

## On air la campagna radiofonica 2020 di Club del Sole

notizia pubblicata **06 Luglio 2020** alle ore **12:02** nella categoria **Tour operator**

---



È in onda la nuova campagna radiofonica di Club del Sole, specialista della vacanza outdoor ‘nel verde’ sul mare, con 15 villaggi e 2 milioni di presenze nel 2019. La programmazione prevede un flight di 2 settimane, con spot di 15”, su Radio Italia Solo Musica Italiana. A questo si uniscono e si sovrappongono i flight su Radio DeeJay, Radio m2o e Radio Capital.

“La campagna estate 2020 di Club del Sole è una campagna di valori, a supporto di un posizionamento del brand legato ai nuovi trend del mercato, quali il turismo ecofriendly e responsabile, il glamping, le vacanze multigenerazionali, l’outdoor in Italia – ha detto il Consigliere Delegato Giovanni Cavalli – Club del Sole ha 15 family camping village di proprietà, 13 dei quali affacciati sulle più belle spiagge italiane con alle spalle pinete secolari, perfettamente allineati ai trend del mercato, che sempre più richiede vacanze en plein air, con grandi spazi non affollati e servizi di alto livello”.

La strategia, la selezione dei media e la creatività dello spot è a cura dell’agenzia di comunicazione integrata Easycom, che ha realizzato la pianificazione di Club del Sole a partire dai trend specifici dell’estate 2020.

“La campagna radiofonica completa la pianificazione crossmediale che abbiamo ideato per Club del Sole e che include anche tv, media online e offline e social media – ha commentato Simonetta Prunotto, Chairman di Easycom – Radio Italia Solo Musica Italiana richiama già nel nome le radici e le caratteristiche di Club del Sole, il cui pubblico italiano rappresenta circa il 70% sul totale delle presenze.

L'abbiamo selezionata perché ci permette di raggiungere efficacemente il pubblico femminile responsabile d'acquisto, che è il nostro primary target. Radio DeeJay ha un altissimo grado di engagement e di fidelizzazione e crediamo sia efficace sul target innovativo del glamping. Infine con Radio Capital, più classica, con Radio m2o, più eterogenea, raggiungiamo gli shoulder target”.