

A Jesolo la vacanza si vive 'rigorosamente dal vivo'

notizia pubblicata **18 Giugno 2021** alle ore **11:15** nella categoria **Turismo Video**



È on air su tutti i canali la campagna di comunicazione estate 2021 'Jesolo. Rigorosamente dal vivo' presentata lo scorso 26 maggio. Sostenuta da un piano di comunicazione on e off line geolocalizzato con focus sui bacini più importanti di attrattività turistica, con un budget di oltre 370mila euro è on air su tutti i canali la nuova campagna di comunicazione 'Jesolo. Rigorosamente dal vivo' presentata lo scorso 26 maggio durante la conferenza stampa di lancio.

"Si tratta di un investimento importante che la nostra amministrazione ha deciso di fare per dare nuovo slancio in questo importante momento di ripresa del comparto turistico. Vogliamo posizionarci come una località a 360° dove l'offerta sia in grado di soddisfare le richieste di un pubblico eterogeneo", spiega il sindaco Valerio Zoggia.

Sono stati individuati tre target principali: giovani, famiglie e over 50 da raggiungere con un piano di comunicazione integrato su digital, social media, influencer marketing, branded content, tv e radio.

Il mix di comunicazione è suddiviso tra Sky, Mediaset, digital PR, branded content, display, Google Search, Youtube, social media ads.

Previste anche attività di influencer marketing già a partire da questo fine settimana con la presenza di 14 influencer del segmento family, lifestyle-sport, vacanza attiva, wellness e due influencer vip che scoprirete nei prossimi giorni sui social.

"La prima fase del progetto di rilancio della città e l'analisi approfondita del mercato, ci ha permesso di

tracciare nuove linee di intervento, avvalendoci di strumenti differenti per rispondere al rapido mutare del concetto di vacanza – spiega Luigi Pasqualinotto, presidente del Consorzio Jesolo Venice – Una di queste prevede l’ausilio di influencer, in grado di rivolgersi ad un ospite giovane e dinamico, veloce al cambiamento e a un turismo segmentato per tematismi”.

“Corposo l’investimento sulle campagne geolocalizzate Triveneto, Lombardia e Piemonte Mediaset e Sky attive fino a fine mese”, spiega Andrea Pirola, CEO di WHITE marketing and communication.