

21 febbraio 2018 20:20

Marche, media partnership per la comunicazione turistica con Condé Nast Italia



Innovativo progetto di comunicazione per la Regione Marche, che per la prima volta si è affidata a una media partnership esclusiva per promuovere l'immagine e il posizionamento della sua offerta turistica. L'iniziativa – rara e lungimirante in un settore, quello della comunicazione istituzionale, dove ci si muove troppo spesso in maniera indiscriminata e senza attenzione alla qualità dei mezzi – è stata annunciata a Milano durante la BIT 2018 e vedrà le Marche legate, nei prossimi mesi, a Condé Nast Italia. Il gruppo editoriale, parte di una prestigiosa rete internazionale che pubblica alcune delle testate più famose al mondo, metterà il suo portafoglio di brand a disposizione del progetto.

In particolare Condé Nast Traveller, il più importante magazine di viaggi, pubblicherà un allegato monografico tutto dedicato ai tesori della Regione, e sarà partner a Milano di una mostra legata alla ricca storia artistica del territorio. Vanity Fair e Vogue, del cui DNA lo spettacolo e la musica sono una parte fondamentale, approfondiranno editorialmente il tema dei Centenari Rossiniani e affiancheranno la Regione nell'organizzazione, sempre a Milano, di un concerto sinfonico. Infine La Cucina Italiana, che da novant'anni è custode della tradizione culinaria nazionale e regionale, racconterà attraverso una serie di itinerari del gusto la gastronomia marchigiana, e promuoverà inoltre un appuntamento per conoscere e gustare dal vivo le eccellenze del territorio.

«Le Marche sono probabilmente la Regione italiana con il più grande potenziale di sviluppo turistico ancora da esprimere», dice Luca Dini, Direttore Editoriale e Direttore della Comunicazione Corporate Condé Nast, che tra l'altro è originario della Regione. «Nei decenni scorsi, una gestione più cauta rispetto alla media

italiana ha in gran parte preservato il territorio dalle cementificazioni che hanno devastato altri distretti. Si è caduti meno che altrove nella tentazione miope del turismo omologato e massificato, e l'economia si è sviluppata senza cancellare gli stili di vita tradizionali, che oggi sono una risorsa rara e ricercatissima dai viaggiatori italiani e stranieri. Siamo orgogliosi che la Regione ci abbia riconosciuto la capacità di promuovere, attraverso l'eccellenza editoriale dei nostri brand sulle piattaforme cartacee e digitali, il posizionamento di un'offerta turistica che vuole sempre più rivolgersi a una clientela discriminante, attenta alla qualità e all'unicità della proposta».

A confermare questa tendenza del mercato internazionale arriva il bilancio della tre giorni della BIT 2018. I 32 operatori ospitati nello stand delle Marche hanno visto un particolare interesse verso le tipologie di vacanza più profilate, nell'ottica della promozione per cluster che la Regione ha scelto ormai da anni: gettonatissimi, soprattutto dai tour operator che lavorano con clienti russi e statunitensi, i pacchetti legati a Rossini Opera Festival e Macerata Opera; grande successo di bike e trekking tra i visitatori nordeuropei (Danimarca e Germania); molto interesse da Russi e Ucraini per i pacchetti che comprendono visite agli outlet della moda; e poi dimore storiche residenze di charme, destinazioni wedding, e naturalmente il mare.

La bontà del lavoro fatto è dimostrata da una ricerca – a cura di Extreme, società specializzata in analisi dei social media – sulle attività degli operatori marchigiani del turismo all'interno delle piattaforme Facebook, Instagram, Twitter e Google Space. Le Marche nel 2017, dopo anni di crescita continua, sono balzate al primo posto in classifica, davanti alla Lombardia, per qualità dei contenuti e delle interazioni (commenti di apprezzamento, condivisioni dei contenuti), che in un'epoca in cui per tutti "engagement" è il mantra diventano tanto più importanti dei semplici like.

«L'iniziativa con Condé Nast», spiega l'assessore al Turismo Moreno Pieroni, «si inserisce in un più ampio progetto di promozione del brand Marche che vede come testimonial lo straordinario Giancarlo Giannini. L'idea è quella di proporre al lettore e potenziale turista una sorta di viaggio nelle meraviglie delle Marche attraverso il racconto di una regione che dagli Appennini, attraverso le colline, arriva fino al mare, mostrando i suoi mille volti. I prossimi tre anni saranno inoltre costellati dalle celebrazioni e dagli appuntamenti per gli anniversari di grandi personaggi a cui le Marche hanno dato i natali come Rossini, Leopardi e Raffaello. Avere come partner in questo progetto una casa editrice di riviste così prestigiose ci darà sicuramente una marcia in più per raggiungere il nostro obiettivo: essere sempre più protagonisti sulla scena turistica internazionale».

Ag|Cult

Agenzia giornalistica **AgCult**
registrazione al Tribunale di Roma 195/2017
Via Cattaro, 28 - 00198 Roma
redazione@agcult.it