

Enit conquista l'Argentina con la campagna social

notizia pubblicata **31 Dicembre 2021** alle ore **09:29** nella categoria **Turismo**



Circa un milione di persone ha visto la campagna pubblicitaria ‘Super Amici d’Italia’, lanciata nel 2021 attraverso i media e i social dall’Enit in Argentina per i Paesi latinoamericani di lingua spagnola. Concepita in partenza per Instagram, rileva un comunicato firmato dalla responsabile argentina Enit, Veronica Morello, “‘Super Amici d’Italia’ è stata basata sulla creazione di contenuti reali sull’Italia raccontati in prima persona da noti personaggi della cultura locale”.

Fra questi, l’attrice e figlia del ‘Pibe de Oro’, Dalma Maradona, lo ‘chef’ Donato de Santis, l’attore Leonardo Sbaraglia, la bartender e imprenditrice Mona Gallosi, l’ex calciatore e conduttore di programmi tv Sergio Goycochea, l’attrice e conduttrice Emilia Attias, l’attore e musicista Mike Amigorena e il musicista Pipi Piazzola, nipote di Astor Piazzolla. Tutti questi personaggi “sono stati scelti per il loro legame e amore per l’Italia, considerandoli referenti dell’italianità in Argentina e in tutta l’America Latina”.

La campagna sui social è cominciata con la pubblicazione di un video di presentazione di ogni ‘Super Amico’ dell’Italia, e dei suoi ‘super poteri’; poi è proseguita con video in cui ogni personaggio è stato sottoposto ad un pressante domanda e risposta sull’Italia. Infine, è stato pubblicato un terzo video con il profilo di ciascun protagonista dell’iniziativa che, attraverso un’intervista, hanno raccontato le sue esperienze familiari e personali in relazione all’Italia.

“La campagna – ha spiegato Morello – è strettamente legata a progetto italiano, concepito dall’Enit in Argentina, di stimolo del ‘Turismo delle radici’ che è in vigore da 10 anni per favorire il rafforzamento dei

legami fra le nuove generazioni di discendenti italiani con il Paese dei loro antenati. Anno dopo anno – dice infine la responsabile Enti Buenos Aires – questo tipo di turismo è cresciuto notevolmente e l’amore per l’Italia non si riflette solo nella campagna “Super Amici d’Italia” attraverso le particolari esperienze delle personalità di spicco che lo animano, ma anche nella vasta e calorosa accoglienza che ha avuto dal pubblico”.