

Feeling Asti: dai linguaggi digitali contemporanei, nuova forza alla promozione dell'Astigiano

*Incremento degli arrivi in bassa stagione del 10,8% rispetto al 2019,
grazie alla campagna di influencer marketing dei primi tre mesi del 2023*

Torino, 23 maggio 2023

Gli arrivi turistici nell'Astigiano sono aumentati nei primi tre mesi dell'anno del 10,8% rispetto ai dati pre pandemia del 2019 e i pernottamenti sono saliti del 3,4%. Ma non solo: anche le ricerche della destinazione sul web nel periodo gennaio-marzo sono più che raddoppiate nel confronto con il 2022.

Dati che coincidono con il periodo della campagna di influencer marketing **Feeling Asti**, voluta dalla **Regione Piemonte**, coordinata da **Visit Piemonte** e realizzata in collaborazione con **l'Ente Turismo Langhe Monferrato Roero**. L'iniziativa, che ha coinvolto travel e food blogger italiani in una narrazione territoriale, è parte del progetto **Oro Monferrato**, partito un anno fa per dare evidenza turistica all'Astigiano attraverso il *fil rouge* delle attrattive culturali, storiche, paesaggistiche ed enogastronomiche, tartufo in primis.

L'incremento del 10,8% degli arrivi in bassa stagione rispetto al 2019, grazie alla campagna di influencer marketing avviata nei mesi scorsi, dimostra che siamo sulla via giusta per incrementare i flussi turistici nel Monferrato Astigiano. Ora si tratta di continuare con altre iniziative mirate a far conoscere il nostro territorio che ha potenzialità notevoli e che merita di essere valorizzato e conosciuto in Italia e nel resto del mondo. Storia, cultura, tradizioni, paesaggi ed enogastronomia sono i punti di forza che ci rendono davvero unici in un contesto che è di forte attrattiva come meta turistica ma anche come territorio scelto per vivere soprattutto dagli stranieri, commenta il **Vicepresidente della Regione Piemonte**.

Feeling Asti si è articolato in diversi appuntamenti tematici. Il **27 e 28 gennaio** sono stati dedicati al **Palio di Asti**, con visita al Museo e scoperta della vestizione dei figuranti, dell'arte della bandiera e della preparazione dei musicisti, dei cavalli della scuderia e degli agnolotti tipici del giorno dell'evento. Il **15 e 16 febbraio** è toccato ai **sapori del Piemonte**, con gli ospiti impegnati in cucina nella **cooking class** con l'Afp-Agenzia di formazione professionale delle colline astigiane, la preparazione **dell'agnolotto gobbo astigiano** e la visita con degustazione in cantina e scoperta della **nocciola IGP "Tonda gentile"**, per terminare con la degustazione dei biscotti artigianali.

Il **21 e 22 febbraio** tre famiglie con i loro bimbi hanno dato vita a un "chiassoso" e divertente tour "**Family Travel**", che ha compreso la visita al **museo Paleontologico di Asti** e la **Riserva Naturale di Valle Andona e Botto** alla ricerca di fossili, per proseguire con la **visita in cascina con laboratorio di cucina**.

L'11 e 12 marzo visite a cantine ed Infernot con degustazione di Ruchè, sessione di wine painting e visita all'annuale **Festa del Grignolino** a Grazzano Badoglio; il **30 e 31 marzo** sono state protagoniste le **cattedrali**

sotterranee di Canelli e il **Castello Gancia** e i suoi giardini, **l'Art Park La Court**, la **“vigna dei pastelli”** di Coazzolo e **Castagnole Lanze** - borgo più bello d'Italia - accompagnati dal sindaco della cittadina.

*«L'influencer marketing è il passa parola moderno amplificato dalle piattaforme social, dove testimonial, blogger e social reviewer con i propri consigli di viaggio consentono di comunicare a un vasto pubblico fidelizzato e targettizzato. Con Feeling Asti abbiamo proposto agli influencer, singoli, coppie e famiglie, esperienze tematiche insieme all'Ente Turismo Langhe Monferrato Roero, con gli obiettivi di valorizzare la destinazione e i piccoli comuni del territorio come mete di un turismo di scoperta, di aumentare la visibilità di un distretto turistico dalle grandi ricchezze e potenzialità e arricchire l'offerta turistica piemontese - sottolinea **Beppe Carlevaris**, presidente del Cda di Visit Piemonte - Decisamente positiva la ricaduta che abbiamo potuto rilevare attraverso il nostro Osservatorio Turistico: non solo con l'incremento di arrivi e pernottamenti in bassa stagione su quello specifico territorio, ma anche con positivi riscontri sul numero di recensioni e sul “sentiment” della rete per ricettività e ristorazione. Abbiamo poi rilevato che un picco di ricerche sul web si è registrato proprio nei giorni successivi al tour dedicato al Palio di Asti».*

N.B. Il presente comunicato è mancante di nomi e virgolettati degli esponenti politici secondo quanto disposto dall'art.9 c.1 della legge 22 febbraio 2000 n.28 in tema di par condicio nei periodi pre-elettorali.

Ufficio stampa Giunta regionale

Piero Mora Tel. 335 7751037 piercesare.mora@regione.piemonte.it

Ufficio di Comunicazione Vicepresidenza Regione Piemonte

Alessio Comune Tel. +39.011.432.2725

alessio.comune@regione.piemonte.it vicepresidenza@regione.piemonte.it

VisitPiemonte – Regional Marketing and Promotion /Team Comunicazione e Eventi – Media relations

Emanuela Sarti Tel. +39 011 5155518 / 335 6914611 emanuela.sarti@visitpiemonte-dmo.org

Marisa Margara tel. +39 011 5155516 / 347 4398707 marisa.margara@visitpiemonte-dmo.org

Ufficio Stampa Ente Turismo Langhe Monferrato Roero

Cristina Borgogno Tel. +39.0173.362807 +39.339.1218736 borgogno@visitlmr.it