

NEL MONDO PER FARCI CONOSCERE

Le bellezze mantovane in Times Square

La campagna **#inLombardia** porta i siti Unesco virgiliani tra New York e Londra

MANTOVA 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 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 investimento complessivo di circa 1 milione e 700 mila euro. 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 domination rea-

lizzata agli arrivi non Schengen di Malpensa, per dare il *welcome* ai turisti **#inLombardia**), nelle 10 principali stazioni ferroviarie nazionali e in luoghi chiave come piazza di Spagna a Roma e Campo San Bar-

tolomeo, 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 su canali web e social. 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 tipomemory 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. "Questa campagna - ha dichiarato l'assessore allo Sviluppo economico di Regione Lombardia **Mauro Parolini** - non ha precedenti in Lombardia: è una delle iniziative integrate di promozione turistica condivise con i territori più importanti che abbiamo messo in campo. Negli ultimi anni il turismo lombardo è cresciuto in qualità e numeri, con progressi positivi sorprendenti".



La pubblicità di Mantova per **"inLombardia"**

Manifesti e led saranno presenti anche negli aeroporti e nelle stazioni italiane

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.