VIA FRANCIGENA

Road to Rome 2021

start again!



RAPPORTO DI COMUNICAZIONE

Cosa

"Via Francigena. Road to Rome 2021. Ricomincia!" è stata la marcia europea lungo la Via Francigena organizzata da AEVF dal 15 giugno al 18 ottobre 2021. La marcia ha attraversato 16 regioni e 637 comuni in Inghilterra, Francia, Svizzera e Italia lungo 119 tappe del percorso.

Chi

Il team **AEVF** ha camminato insieme a videomaker, fotografi, blogger, giornalisti e appassionati.

3.500 pellegrini hanno accompagnato il team durante l'intero viaggio; 10.000 persone sono state incontrate durante gli eventi. Sono stati coinvolti 63 partner, 250 enti di supporto, 350 strutture di accoglienza.

Grande Successo

L'evento ha avuto un grande successo grazie alla grande partecipazione, entusiasmo e motivazione degli stakeholders e comunità locali.

Road to Rome ha creato una grande **famiglia** e comunità della Via Francigena, ha fornito senso di appartenenza e di condivisione.

La comunicazione in *3 lingue* ha avuto una copertura totale di *3.609.649* persone e un engagement di *148.559* persone sul sito web e sui social media;

1.786.000 pagine visitate sul sito web.

561 pubblicazioni su stampa e media. *33 influencer* per un totale di *1.600.000* persone raggiunte.

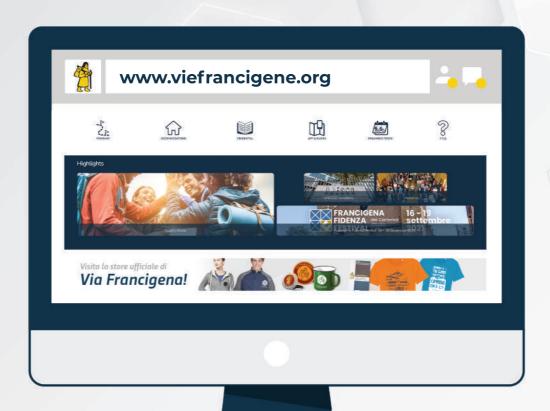
Strumenti

Sito AEVF www.viefrancigene.org, canali social (Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, YouTube), convegni, comunicati stampa, newsletter, podcast, post di blog, gallerie video e fotografiche.

Articoli, post e interviste di stampa, tv, radio, blogger e influencer. La valutazione si è basata sui *Key Performance Indicators* (KPI) fissati prima dell'evento.

Come

Il lavoro preparatorio è durato più di un anno: raccolta fondi, pacchetti per i partner, piani di comunicazione e social media, animazione locale, nuovo portale web.



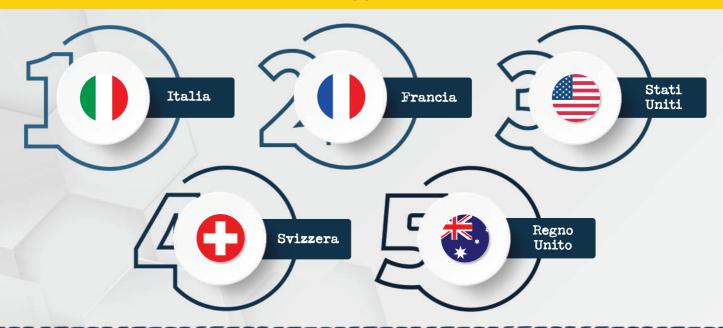
Sito web trilingue www.viefrancigene.org:

1.786.000 pagine visitate (aumento del 21% rispetto al trimestre precedente)
3 minuti e 46 secondi di durata di ogni visita
423.800 sessioni
Il 60% delle visite è stato effettuato da nuovi utenti

La pagina web "Road to Rome" contiene:

96 articoli • 119 racconti di viaggio sul blog • 112 podcast

TOP 5 PAESI con il maggior numero di visitatori:



Social Media Impact (crescita organica)

Tutti i canali social di **AEVF** hanno raggiunto **95.405 persone** con:

1.260 post, articoli e pubblicazioni (incluso il sito web)3.540 storie60 video

Un page reach* di 3.609.649 (incluso il sito web) utenti e un engagement di 148.559

*Page reach: indica il numero complessivo di utenti che hanno visualizzato un contenuto

facebook

@ViaFrancigenaEU

Follower dopo il Road to Rome: **66.330**

(**+ 4.815** in più rispetto a quanto stabilito nei KPI)



TOP POST



L'ingresso a Roma

page reach **56.000** utenti **2.230** di engagement **218** like **54** condivisioni



@viafrancigena_eu

Follower dopo il Road to Rome: **22.600**

(+ 2.800 in più rispetto a quanto stabilito nei KPI)



TOP POST



la tappa Celle San Vito (Troia)

page reach **20.300** utenti **1.738** like **23** condivisioni





Stampa e Media

561 pubblicazioni su stampa e blog tradizionali e digitali (**+ 411** in più rispetto a KPI)

8 comunicati stampa istituzionali e 20 newsletter

La rivista semestrale "Via Francigena e gli Itinerari Culturali Europei" con una copertura di 2.000 copie, disponibile online





Gadget



Road to Rome Ambassador

33 influencer, audience totale di 1.600.000 persone
Oltre 30 articoli
1007 storie
8 video
76.000 "mi piace" sui social media



Video e Foto

Oltre 1000 foto professionali • 17 video di 1 minuto • 1 video finale della durata di 15-20 minuti



