

COMUNICATO STAMPA

BARCOLANA SVILUPPA IL PROPRIO BRAND: PRESENTATI I GIFT DELL'EVENTO E L'E-COMMERCE

NORTH SAILS SVELA LA POLO UFFICIALE E LA COLLEZIONE BARCOLANA: COLORE UFFICIALE ROSSO, ISPIRATO ALLA BANDIERA DI TRIESTE

Trieste, 25 luglio 2019 - Un nuovo tassello si aggiunge alle attività di Barcolana presented by Generali: ieri sera, nella splendida cornice della Società Velica di Barcola e Grignano, la Barcolana ha presentato un nuovo progetto, collegato allo sviluppo del proprio brand a livello internazionale. E' attivo da stamani, infatti, l'e-commerce di Barcolana, uno strumento di promozione e un nuovo canale per la crescita dell'evento.

A 80 giorni dalla regata - con le iscrizioni già attive e numerose novità in cantiere, come il coinvolgimento nel Villaggio Barcolana degli spazi della piazza dell'Unità, che ha visto favorevole il sindaco di Trieste, Roberto Dipiazza - ieri è stata presentata la polo ufficiale e la collezione di abbigliamento Barcolana firmata da North Sails, in vendita online da fine agosto, e successivamente in store: il colore ufficiale della polo scelto da Barcolana e North Sails per questa edizione è il rosso con elementi bianchi, un diretto richiamo alla bandiera della città di Trieste.

*"Barcolana - ha dichiarato nel corso della presentazione il presidente **Mitja Gialuz** - ha fatto un passo avanti molto concreto. Accanto alle attività di promozione e di incoming, stiamo lavorando molto velocemente allo sviluppo del nostro brand. Si tratta di un passaggio strategico, collegato alla possibilità di creare valore, per noi e per il territorio, e anche all'internazionalizzazione".*

L'E-COMMERCE BARCOLANA - Il primo esperimento di merchandising Barcolana è stato realizzato l'anno scorso nel Villaggio, con un Gift Shop che ha destato grande interesse tra il pubblico e un "tutto esaurito" prima della fine dell'evento: *"Il test effettuato nell'edizione 50 con il negozio nel Villaggio e il negozio virtuale su Amazon - ha spiegato **Gialuz** - ha dato concreti e immediati risultati: lo abbiamo considerato un punto di partenza, dal quale elaborare una strategia personalizzata. Al progetto di merchandising lavoriamo da gennaio: abbiamo scelto dei gift collegati al nostro mondo e realizzato un e-shop dedicato, per il quale ringrazio il nostro digital partner IKON".*

All'e-commerce di Barcolana - attualmente attivo in italiano, a breve agganciato anche alla versione inglese del sito - si accede dalla home page di www.barcolana.it e direttamente da <https://www.barcolana.it/shop>. Dagli occhiali ai teli mare, dalle borse alle tazze, dai bicchieri da barca agli iconici manifesti della regata, fino al libro dedicato ai cinquant'anni dell'evento: l'e-shop di Barcolana è online da ieri sera e operativo da oggi, assieme alla nuova "livrea" della home page di Barcolana, che riporta l'immagine coordinata ideata da Matteo Bartoli per Basiq per la 51.a edizione.

La presentazione della collezione Barcolana, dei gift con il marchio dell'evento e dell'e-commerce di ieri sera ha visto anche protagonista uno dei grandi fotografi di vela e mare "made in Trieste". Da ieri, nella sede della SVBG è allestita una installazione fotografica di Franco Pace: una foto lunga nove metri e in altissima definizione (tanto che ogni armatore può riconoscere la propria barca) della partenza della regata nella iconica edizione 2011, quella rimasta indelebile nel ricordo dei velisti perché l'alta visibilità (dovuta alla bora della notte precedente) permetteva di vedere sullo sfondo le Alpi con la prima neve. *"Una installazione - ha detto **Gialuz** - che rende omaggio al lavoro di Franco, una delle memorie storiche dello yachting internazionale e uno dei figli del mare e del vento di Trieste noti in tutto il*

Technical sponsor



Gold sponsor



FINCANTIERI



PROSECCO DOC
ITALIAN GENIO



Siram
by VEDUA

mondo". Quest'anno, nell'attesa di iscriversi alla regata e ritirare la sacca con i gadget Barcolana, gli armatori avranno la possibilità di ammirarla, e se hanno partecipato a quella edizione, di cercarsi sulla linea di partenza.

Informazioni:

Ufficio stampa Barcolana

Wordpower srl

Francesca Capodanno – responsabile comunicazione: +393498810482

francesca.capodanno@wordpower.srl

ufficiostampa@barcolana.it

www.barcolana.it

Technical sponsor



Gold sponsor



FINCANTIERI



PROSECCO DOC
ITALIAN GENIO



Siram
by QVEDUA