

4 Luglio 2016

The Floating Piers, a quota 1.2 milioni il numero di visitatori. Ecco tutte le cifre





Chiusa "The Floating Piers", l'opera d'arte di Christo realizzata sul lago d'Iseo, ecco i numeri. Che sono da record

VISITATORI

L'opera e' stata visitata da 1.200.000 visitatori.

TREN

Sulla linea Brescia-Iseo-Edolo, per il periodo di apertura dell'opera, hanno viaggiato 1.200 treni dedicati che hanno trasportato 460.000 passeggeri con 330.000 i biglietti venduti; oltre 90 per cento le provenienze da fuori provincia di Brescia; 180 persone dedicate esclusivamente al servizio ferroviario; 60 turist angels in servizio; 60 concerti organizzati nelle stazioni.

NAVIGAZIONE

Sulle tratte Sarnico-Sensole, Iseo-Peschiera M., Pisogne-Carzano e Lovere-Carzano sono stati trasportati 420mila passeggeri.

PROTEZIONE CIVILE

La Protezione civile regionale e quelle provinciali hanno garantito l'impiego di 2.289 volontari.

SICUREZZA URBANA

La sicurezza urbana è stata garantita dalla presenza di 240 operatori al giorno.

ASSISTENZA SANITARIA

La Rassegna

<https://www.larassegna.it/the-floating-piers-a-quota-1-2-milioni-il-numero-di-visitatori/>

La sicurezza sanitaria dei visitatori, oltre all'ordinaria assicurazione dei soccorsi, ha visto la presenza 32 soccorritori in più, l'aggiunta di 8 squadre, l'aumento di 6 infermieri, 2 medici e 2 tecnici in più con idroambulanze, motosoccorso ed elisoccorso. I 100 soccorsi al giorno sono stati resi possibili ed effettuati da Ats Brescia, Bergamo e della Montagna e dalle Asst di Franciacorta, Bergamo Est e di Val Camonica e dal soccorso sanitario predisposto da Areu.

COMUNICAZIONE

Sul fronte della comunicazione i numeri registrano: la distribuzione di 210.000 materiali promozionali;

- 25 video;
- 150 scatti professionali;
- il fotocontest #TheFloatingPiers;
- 3 BlogTour speciali;
- 1 instameet in passerella con IgersBrescia;
- oltre 50.000 page views della sezione dedicata sul sito in-Lombardia.it;
- Live twitting e un piano editoriale web e social con piu' di 300 lanci alla settimana;
- 3 influence tour;
- l'hashtag #TheFloatingPiers utilizzato piu' di 130.000 volte su Twitter, Facebook e Instagram;
- piu' di 3.000.000 di like ai post/tweet/foto Instagram;
- 525 giornalisti nazionali e internazionali intercettati (di questi 20-25 per cento stranieri).

LA PROMOZIONE DEL DOMANI

La fase di promozione futura vedrà:

- mostre fisse e itineranti per raccontare l'evento;
- promozione e scoperta del territorio.

Questo attraverso:

- video timelapse che testimoniano il pre-durante-post opera;
- video in Virtual Reality 360 veicolati tramite i canali inLombardia;
- scatti fotografici;
- interviste che verranno raccolti in un VirtualBOOK dai social e dal web.