



Regione Puglia

Sito ufficiale

PressRegione

Data : Gio, 20 Aprile 2017 @ 19:24

Categoria : Comunicati S. Stampa Giunta

Nuova campagna comunicazione di Pugliapromozione

"Puglia, lo spettacolo è ovunque". E' l'headline della nuova campagna di comunicazione di Pugliapromozione, un vero elogio alla bellezza della Puglia in tutte le sue sfumature, realizzata grazie ad una indagine esplorativa di mercato sulla piattaforma regionale Empulia. I primi giga totem sono già in primo piano nelle grandi stazioni italiane (TORINO, VENEZIA MESTRE VENEZIA S. Lucia, MILANO, VERONA, BOlogna, FIRENZE, ROMA Tiburtina, ROMA Termini, NAPOLI e PALERMO) fino a fine aprile. Due i soggetti per il momento, ai quali se ne aggiungeranno presto di nuovi: sullo sfondo della Basilica di Siponto volteggia una ballerina di danza classica mentre nella magnifica piazza di Presicce si esibisce un violoncellista. In uno scenario onirico la distinzione tra paesaggio e arte performativa sfuma in un racconto fiabesco in cui il viaggiatore è al centro di un'esperienza turistica fuori dall'ordinario. La scelta è stata dettata dalla necessità di raccontare un brand d'eccellenza autentico e contemporaneo, che ad oggi segna l'eccellenza nei settori dell'industria turistica e culturale. La campagna sarà diffusa sulla stampa specializzata nazionale, vista l'esigenza di fare branding su mezzi tradizionali e di forte impatto visivo; la narrazione della Puglia sarà poi sviluppata sul web e sui social con gli eventi, attraverso il portale istituzionale e i social media. Dopo questa prima fase sarà diffuso anche un video sui social. "Rilanciamo il brand Puglia con nuovi contenuti e valori; non solo il mare e la enogastronomia, ma anche arte e cultura, sport e natura. Un brand di tutta la Puglia e senza la predominanza di nessun territorio – commenta l'Assessore all'Industria Turistica e Culturale, Loredana Capone - In questa ottica sono state pensate le nuove campagne nazionali e internazionali per comunicare la Puglia e la produzione di video esperenziali che promuovono itinerari e prodotti turistici sui mezzi di comunicazione stampa, in particolare produzioni editoriali di settore, TV, radio, web, outdoor. Vogliamo raggiungere un corretto posizionamento del brand "Puglia", godibile 365 giorni all'anno, su segmenti turistici specifici, e incrementare il numero di turisti che sceglieranno la Puglia, anche transitando da uno dei gate digitali del sistema informativo regionale turistico. La comunicazione destinata ai mercati esteri, strategica per l'obiettivo di allungare la stagione turistica in Puglia, si concentrerà, a partire da giugno, nelle destinazioni europee collegate con i voli diretti, che rappresentano i primi dieci mercati per la Puglia. Si punterà su progetti innovativi d'integrazione digitale tra gli strumenti media, e la comunicazione si aggancerà alla promozione, in concomitanza di workshop con gli operatori o con i vettori aerei già previsti in alcune capitali europee come già a giugno come Zurigo, Amsterdam, Monaco, Parigi, Bruxelles e Vienna. Per tutta la comunicazione si favorirà il co-branding, allo scopo di creare relazioni nei settori collegati al turismo, quali gli eventi culturali, gli eventi sportivi, come per esempio il Giro d'Italia e Polignano Cliff Diving". A partire da giugno, la comunicazione si focalizzerà sulla diffusione del progetto di valorizzazione borghi e

natura, “InPuglia365 – Estate”, con landing page e piano media dedicati. Due le media partnership avviate con due grandi eventi che sono previsti in Puglia: il GIRO D’ITALIA e REDBULL CLIFF DIVING. Durante il Giro d’Italia la presenza pubblicitaria della Puglia sarà su spazi e bandiere a bordo strada durante il passaggio del Giro e sui mezzi stampa (Tv Roadbook, strumento di supporto per la produzione televisiva per i giornalisti e commentatori televisivi stranieri, e Guida Garibaldi, La guida del Giro d’Italia con tutti i dettagli tecnici e sportivi distribuita a tutti gli addetti ai lavori), sul Sito web e le APP ufficiali del Giro. E’ prevista anche una Presenza istituzionale nelle sale stampa per la presentazione della destinazione alla stampa specializzata. Per quanto riguarda invece REDBULL CLIFF DIVING è previsto un Media kit internazionale, la presenza sul sito ufficiale dell’evento, le riprese a fine maggio per la Web serie video, un Media workshop a Roma a giugno. Inoltre è programmato un Piano di promozione in Puglia a giugno che prevede fra l’altro un open water party e la performance di un atleta in una location diversa da Polignano.