

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 visita da 1.200.000 visitatori.

TRENI

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 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 in Lombardia;
- scatti fotografici;
- interviste che verranno raccolti in un VirtualBOOK dai social e dal web.