

SITO PORTALE TURISMO IN RUSSO

www.latuaitalia.ru

- Responsabile del Progetto:

Ambasciata d'Italia a Mosca

- Referenti per successivi contatti con l'Amministrazione:

Cons. Amb. Samuela Isopi - samuela.isopi@esteri.it

Segr. Leg. Enzo Marongiu - enzo.marongiu@esteri.it

Descrizione sintetica del progetto.

Il progetto consiste nella realizzazione del Sito Portale Turismo www.latuaitalia.ru interamente sviluppato dall'Ambasciata come "deliverable" dell'Anno Incrociato del Turismo Italia-Russia. Il Sito costituisce:

- ✓ l'unico Portale Ufficiale attualmente esistente in russo per la promozione dell'Italia come destinazione turistica nella Federazione Russa;
 - ✓ www.latuaitalia.ru è un Portale "di sistema" realizzato con contenuti (testi, foto e video) forniti dalle Regioni italiane, da Città e da altri partner (Touring Club, Borghi più Belli d'Italia, Expo) con i quali la collaborazione sarà "sistematizzata" mediante lettere di intenti per garantire un'alimentazione e un aggiornamento costante;
 - ✓ un servizio concreto, ricco di contenuti, foto e video, e sostenuto da una piattaforma di social media (Canale Youtube, Pagine Facebook, Vkontakte, Twitter e Flickr), rivolto sia ai consumatori (in Russia si contano 70 milioni di internauti) sia agli operatori dell'industria turistica;
 - ✓ una vetrina per gli operatori italiani interessati ad attività di promozione in Russia.
-

Settori interessati

- **Commerciale/turistico:** il mercato turistico russo e' prioritario per l'industria del turismo italiana, per il tasso costante di crescita dei flussi (+ 130% negli ultimi anni) e della spesa dei viaggiatori russi (1 miliardo e 300 milioni nel 2013).
 - **Consolare:** settore attivamente coinvolto nella definizione e nella comunicazione della nostra politica di facilitazione nel rilascio dei visti e nel miglioramento del servizio visti ai turisti russi. Nel progetto sono valorizzati il lavoro e le iniziative promosse dai Consolati Generali e dai Consolati Onorari presenti nelle Province della Federazione Russa.
 - **Stampa e comunicazione:** il Sito è uno strumento di comunicazione e di promozione dell'Italia e del Made in Italy
 - **Culturale:** all'interno del Sito trovano spazio iniziative degli Istituti di Cultura e di istituzioni culturali russe e italiane, volte a valorizzare le eccellenze italiane in campo culturale e a promuovere la cultura come "asset" dell'Italia turistica.
-

Situazione antecedente alla realizzazione del progetto.

- ❖ L'Italia non dispone di un Portale ufficiale di promozione turistica in lingua russa, nonostante l'importanza del mercato russo per l'industria del turismo italiana (in Russia l'inglese non costituisce una lingua veicolare).
 - ❖ L'offerta informativa via Internet è frammentata e disomogenea; solo alcune Regioni hanno sviluppato i rispettivi portali turistici in lingua russa ma non esiste una "porta di approdo" comune all'informazione turistica sull'Italia
 - ❖ Il Sito www.Italia.it non è tradotto in russo e non coinvolge Regioni e gli altri soggetti italiani interessati alla promozione turistica.
 - ❖ Il progetto ha creato, a costo zero, un Archivio centralizzato di fotografie e di video (tradotti in russo), raccolti da Regioni, Città, Enti e Fotografi professionisti per la promozione dell'Italia turistica sul mercato russo.
-

Principali iniziative in cui si è concretizzato il progetto

- Realizzazione del Sito Portale Web www.latuaitalia.ru lanciato alla fine di gennaio 2014 (media di 1000 visite al giorno; 19.000 visitatori singoli mensili; 28.000 visite inclusi "returning visitors"; 120.000 visite complessive; 42% di nuovi visitatori; 58% returning visitors; 90% di visitatori dalla Russia);
 - Sviluppo di un'APP in russo e in italiano per Apple e Android (*in fase di realizzazione*) ;
 - Costituzione di un Archivio Fotografico per la promozione dell'Italia turistica e di un Archivio centralizzato dei Video sull'Italia;
 - Collaborazione con Regioni, Città', Enti come Touring Club, Associazione dei Borghi più Belli d'Italia, Expo Milano, Associazioni di categoria, Tour Operator, per lo sviluppo dei contenuti del Sito e per la fornitura di materiali (testi, video e foto). Tali collaborazioni verranno istituzionalizzate con scambi di note;
-

