni post, un gruppo Facebook sull'evento con 686 membri, 3 account Twitter (108.000 follower per ogni tweet), 2 account Instagram (1729 follower), 781 giornalisti di viaggio ed enogastronomia che hanno ricevuto i comunicati stampa e 322 iscritti sul canale YouTube dedicato in cui si sono promossi video del territorio.

Nonostante quindi la situazione globale che ha impedito i viaggi e quindi lo svolgimento in presenza dell'evento, **un grande numero di partecipanti non ha voluto perdere le opportunità formative e di business** date da IWINETC che si è reinventato in forma digitale e ha permesso **a una platea globale di conoscere l'offerta turistica, vitivinicola ed agroalimentare del Friuli Venezia Giulia**. Si sono poste infine le **basi per l'organizzazione di experience sul territorio** di tutta la regione durante i quali buyer, giornalisti e operatori della comunicazione potranno conoscere personalmente gli operatori regionali con cui avevano già preso contatto.

Sulla scia dell'edizione di Bilbao, tenutasi a marzo 2019, anche in Friuli Venezia Giulia erano attesi oltre 350 protagonisti del settore provenienti da tutto il continente per una quattro giorni di conferenze e workshop a Trieste, oltre a visite in tutto il territorio, ma a causa dell'impatto del Covid-19 la decisione di Wine Pleasure, organizzatore della manifestazione con il supporto di PromoTurismoFVG, è stata quella di rispettare le questioni di sicurezza legate alla salute pubblica e allo stesso tempo mantenere le occasioni di business e promozione con un evento su piattaforma digitale.