

L'ABRUZZO SBARCA A TIMES SQUARE: LO SPOT ARRIVA A NEW YORK E SU NETFLIX

16 Ottobre 2025



L'AQUILA - Tra la folla che cammina a Times Square, qualcuno si ferma, alza lo sguardo, sorride. Sui led tra i più celebri al mondo scorrono immagini di paesi e castelli, montagne e mani che impastano, volti e parole che accolgono.

È l'Abruzzo che si presenta al mondo come la nuova frontiera del lusso autentico, in una campagna che da questa mattina è visibile, due volte l'ora, a New York e dal 19 ottobre anche su Netflix.

L'iniziativa accompagna il lancio del primo portale digitale di offerta integrata della regione, promosso dal Gruppo di sviluppo territoriale con il contributo della Fondazione Crea - Regione Abruzzo.

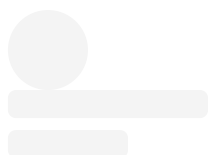
La campagna, destinata al mercato statunitense ed europeo, è affiancata da un piano media su oltre 200 testate e dalla collaborazione con Visit Italy, che pubblicherà due itinerari dedicati all'offerta abruzzese.

Il progetto introduce un portale B2B rivolto a buyer e tour operator internazionali, con oltre 200 esperienze autentiche tra agriturismi, guide, produttori e artigiani. L'obiettivo è favorire la destagionalizzazione e promuovere un turismo sostenibile, lasciando circa l'80 % dei ricavi sul territorio.

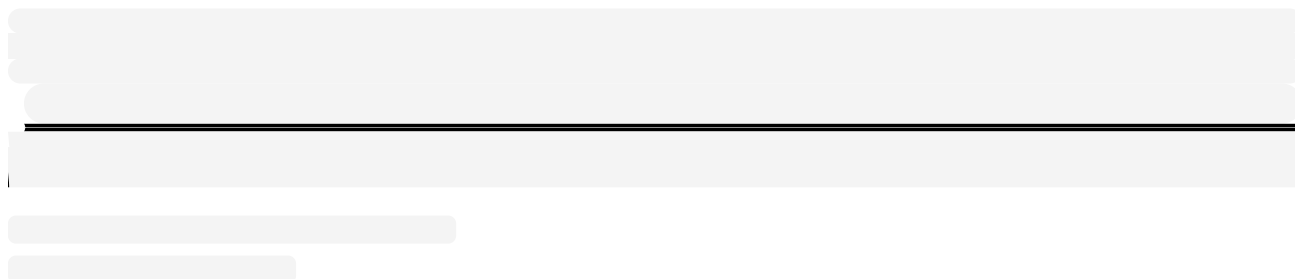
La piattaforma, accessibile su invito da metà novembre, sarà gestita da borGO, tour operator abruzzese a impatto sociale. Il catalogo nasce da un lavoro di mappatura condotto dal Gst con oltre 200 operatori locali candidati alla call lanciata lo scorso aprile.

“Questa iniziativa – ha dichiarato Roberto Santangelo, assessore alle Politiche culturali della Regione Abruzzo – rappresenta un esempio concreto di come l’innovazione e la collaborazione possano generare sviluppo sostenibile. Il catalogo digitale integrato non solo valorizza l’Abruzzo come destinazione turistica, ma rafforza l’intera filiera, creando opportunità economiche e culturali durature”.

“Con questo progetto – ha aggiunto Marianna Colantoni, presidente del Gst – vogliamo restituire valore alle persone e ai luoghi che rendono unico l’Abruzzo. Il nostro modello è win-win: ogni operatore trova spazio e contribuisce a un successo collettivo, costruendo insieme un futuro sostenibile e dal respiro internazionale”.



[Visualizza questo post su Instagram](#)



Un post condiviso da Taste Abruzzo - live your best Experience in Italy (@tasteabruzzo)