

Caraibi? no è la Sicilia: la nuova campagna per promuovere il trapanese

notizia pubblicata 17 Giugno 2020 alle ore 11:48 nella categoria Territori



Gioca sull'analogia tra le località turistiche più famose al mondo e i luoghi che rendono unico il territorio della Sicilia Occidentale la nuova campagna di comunicazione lanciata dal Distretto Turistico Sicilia Occidentale per invitare gli italiani a visitare questa parte di isola durante quest'estate. La campagna per l'estate 2020 è dunque destinata ai mercati regionale e nazionale, avvicinandosi così al concetto di vacanza prossimità.

La campagna prevede nello specifico tutta una serie di strumenti e azioni capaci di valorizzare la Destinazione: un minisito dedicato alla conversione; la promozione di un'offerta comune al territorio (L'ospitalità è sacra. Una notte sarete nostri ospiti); un piano media per diffondere la creatività e portare traffico al minisito; il presidio e la promozione sui canali social e su Google; passaggi televisivi a livello regionale e su stampa a livello nazionale. Tutto ciò consentirà di arrivare alla creazione di una presenza digitale, che sia capace di essere convertita in visite e in prenotazioni nelle strutture ricettive della Sicilia occidentale. La campagna di comunicazione per l'estate 2020 si prefigge di perseguire questi obiettivi: creare interesse e riconoscibilità del territorio; offrire degli stimoli per prenotare una vacanza estiva; creare una community interessata all'offerta turistica della Sicilia Occidentale; convertire in lead/visitatori questa community; gettare le basi per lo svelamento della Destinazione.

“La nostra strategia – sottolinea il presidente del Distretto Rosalia D'Alì – è stata rimodulata per far fronte

ai limiti temporali dettati dal lockdown, ma ciò nonostante a partire dal 3 giugno, e in soli 13 giorni, siamo riusciti a presentare un piano di comunicazione capace di valorizzare da subito il nostro territorio. Questo risultato è il frutto di un lavoro complesso, professionale, pieno di sacrifici ed animato da un grande spirito di servizio. Questo è soltanto la parte iniziale di un progetto più ampio e complesso che porterà alla creazione della Destinazione”.

“Questa campagna – spiega l’esperto di destinazione Marco Perniciaro – nasce già con l’obiettivo di comunicare un unico territorio, e non la sommatoria di tanti Comuni messi assieme. La campagna non è la mera somma di tante piccole azioni, ma è il frutto di una visione coordinata e organica che mira ad attrarre le persone in Sicilia Occidentale. Deve essere la Destinazione a convincere, attraverso una presenza digitale, un turista a visitare un territorio e a viverlo in tutte le sue sfaccettature, e con tutto ciò che può offrire. La campagna che abbiamo lanciato mira a portare le persone in Sicilia Occidentale quale territorio capace di offrire esperienze uniche ed irripetibili. Questa campagna, oltre ad essere propedeutica ad un progetto di Destinazione più ampio, è orientata alla performance. Gli effetti non saranno limitati soltanto al periodo estivo, ma si vedranno anche nella stagione autunnale e nei mesi a venire”.

Secondo l’assessore regionale al Turismo Manlio Messina, intervenuto in video conferenza, “la situazione post pandemica ha messo il comparto turistico in difficoltà, ma la dimostrazione di quello che il Distretto ha fatto oggi è proprio quella di chi certamente non si tira indietro quando ci sono le battaglie da affrontare. Il Distretto sta reagendo bene ed era importante che il Governo regionale facesse sentire la presenza a tutta la provincia trapanese. Siamo accanto a voi e a tutta la Sicilia, in modo particolare a Trapani perché ha maggiori esigenze soprattutto dopo le vicissitudini aeroportuali sulle quali stiamo facendo tutti insieme delle battaglie importanti”.