

## Remixing Lapland, la nuova campagna di promozione della Lapponia

notizia pubblicata 30 Ottobre 2020 alle ore 10:00 nella categoria Esteri Video



Only in Lapland, l'Ente ufficiale del turismo della Lapponia finlandese, ha presentato la sua nuova campagna 'Remixing Lapland'. Presentare sotto una nuova luce le contrastanti esperienze e avventure offerte da questa magica destinazione l'obiettivo del progetto, incentrato sulla cattura di immagini fortemente contrastanti della Lapponia finlandese, come ad esempio paesaggi innevati e saune a vapore, e sulla loro reinterpretazione per raccontarne nuove storie.

“Le esperienze che hanno forti elementi contrastanti, come sorseggiare caffè bollente a -40 °C, creano i ricordi più forti – afferma Salla-Mari Koistinen, responsabile del programma turistico di House of Lapland – Qui in Lapponia abbiamo combinato alcuni degli elementi naturali e culturali più estremi che esitano per creare ricordi e sensazioni che i visitatori non potranno mai dimenticare”.

L'obiettivo della campagna Remixing Lapland è quello di mostrare ai viaggiatori la versatilità della Lapponia finlandese, una destinazione capace di offrire, anche virtualmente, una 'via di fuga' dalla vita quotidiana in attesa che si possa presto tornare a viaggiare.

Oltre ai contenuti video e fotografici, la campagna comprende anche il filtro Instagram 'Remix Yourself', nonché l'innovativo tool [Remix Your Lapland](#). Uno strumento interattivo per aiutare i viaggiatori a scoprire le destinazioni e le avventure che meglio si adattano ai propri desideri e necessità fra le meraviglie lapponi. Semplicemente scegliendo fra alcuni interessi, come Something X-Treme, Babbo Natale o

Northern Lights, chiunque può facilmente trovare quali mete locali eccellono nel fornire queste esperienze. “Abbiamo creato Remix Your Lapland in risposta alle domande che abbiamo ricevuto molte volte attraverso i nostri canali social. I viaggiatori si ponevano spesso domande come “Dove posso andare a vedere l’aurora boreale?” o “Dove posso prenotare un igloo di vetro? Ci siamo resi conto che c’era l’opportunità di servire meglio i viaggiatori”, commenta Salla-Mari Koistinen.

La campagna permette a Only in Lapland da un lato di promuovere la naturale capacità della Lapponia di creare esperienze memorabili e dall’altro, di ricordare ai viaggiatori – comprensibilmente preoccupati dalle condizioni di viaggio nel prossimo futuro – l’estrema sicurezza del territorio lappone. La Finlandia sta rispondendo alle sfide della pandemia, adottando costantemente e proattivamente azioni per limitare la diffusione delle infezioni.

House of Lapland, insieme ai distretti sanitari della Lapponia e Länsi-Pohja, ha creato [Covid 19 Safe Lapland](#), in modo che chiunque possa seguire l’evoluzione della situazione in Lapponia.

I voli per la Lapponia sono disponibili attraverso l’aeroporto di Helsinki, e la compagnia aerea tedesca Lufthansa ha programmato 65 voli diretti di andata e ritorno per gli aeroporti di Kittilä, Ivalo e Kuusamo per la stagione dicembre-marzo.

Fino al 23 novembre, la Finlandia utilizza il modello a semaforo per aiutare i viaggiatori a determinare la necessità di una quarantena o di un test volontario. Il Modello semaforo viene aggiornato settimanalmente per riflettere la situazione nei paesi europei. Un modello basato sui test è stato inoltre sviluppato per essere utilizzato nei viaggi di piacere dal 23 novembre in poi.

A tutti i viaggiatori viene chiesto di seguire le linee guida per l’igiene e la distanza sociale in pubblico. Le mascherine sono disponibili nella maggior parte dei negozi di alimentari e delle farmacie.