



#WE ARE IN PUGLIA

La campagna di promozione turistica di Regione Puglia all'estero in co-marketing con Nikon.

Roma 5 giugno – E' partita da pochi giorni in numerose città d'Europa **#WE ARE IN PUGLIA**, la nuova campagna di comunicazione di Pugliapromozione - Agenzia regionale del turismo - per promuovere la Puglia all'estero, realizzata in **co-marketing** con **Nikon**, azienda leader nella fotografia che nuovamente ha deciso di collegare il proprio brand al mondo del turismo, perché i viaggiatori sono tutti potenziali fotografi.

Se nel passato questa azione di comunicazione ha riguardato Enti del Turismo stranieri, adesso è la volta dell'Italia e in particolare della **Puglia, la prima Regione Italiana** che ha deciso di promuoversi accogliendo con entusiasmo l'invito di Nikon. Un'azione congiunta che da un lato permette di abbattere i costi di advertising, e dall'altro di legare il proprio brand territoriale a quello di un marchio conosciuto in tutto il mondo.

*"Con una campagna di comunicazione che tocca le principali città d'Europa la Regione Puglia assieme ad ENIT parte per una nuova sfida, puntando ai principali mercati turistici con un doppio brand, quello dell'Italia e quello di una regione come la Puglia, che ha conosciuto in questi anni un successo ininterrotto – commenta l'Assessore Regionale al Mediterraneo, Cultura e Turismo, **Silvia Godelli**. Una emozionante avventura volta a presentare i nostri territori nella loro varietà e nella loro straordinaria attrattività, tra mare, cultura, gastronomia, paesaggi, masserie."*

L'obiettivo marketing di **#WE ARE IN PUGLIA** è quello di accrescere la notorietà della Regione nei mercati origine dei voli diretti verso gli aeroporti di Bari e Brindisi, incrementando così ulteriormente il traffico di turisti stranieri che già negli ultimi anni ha fatto registrare buoni dati in termini di presenze. La Puglia invita il turista a recarsi qui come meta delle sue vacanze non solo nei mesi estivi più caldi perché la Puglia, grazie anche al clima mite, è accogliente tutto l'anno; questo vuol dire sostanzialmente puntare ad un **allungamento della stagione turistica**.

*"La strategia di promozione della Puglia punta in modo decisivo sui mercati esteri a supporto dei nostri prodotti turistici più innovativi e nel vasto mondo del turismo esperienziale – afferma **Giancarlo Piccirillo**, Direttore Generale dell'Agenzia regionale Pugliapromozione. In questa strategia abbiamo cominciato a puntare su operazioni di co-branding nella consapevolezza che "Puglia" possiede un appeal e un sentimento positivo che rende interessante l'abbinamento con grandi marchi internazionali. Questa campagna di promozione turistica ne è un esempio di buona prassi che dovrebbe essere un esempio per molti."*

Pugliapromozione ha ritenuto strategico legare il brand della Puglia a quello "Italia" non solo per motivi geografici: il logo "Italia" di ENIT è infatti presente nel visual della campagna affinché passi il messaggio fondamentale che tutti i brand regionali sono parte di quello nazionale.

*"La Puglia è una delle Regioni-gioiello del nostro Paese" rende noto il Presidente dell'Agenzia Nazionale del Turismo - ENIT, **Pier Luigi Celli**. Lavorare in sinergia per diffonderne all'estero la variegata offerta territoriale è un esempio vincente del lavoro di squadra che stiamo portando avanti, sia nella comunicazione che nella programmazione, anche con le altre Regioni italiane, con l'obiettivo comune di far ritornare ai vertici della classifica mondiale l'Italia turistica".*



*“La concertazione nel turismo è fondamentale, aggiunge il Direttore Generale, **Andrea Babbi**, senza condivisione di progetti c’è il rischio che gli sforzi siano vanificati. Come ENIT cerchiamo di essere ispiratori di una convergenza di idee, ma anche di risorse umane ed economiche. La Puglia del turismo è un treno in corsa che ci aiuta molto nello sforzo di proporre eccellenze che nel mondo risultano molto apprezzate.”*

Pugliapromozione, da sempre attenta ad una promozione dinamica ed accattivante – non a caso utilizza quotidianamente il linguaggio 2.0 dei social network - si mostra così, ora, con **#WE ARE IN PUGLIA** su **mezzi outdoor**, a Londra, Parigi, Berlino, Bruxelles, Francoforte, Monaco, Zurigo, Ginevra e Berna, attraverso immagini che sono in grado di rispecchiare pienamente quello che oggi la Puglia ha da offrire: l'integrazione tra **tradizione e innovazione**. Le location scelte per gli scatti sono state: Gallipoli con Punta della Suina, la Riserva Naturale di Torre Guaceto e un'autentica masseria ad Ostuni.

Francesco Italia, fotografo Nikon NPS, artefice di quanto realizzato è riuscito a centrare l'obiettivo anche grazie alla tecnologia della **D800E Nikon**. Gli elementi tipici del territorio come il paesaggio, il mare, i trulli, la cucina si combinano con uno stile patinato e meno convenzionale impreziosito dalla scelta di impiegare l'hashtag nel claim della campagna. A rafforzare ulteriormente l'azione di co-marketing Nikon a Regione Puglia ha donato un **archivio fotografico** di 600 scatti realizzati nel mese di maggio da utilizzare in tutte le azioni finalizzati a promuovere il territorio.

4 fotografi Nikon NPS (Nikon Professional Services) - Vanda Biffani, Franco Cappellari, Leonardo d'Angelo e Andrea Ruggeri – si sono recati appositamente in Puglia per “raccontare” l’arte e la storia, i suoi mari e le tradizioni e l'enogastronomia.

*Siamo entusiasti che la Puglia abbia accettato il nostro invito a promuoversi. Quando abbiamo pensato a chi potesse interessare un’azione di co-marketing significativa, come la nostra, il primo pensiero è stato verso la Puglia, spinti dalla consapevolezza del suo modo di comunicare meno convenzionale e allo stesso tempo così attrattivo. #WE ARE IN PUGLIA rappresenta al meglio la combinazione vincente, e già sperimentata, tra il pubblico e la professionalità di Nikon e dei suoi fotografi NPS, che si sono messi a disposizione ancora una volta. Il risultato generato, visibile in giro per l’Europa, sui tram, sugli autobus, nelle metropoli è quantomai vincente: voglia di partire e concedersi ai piacere della Puglia tra mare, relax e attività all’aria aperta” dichiara **Valentino Bertolini**, Direttore Marketing Nikon.*

Le immagini della campagna e dell'archivio fotografico sono visibili su www.weareinpuglia.it

Ufficio Stampa #WE ARE IN PUGLIA

The Gate Visible Connection

Valerio Tavani

valerio@the-gate.it

06/45438614

Ufficio Stampa Puglia Promozione

Bianca Maria Tricarico

ufficiostampa@viaggiareinpuglia.it

333/4717996