



# Turismo, Napoli in vetrina il Plebiscito sulle cartoline

## LA STRATEGIA

Napoli e le bellezze artistiche della Campania tra le cartoline per promuovere il turismo in Italia. Il ministero del Turismo ed Enit hanno puntano a raggiungere il grande pubblico internazionale, in collaborazione con le Regioni e la partnership di Eurovision, Giro d'Italia e con il supporto del Coni, grazie ad una campagna di promozione turistica destinata a fare il giro del mondo.

## IL PROGETTO

Il primo è stato lanciato grazie alla collaborazione di diversi "ambassador", tra questi ci sono volti noti a rappresentare le eccellenze dell'Italia: dallo sport all'arte, dal food alla cultura, con testimonial di settori rappresentativi dell'iconografia del Paese. Da Federica Pellegrini a Bebe Vio. Per Napoli è stato scelto Marco Balich, ritratto dal figlio in piazza del Plebiscito. Balich è stato l'organizzatore ed ideatore dello spettacolo di apertura allo stadio San Paolo per le Universiadi nel 2019. Tra gli altri ambassador Massimo Bottura, Stefano Boeri, Renzo Rosso, Roberto Bolle. La campagna è sbarcata anche sul palcoscenico internazionale di Eurovision: la seconda trasmissione al mondo per numero di telespettatori dopo le Olimpiadi (180 milioni di persone). Enit in collaborazione con la Rai ha lanciato infatti le postcards che appariranno dietro ogni esibizione degli artisti permettendo a chiunque di scoprire un'Italia inedita con l'invito a scoprirla direttamente dal portale Italia.it. Nel corso delle due semifi-

nali del contest musicale tra i più seguiti al mondo (dall'Europa all'Australia) sono state trasmesse clip riprese dal drone "Leo" girate a Procida e alla Reggia di Caserta. Il drone ha esplorato l'isola, da Marina Corricella al porto della Chiaiolella, da Marina Grande ad alcuni tra gli angoli più suggestivi di Procida, abbinata alla Danimarca, uno dei 40 Paesi che hanno preso parte al contest. È stata invece abbinata alla Repubblica Ceca la Reggia di Caserta. Evento salutato anche sui canali social della stessa Reggia.

## IL RILANCIO

I compensi e i diritti d'immagine dei testimonial saranno devoluti per un progetto triennale di promozione del turismo dedicato ai giovani, alle startup e all'Ucraina. «L'Italia è ad uno swith on cruciale - spiega l'amministratore delegato Enit Roberta Garibaldi - Azioni come quella di ampio respiro ad Eurovision puntano a rafforzare visibilità e posizionamento delle destinazioni italiane anche minori in uno scenario globale che vede positive prospettive di ripresa. Con il ministero del Turismo siamo concentrati a potenziare ulteriori metodi e standard per affinare il lavoro di comunicazione e promozione dell'Italia. Valori e obiettivi che sentiamo di condividere con tutta la filiera turistica in un approccio partecipativo che continuerà a infondere valore e credibilità al brand Italia» conclude l'ad di Enit.

va.es.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**L'INIZIATIVA DI ENIT NEL PIANO DI RILANCIO POST COVID E A EUROVISION SPONSORIZZATE PROCIDA E CASERTA**

