

Eventi NEXTSTOP? #inLombardia, termina il viaggio europeo del bus

Si è concluso il viaggio del mezzo di trasporto brandizzato che ha visitato 4 città europee e tre italiane - Bologna, Genova e Torino durante il periodo natalizio. Sono circa 1 milione gli utenti raggiunti attraverso i social media



Si conclude il progetto NEXTSTOP? inLombardia, il tour che ha portato il bus brandizzato [inLombardia](#) in 4 capitali europee - Innsbruck, Colonia, Parigi, Londra - per poi passare a 3 tappe italiane - Bologna, Genova, Torino - nel periodo natalizio. Il progetto si inserisce in una strategia di lungo periodo volta a rendere la Lombardia la prima regione d'Italia, che si è declinata in queste due fasi. L'obiettivo della prima è stato quello di mostrare le poten-

zialità dell'area lombarda al target d'oltralpe. Il fine di portare il progetto anche in Italia è stato quello di proporre nuovi punti di vista su una regione dagli innumerevoli segreti, sconosciuti anche ai turisti italiani.

STRUMENTI IMMERSIVI

Il bus, strumento di rappresentanza del brand [inLombardia](#), ha percorso più di 10.000 km per promuovere un'offerta turistica completa, attrattiva e differenziata come

quella della Lombardia. Per farlo sono state adottate innovative tecnologie tramite le quali è stato possibile realizzare attività, sia per grandi sia per piccoli, legate alla storia, l'arte, la cultura e la natura di un territorio in grado di proporre soluzioni di viaggio sempre diverse. Per favorire una vera e propria esperienza immersiva sono stati inseriti all'interno dei bus totem informativi multimediali, wall photoboot e schermi con tecnologia

Kinect per un viaggio virtuale a 360 gradi.

SUCCESSO SOCIAL

I partecipanti inoltre hanno avuto la possibilità di prendere parte al contest NEXT STOP? #INLOMBARDIA per vincere un soggiorno di 6 notti e 12 weekend all'interno della regione. Il progetto ha riscosso un grande successo sia a livello europeo che a livello italiano registrando un totale di 3.920 accessi al bus e 12.520 iscrizioni al concorso: la tappa con il migliore risultato in termini di affluenza è stata Innsbruck. Anche a livello social il tour ha registrato una forte approvazione sia grazie al coinvolgimento di 20 influencer che alle condivisioni spontanee (1.050.873 utenti raggiunti).

