

CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE "TERMINILLO. APERTO PER VACANZE"

Promozione regionale del comprensorio turistico del Terminillo.

Premessa

Inizio: Giugno 2009

Termine: Giugno 2011

Budget: euro 500.000,00

ATLAZIO – L’Agenzia Regionale per la Promozione Turistica di Roma e del Lazio S.P.A. – costituita per garantire l’unitarietà e il coordinamento degli interventi in materia di promozione turistica di Roma e del Lazio in Italia e all’estero – ha programmato una campagna biennale di comunicazione avente per obiettivo la promozione del comprensorio turistico del Terminillo quale meta turistica per tutti i giorni dell’anno.

Obiettivo di comunicazione

- Far conoscere al pubblico qualità e varietà dell’offerta turistica del comprensorio nell’ambito delle varie opportunità tra neve, sport, natura, itinerari di fede e cultura;
- Promuovere il rilancio del comprensorio del Terminillo a partire dall’attuale stato di offerta turistica;
- accompagnati gli interventi programmati che consentiranno la nascita di una nuova offerta grazie alle azioni poste in essere dalla Regione Lazio e dall’amministrazione provinciale di Rieti.

Target di comunicazione

Target di comunicazione primario: cittadini di Roma e del Lazio.

Target di comunicazione secondario: resto d’Italia ed Europa.

Strategia di comunicazione

La campagna, attraverso lo slogan "**TERMINILLO. APERTO PER VACANZE**", vuole porre l’accento su un’offerta turistica variegata e disponibile per tutto l’arco dell’anno. Sarà recuperata e valorizzata la vocazione del Terminillo quale "Montagna di Roma".

Il claim punta su queste caratteristiche per sottolineare la varietà di offerta *turistica del comprensorio, particolarmente adatta a una stagionalizzazione dei flussi turistici e sulla facile accessibilità* dalla Capitale.

La campagna, progettata su un biennio, è declinata su più mezzi, scelti in base alla capacità di penetrazione presso il target di riferimento e la coerenza con gli obiettivi di comunicazione.

Affissioni

Sarà realizzata una cospicua presenza nella città di Roma di affissioni statiche e dinamiche attraverso l'utilizzo di tabelle e manifesti su Autobus e Metro di Roma e la prenotazione di spazi parapetonali.

Stampa Periodica

Pianificazione nazionale sui più importanti periodici di settore.

Comunicazione multimediale

Sarà realizzata una campagna attraverso una Radio/Televisione.

La Tv della Metropolitana

Saranno messi in onda video in animazione grafica presso le stazioni della metropolitana di Roma, per raggiungere un ampio bacino di utenti nel giorno medio, con un ottimo rapporto costi/benefici.

WEB

Sono previsti dei banner da veicolare su alcuni dei principali portali di informazione italiani, nelle sezioni dedicate al turismo e non solo.

Educational – Workshop

Saranno organizzati, in collaborazione con l'Enit, degli educational tour rivolti ai Tour Operators del mercato europeo. Gli educational saranno organizzati partendo da un'attenta selezione degli operatori da invitare e dallo studio di itinerari che, in maniera ragionata, saranno in grado di rappresentare gli aspetti di unicità dell'offerta e le potenzialità del comprensorio del Terminillo.

Parallelamente agli educational, sarà organizzato un workshop B2B a cui prenderanno parte gli operatori che direttamente potranno presentare il prodotto turistico del comprensorio. Tale formula permetterà agli operatori stranieri sia di conoscere i punti di forza dell'offerta sia di avere un primo vero contatto con le diverse offerte.