

TURISMO: REGIONE E RYANAIR PER PROMOZIONE NEVE IN BELGIO E UK

25 Ottobre 2011

PESCARA - Valorizzare il "prodotto neve" e le zone di montagna dell'Abruzzo, consolidare il brand "Abruzzo" a livello turistico in mercati esteri come la Gran Bretagna e il Belgio e valorizzare l'aeroporto abruzzese come infrastruttura.

Sono le finalità dell'iniziativa "Have an Ice Time" promossa da Regione Abruzzo e Ryanair.

Presentato stamani in conferenza stampa dall'assessore regionale al Turismo, Mauro Di Dalmazio, e dal sales and marketing manager di Ryanair per l'Italia, Melisa Corrigan, il progetto è stato finanziato per metà dalla Regione e per metà dalla compagnia aerea, nell'ambito di un investimento complessivo da 60 mila euro.

L'iniziativa prevede una serie di attività che consentiranno di intercettare oltre 2 milioni di contatti.

Sono stati infatti acquistati spazi pubblicitari su quotidiani come il *The Guardian*, il *Daily Telegraph*, l'*Independent* e *Le Soir*, oltre ad attività di pr e alle newsletter di Ryanair, che contano, tra Gran Bretagna e Belgio, oltre un milione e 300 mila iscritti.

"La campagna si inserisce in una logica di promozione delle aree interne, iniziata dopo il sisma del 2009 - ha commentato Di Dalmazio - L'idea è stata quella di fare un'esperienza di promozione diretta, sfruttando la grande capacità di marketing di Ryanair, che, d'altronde, oltre al Piemonte, in Italia non ha destinazioni legate a prodotti turistici invernali".

La manager di Ryanair Corrigan, esprimendo soddisfazione per l'iniziativa, ha dichiarato che, grazie allo scalo pescarese, "secondo le previsioni, a fine 2011, la compagnia avrà trasportato 500 mila persone" e ha annunciato che per festeggiare "Have an Ice Time", saranno messi in vendita voli su tutto il territorio nazionale a 9 euro e 90".