Principali iniziative in cui si è concretizzato il progetto

- ❑ Attivazione e utilizzo di Reti Sociali dedicate collegate al Sito: Canale YouTube; Pagina Facebook (1200-1500 visite al giorno; 190.000 visite complessive; 3640 "persone a cui piace"); Pagina Vkontakte – social media russo; album Flickr; Twitter;
 - ❑ Promozione sul Sito delle eccellenze turistiche e culturali italiane e delle iniziative realizzate dall'Ambasciata, dai Consolati, dagli IIC, dalle Regioni e da altri partner ;
 - ❑ Arricchimento del Sito sia con informazioni utili (itinerari, pacchetti turistici, collegamenti aerei, visti, di prossima pubblicazione Decalogo Russian Friendly per le strutture alberghiere e Calendario degli Eventi) sia con contenuti "leisure" (esperienze di viaggio, interviste a personaggi famosi);
 - ❑ Lancio di iniziative correlate come un Concorso fotografico per turisti russi per il quale sono messi in palio viaggi premio in Italia;
 - ❑ Prossima creazione all'interno del Portale di una Sezione di Promozione del Made in Italy.
-

Miglioramenti apportati dal progetto al servizio

- Il progetto ha realizzato per la prima volta un Portale turistico sull'Italia per il mercato russo e in lingua russa .
 - Il Portale è uno strumento rivolto non solo al mercato russo ma anche agli altri mercati di lingua russa rilevanti per l'attrazione di flussi turistici verso l'Italia (Kazakhstan, Bielorussia, Azerbaigian, Ucraina, ed altri) .
 - Il progetto ha consentito di avviare una "prassi di lavoro" con Regioni e altri Enti, sotto forma di scambio di visibilità e di servizi (elaborazione e fornitura testi e materiale foto-video in cambio di traduzione, pubblicazione sul Sito e relativa promozione) .
 - Il Sito viene promosso tramite scambio di link e di visibilità con soggetti del Sistema italiano, operatori turistici russi e partner informativi (testate e siti di viaggio e lifestyle) e tramite pubblicità sui motori di ricerca e sui principali siti di viaggio.
 - Operatori italiani hanno segnalato di aver ricevuto manifestazioni di interesse per il proprio prodotto turistico da partner russi che ne hanno preso visione sul Sito.
-

Ostacoli più significativi riscontrati nell'attuazione del progetto

- Raccolta di Fotografie: l'Archivio fotografico di ENIT è costituito da fotografie non aggiornate risalenti agli anni '80 e '90 e non in alta risoluzione; si è pertanto dovuto richiedere a ogni Regione e Città e a singoli Fotografi e Archivi privati (inclusa l'Ansa) di mettere gratuitamente a disposizione delle Fotografie. Molte Regioni non dispongono di un Archivio fotografico per la promozione dell'offerta turistica.
 - Difficoltà nella fase iniziale nell'attivare il coordinamento con le Regioni per la raccolta del materiale. Le successive risposte sono state positive e con alcune si è instaurato un ottimo canale di collaborazione.
 - Assenza di materiale e contenuti di qualità.
-

Modalità di coinvolgimento del personale

- Il progetto è curato dal Funzionario del Settore Bilaterale e Coordinamento Consolare e da un Funzionario dell'Ufficio Commerciale.
 - Il progetto coinvolge altri Uffici della Sede: Ufficio Commerciale per il raccordo con iniziative commerciali e con gli sponsor; Ufficio Stampa per la promozione sul Sito dell'Ambasciata e con i media russi; Ufficio Amministrativo per gli adempimenti contabili.
 - Sono attivamente coinvolti anche gli "Uffici esterni" dell'Ambasciata: i Consolati Generali e gli Istituti di Cultura di Mosca e San Pietroburgo, gli Uffici ENIT e ICE, i Consolati Onorari.
 - Tutti i Funzionari, inclusi i Consoli Generali, i Direttori degli Istituti di Cultura, i Consoli Onorari e i Funzionari dell'Ambasciata, svolgono attività di promozione dell'Anno del Turismo e del Sito verso l'esterno in occasione di eventi, missioni e interviste con la stampa.
-