

# Il boom del Fregio robbiano? Sinergia tra pubblico e privato

Giorgio Tesi Group analizza le 5.000 visite durante le opere di restauro  
«Un traguardo frutto del lavoro di squadra per la promozione del territorio»

## ▶ PISTOIA

Un successo oltre ogni più rosea aspettativa, con circa cinquemila persone fra turisti, pistoiesi, alunni delle scuole elementari e medie di tutta la provincia di Pistoia e non solo che dal 13 maggio al 31 agosto sono saliti sul ponteggio di piazza Giovanni XXIII per ammirare da vicino il restauro del Fregio Robbiano.

Un'iniziativa resa possibile grazie al connubio fra Comune di Pistoia, Asl 3, Irsa (Istituto di ricerche storiche e archeologiche) più la Soprintendenza per i beni architettonici, paesaggistici, storici ed etnoantropologici. Oltre a queste figure istituzionali, però, fondamentale anche la presenza di Fondazione sistema Toscana e Giorgio Tesi Group, con i propri prodotti Naturart e Discover Pistoia nel ruolo di media partner.

Discover Pistoia, grazie an-

che ai suoi collegamenti con turismo.intoscana.it e intoscana.it oltre ai loro blog e social network, è riuscita a promuovere questo evento tramite la collaborazione con i canali regionali proiettando il messaggio ad oltre un milione di utenti unici giornalieri provenienti da tutto il mondo.

Un contributo determinante alla promozione è stato fornito dalla Cassa di Risparmio di Pistoia e della Lucchesia e Conad.

Un flusso continuo di persone che, nell'arco dei quattro mesi estivi, sono saliti sul ponteggio con la presenza del Centro Guide di Pistoia. Da segnalare che circa due terzi delle presenze riguardano turisti stranieri che hanno visitato Pistoia: nello specifico francesi, tedeschi, americani e spagnoli hanno fatto la parte del leone.

«Si è trattato – spiega la redazione di Discoverpistoia.it – di un sforzo comunicativo note-

vole anche da parte dei media-partner che in questi mesi hanno dato ampia visibilità all'iniziativa, sia a livello web (tra gli approfondimenti del progetto su Discover Pistoia ed il pubblico raggiunto dai vari social si è arrivati a decine di migliaia fra letture, e condivisioni della notizia e delle foto) che cartaceo oltre che per la città con l'affissione di locandine, distribuzione di cartoline (anche a Montecatini, Lucca, Prato e Firenze) ed installazione di cartelloni 6x3 in vari angoli di Pistoia per promuovere l'evento».

Un'ulteriore spinta a far conoscere il Fregio Robbiano è arrivata anche dalla presentazione del numero estivo di Naturart, la rivista della Giorgio Tesi Group distribuita gratuitamente in 54 paesi in tutto il mondo, che si è tenuta proprio in piazza Giovanni XXIII di fronte ad oltre 300 persone e

dando la possibilità ai primi 100 che si erano prenotati, come regalo alla città, di salire in maniera gratuita sul ponteggio per ammirare il restauro.

«Si tratta di un risultato davvero importante – sottolinea Davide De Crescenzo, della Fondazione Sistema Toscana – la dimostrazione che facendo lavoro di squadra per la promozione del territorio, anche fra enti pubblici e privati, si possono ottenere traguardi davvero ottimi che poi hanno ricadute pratiche per quanto riguarda l'incremento dei flussi turistici, soprattutto stranieri, nel territorio pistoiese. A livello di promozione, sulle visite guidate al restauro del Fregio Robbiano sia Fondazione Sistema Toscana che Discover Pistoia e Naturart hanno investito tempo e risorse con risultati ottimi. Siamo dell'idea che l'esperienza-pilota di Discover Pistoia potrà dare i suoi frutti a livello di marketing territoriale e promozione turistica».



Turisti intenti ad ammirare l'antico Fregio robbiano (foto Gori)

Il boom del Fregio robbiano?  
Sinergia tra pubblico e privato

PRENDI NOTA!  
nuovo numero  
PRONTO INTERVENTO GAS

Numero Verde  
800-900202

energia