

✘ **Alitalia, Aeroporto Friuli Venezia Giulia e Regione Friuli Venezia Giulia** hanno illustrato oggi all'aeroporto di Trieste Ronchi dei Legionari un accordo strategico per la promozione del territorio, con l'obiettivo di **promuovere il turismo nazionale e internazionale** nel corso del 2014. Durante la conferenza stampa è stato presentato **l'Airbus A319 con la speciale livrea dedicata al territorio**, progetto che fa del Friuli Venezia Giulia la **prima regione d'Italia** a veicolare la propria immagine su un aereo della compagnia e riporta Alitalia a utilizzare la sua flotta, dopo oltre quindici anni, quale veicolo di comunicazione e promozione.

La fusoliera dell'aereo è infatti contraddistinta dalle silhouette di uno stormo di colibrì, un omaggio all'attenzione che il Friuli Venezia Giulia ha sempre dimostrato nella tutela delle biodiversità. Il colibrì, volatile affascinante e vivace, è simbolo di un progetto di cui la regione può vantare l'unicità: un centro di ricerca, che porta l'illustre nome di Margherita Hack, una delle più grandi ricercatrici internazionali che il Friuli Venezia Giulia ha avuto l'onore di avere come concittadina, dedicato alla salvaguardia di questo piccolo animale, preziosa rarità di cui la regione si fa custode.

I colibrì saranno per un anno gli **ambasciatori del Friuli Venezia Giulia** sulle rotte per Italia, Europa e Nord Africa e sono stati scelti tra oltre venti proposte di icone anche per le assonanze tra questo volatile e la regione: si tratta di un animale che, come il territorio regionale, è prezioso, raro, vivace e simbolo di vita perché impollinatore per eccellenza delle foreste. Il richiamo al volo e all'unicità del territorio ne completano il disegno.

IL CONCEPT

Il progetto è stato realizzato da Emporio ADV, agenzia friulana di comunicazione integrata facente parte del raggruppamento temporaneo d'impresе (ATI), con l'obiettivo di solleticare la curiosità dello spettatore involontario dell'aeroporto.

L'obiettivo dello studio era quello di fornire un'immagine coinvolgente e d'impatto che richiamasse il segreto della regione, portandola in giro per il mondo. Un compito arduo perché si è dovuto sintetizzare diverse istanze, tenendo conto anche dei limiti realizzativi che comporta il personalizzare graficamente un aereo. Da un lato infatti una fusoliera non si presta a essere interpretata come un foglio bianco, dall'altro realizzare un disegno sulla lamiera può significare anche mesi di lavoro: ecco perché le idee più elaborate (come ad esempio le immagini fotografiche) sono state scartate.

Partendo da un desiderio condiviso, che era quello di incuriosire turisti e frequent flyers, Emporio ADV si è profusa in uno studio corposo che poi ha portato al risultato finale.

Inizialmente si è cercato di concentrare la bellezza del Friuli Venezia Giulia in un'immagine: difficile però scegliere un luogo piuttosto di un altro e soprattutto creare un'artificiale scala di importanza impossibile da ritrovare nella realtà. L'altra mappa su cui si è provato a orientarsi è stata quella delle esperienze: anche questa strada però significava una scelta fra proposte tutte egualmente valide con il risultato che molto del carattere della regione andava perso.

In conclusione si è tornati a ragionare sul simbolo, richiamando però la capacità dei suoi abitanti di essere internazionali, dediti alla ricerca e all'amore per l'ambiente. Il vincitore è stato il colibrì. Una scelta inusuale ma dal profondo significato.

ALITALIA PER TRIESTE E IL NORDEST

Durante la summer season del trasporto aereo (aprile-ottobre) decollano da **Trieste 46 voli settimanali** per **destinazioni nazionali** offrendo **oltre 40.000 posti al mese**: 27 voli per Roma Fiumicino, 10 per Milano Linate, 7 per Napoli e, novità, nel periodo luglio-settembre 2 per Catania. Voli che salgono a **200 settimanali** considerando i collegamenti dell'intero Gruppo, Alitalia e Air One, da tutto il distretto del Nordest (Trieste, Venezia, Verona), per un totale di oltre 225 mila posti al mese offerti. Nel 2013 Alitalia ha trasportato oltre 1 milione e 720 mila passeggeri, con un importante incremento **flussi internazionali ed intercontinentali** che hanno fatto scalo a Fiumicino, **pari al 5% (+7% se si considerano solo i passeggeri intercontinentali)**.

Nel corso del 2013 Alitalia ha avviato infatti una nuova programmazione dei voli sul suo hub di Roma Fiumicino, denominata Re-Hubbing, che favorisce i voli di connessione, mettendo a disposizione dei passeggeri orari più comodi.

La fotografia delle prenotazioni della "stagione estiva" conferma l'andamento positivo della nuova organizzazione dei voli, registrando un incremento complessivo del load factor (il coefficiente di riempimento degli aeromobili) sui voli in partenza da Trieste di **un punto percentuale**, che si amplia a un più marcato **+2,45 punti percentuali** considerando solo i voli diretti a Roma di transito per coincidenze nazionali e internazionali.

Lo spostamento a metà giornata dei voli intercontinentali in partenza da Roma consente ai clienti di **cominciare il viaggio da Trieste in orari più confortevoli e non più con i voli del primissimo mattino**.

Sono confermati anche i voli per Roma per i clienti che devono effettuare viaggi di andata e ritorno in giornata. Alitalia **garantisce due voli da Trieste in partenza entro le ore**

10.00 per Roma e due voli da Roma a Trieste dopo le 18.30. Questi collegamenti consentono alla clientela business **un'andata e ritorno Trieste-Roma in giornata.**

Per informazioni alla stampa:

Antonella Zivillica

Resp. Relazioni con i Media

Alitalia

Tel. 06-65638950

Ufficio stampa

Agenzia TurismoFVG

Tel. 0431-387111

Email ufficiostampa@turismo.fvg.it

Servizio commerciale

Aeroporto Friuli Venezia Giulia S.p.A,

Tel. 0481-773290

Email press@aeroporto.fvg.it