

**TURISMO** Lanciata la campagna di comunicazione 2017 della Regione per promuovere le meraviglie dei nostri territori

# #inLombardia c'è tanto da scoprire

Laghi, montagna, cultura e benessere le leve per raggiungere nuovi mercati

(ofm) Promuovere la Lombardia in chiave turistica e attrattiva attraverso i suoi territori e la sua offerta esperienziale, raggiungere nuovi mercati e ampliare quelli già esistenti. Sono questi gli obiettivi della nuova campagna di comunicazione multicanale **Turismo InLombardia**, on-air dal 26 novembre fino al 31 gennaio 2018.

Il turismo lombardo continua a crescere ed è un settore strategico per Regione Lombardia, che punta a diventare la prima regione italiana in questo ambito e che, durante la legislatura, ha investito risorse per oltre 80 milioni di Euro nella promozione e nel sostegno alle imprese.

È in questo contesto che si inserisce la nuova campagna di comunicazione **"#inLombardia c'è tanto da scoprire"**, che viene veicolata a 360 gradi con affissioni, stampa, radio e tv, canali digital e social, fino al guerrilla marketing, con un in-

vestimento complessivo di circa 1 milione e 700 mila euro.

Attraverso uno stile emozionale, coinvolgente e un tono di voce diretto ed empatico, la campagna vuole mettere in luce i singoli territori e le tematiche esperienziali legate a driver quali laghi, montagna, cultura, benessere.

Lo scopo della campagna è consolidare la Lombardia come grande destinazione turistica e valorizzare il turismo come driver di sviluppo economico, in una logica di attrattività integrata.

Per raggiungere un pubblico più vasto possibile, nella selezione dei mezzi quali affissioni e videowall si è puntato su luoghi di grande flusso turistico, capaci di intercettare sia il mercato italiano sia straniero, per un totale di 8.000 spazi fisici prenotati. Ne sono un esempio le installazioni collocate in 13 hub aeroportuali nazionali ed europei (in particolare con la dominazione realizzata agli arrivi non Schengen di Malpensa,

per dare il WELCOME ai turisti **#inLombardia**), nelle 10 principali stazioni ferroviarie nazionali (tra cui la dominazione della Stazione Centrale di Milano) e in luoghi chiave come Piazza di Spagna a Roma e Campo San Bartolomeo, a 20 metri dal Ponte di Rialto a Venezia,

catalizzatori dell'interesse dei visitatori stranieri e di quelli nazionali.

All'estero, Regione Lombardia ha voluto puntare in particolare su Londra, con affissioni dinamiche sui caratteristici bus a due piani, e su New York, con circa 7.200 passaggi programmati su due maxischermi a Times Square.

La campagna **#inLombardia** c'è tanto da scoprire avrà visibilità nei prossimi mesi, con una maggiore concentrazione nelle prime settimane di dicembre e durante le festività, periodo in cui il pubblico è tendenzialmente più ricettivo alle proposte di viaggio, per poi proseguire nel mese di gennaio sui canali web e social.

Spazio anche alle iniziative speciali: fino al 10 dicembre, in concomitanza con l'evento "L'Artigiano in Fiera" in programma a Rho Fiera Milano, l'infopoint **InLombardia** si anima con degustazioni, incontri con testimonial ed attività tematiche legate alla promozione del territorio.

Alla campagna sarà inoltre affiancato il contest internazionale Scopri e Vinci, promosso da Regione Lombardia, attivo da dicembre 2017 a gennaio 2018.

Il contest, sviluppato in 2 lingue, sarà supportato da una campagna attraverso un sito dedicato, dove l'utente potrà registrarsi e partecipare al gioco, di tipo memory game, scegliendo di saperne di più su una delle 7 esperienze turistiche proposte nella regione (Enogastronomia, Wellness e relax, Laghi, Arte e cultura, Urban-Lifestyle, Sport & Active, Cicloturismo). Fra gli utenti che avranno partecipato e completato il memory game correttamente è prevista un'estrazione finale, che verrà effettuata entro febbraio 2018.

