**Velika oglaševalska akcija v Milanu**

Center Milana je v mesecu novembru v znamenju slovenske turistične ponudbe.

Od 3. do 9.11.2014 je na ulici v središču milanskega vrveža številne mimoidoče pritegnila reprodukcija bunkerja iz Soške fronte. Bunker je s svojo interaktivnostjo (v njem so bile nameščene štiri tablice na katerih so se vrteli promocijski videi) opominjal na stoto obletnico prve svetovne vojne in jih hkrati vabil k obisku krajev, kjer je potekala Soška fronta in ki danes obiskovalce vabijo s svojo pestro turistično ponudbo.

7.11.2014 je dogajanje doseglo vrhunec, ko so bunker obiskali predstavniki soškega turizma. Pozornost mimoidočih pa sta zbujala dva "avstro-ogrska vojaka", ki sta že samo s svojo prisotnostjo popestrila dogajanje.

Po sproščenem druženju ob čaju, ki je pogrel povabljence je nekaj deset izbranih italijanskih novinarjev in bloggerjev dobilo prav posebno nalogo, ki jih je spodbudila k odkrivanju preteklosti. Preko namigov so morali poiskati stavbo v neposredni bližini bunkerja, ki je bila v času prve svetovne vojne preurejena v vojaško bolnišnico. Tam je bil hospitaliziran sam Ernest Hemingway, ki je bil ranjen med opravljanjem nalog na fronti.

Boji, ki jim je bil priča so postali okvir za njegovo uspešnico Zbogom orožje, ki med drugim opisuje prav Soško fronto.

Vsi, ki so nalogo uspešno opravili so bili nagrajeni s povabilom na "press trip" v dolino reke Soče in druge kraje, ki jih je zaznamovala Soška fronta.

Neopažen pa vsekakor ne ostaja niti tramvaj, ki bo vse do konca meseca vozil po milanskem središču in s svojo zunanjo in notranjo podobo vabil k obisku krajev ob smaragdni reki.

Oglaševalska akcija je dosegla izredno odmevnost tako v Sloveniji, kot v Italiji, saj so o njej poročali najpomembnejši slovenski in italijanski mediji.

Gorazd Skrt, vodja predstavništva SPIRIT v Italiji: “Interes smo ob 100 obletnici pričakovali, vendar nas je tolikšno zanimanje kar presenetilo. V teh dneh si je bunker prišlo ogledat – ob številnih mimoidočih – veliko novinarjev in TV ekip. Ideja jim je bila všeč, tako da smo “prišli" v časopise in prispevke, za katere bi sicer morali vložiti znatna sredstva. Bi pa želel poudariti, da zgodbe prve svetovne vojne ponujamo kot okvir, ki ga gostu napolnimo z doživljaji v naravi, športu in hrani. Želimo, da si turisti pridejo pogledat kraje, kjer so potekale bitke, se jim poklonijo, pa jih vendarle doživijo ob aktivnostih, ki jih ponujajo danes”.

Predstavništvo SPIRIT v Italiji