

CAMPAGNA PROMOZIONE TURISTICA: FEBBO, "TROVATE RISORSE AGGIUNTIVE"

22 Maggio 2019



PESCARA - "Raddoppiate le risorse per la campagna di comunicazione per la prossima e imminente stagione estiva 2019, passate da 450 mila euro a quasi 900 mila euro, diffusione di spot promozionali attraverso le maggiori emittenti televisive e radio nazionali, installazione di pannelli di pubblicità tabellare esterna e video sulle autostrade, Stazioni ferroviarie, metropolitane e specifica campagna digitale. A tutto questo bisogna aggiungere il progetto di comunicazione stipulato con l'agenzia italiana di informazione Ansa e la presenza dell'Abruzzo a Matera Capitale europea della Cultura 2019".

Questa la strategia di promozione turistica messa in campo dalla Regione Abruzzo approvata dal Tavolo Tecnico regionale e presentata dall'assessore regionale al Turismo Mauro Febbo in conferenza stampa.

"A partire dai prossimi giorni - spiega Febbo - e per tutto il mese di giugno e luglio copriremo in maniera capillare tutto il territorio nazionale raggiungendo milioni di potenziali turisti, visitatori e utenti. Una programmazione che prevede un numero di 52 spot sulla Rai, 85 spot su Mediaset al fine di raggiungere milioni di telespettatori giornalieri. Con la radio abbiamo 88 passaggi su Radio RTL e 96 su Radio 105 raggiungendo circa 3 milioni di ascoltatori".

"Poi 150 pannelli in 85 aree di servizio dal 27 maggio al 31 luglio sulle autostrade di Lombardia, Veneto, Emilia Romagna, Marche, Lazio, Campania, Puglia e Abruzzo intercettando milioni di famiglie e automobilisti. A questo va aggiunto 263.536 spot da 30 secondi su 362 schermi posizionati sulle banchine delle stazioni metropolitane di Milano e Roma nel periodo tra il 27 maggio ed il 9 giugno. Altro punto strategico della comunicazione è quella che sarà effettuata attraverso i 124 impianti tabellari nelle stazioni ferroviarie delle Regioni Lazio e Lombardia e delle Province di Milano e Roma coprendo circa 9 milioni di contatti. A questo bisogna aggiungere, sempre nelle stazioni Ferroviarie, gli spot televisivi che andranno in onda nei 280 impianti Tv per arrivare a toccare 10 milioni di contatti.

"L'obiettivo ed impegno - aggiunge Febbo - di questo assessorato e dell'esecutivo regionale sarà proprio quello di trovare maggiori e ulteriori risorse per sviluppare una comunicazione del Brand Abruzzo anche all'estero. Questa è la sfida che dobbiamo vincere: far uscire l'Abruzzo dai confini nazionali ed europei e soprattutto dare una immagine nuova soprattutto dopo le calamità naturali degli ultimi anni. Infatti, all'indomani delle elezioni regionali ho fatto approvare, dal Comitato Sorveglianza dei fondi europei Fesr 2014-2020 svoltosi lo scorso 9 e 10 aprile, richiesta di somme aggiuntive da investire in comunicazione e promozione".

"Il turismo, insieme alla cultura - prosegue Febbo -, devono tornare ad essere punti cardini della nostra economia, interfacciandosi con tutto il sistema ricettivo e agroalimentare. Abbiamo potenzialità, bellezze, costa, mare, trabocchi, montagne, spiagge, parchi, riserve, borghi e abbazie da trasformare in prodotti e destinazione turistiche eccellenti. Nei prossimi mesi lavoreremo attraverso una programmazione seria e tempestiva per arrivare ad allungare la stagione estiva ed invernale e quindi ad aumentare i flussi turistici. A tutta questa programmazione bisogna aggiungere tutta la promozione turistica digitale che oggi ricopre un ruolo fondamentale e strategico. Infatti abbiamo inteso essere presenti nella pubblicità

su che verrà fatta Ryanair, tripadvisor, un contest fotografico, game contest, instant win e smart ambassador dove sarà creata un apposita sezione sul portale abruzzoturismo.it”.

“In Abruzzo – conclude Febbo – abbiamo una straordinaria quantità di prodotti turistici da valorizzare. Dobbiamo invertire il passo e le parole chiave come sostenibilità, innovazione e sviluppo devono continuare a segnare il cammino intrapreso””