

## Da NY a Londra l'Italia impazza con la comunicazione Enit

notizia pubblicata 22 Giugno 2022 alle ore 11:18 nella categoria Turismo



Da Times Square agli aeroporti e alle piazze principali delle capitali europee, la nuova brand identity firmata da Enit è protagonista nei luoghi cult internazionali e ad alta frequentazione. Tra i testimonial d'eccezione ci sono Roberto Bolle, Bebe Vio, Stefano Boeri e Renzo Rosso, ambassador della campagna Liveltalian all'aeroporto di Francoforte sul Meno, al centro di Londra e sui maxi schermi digitali a Times Square a New York.

Per l'attività di restyling di Enit che ha rinnovato tutta la comunicazione corporate B2c, mice e lusso si è partiti dal logo per poi intervenire su tutti gli strumenti aziendali e a breve la nuova immagine sarà presente anche sul sito dell'Agenzia Nazionale del Turismo.

Enit punta a raggiungere il grande pubblico internazionale, grazie ad una massiva attività di promozione turistica destinata a molteplici nazioni del mondo. Focus del progetto i volti più rappresentativi della bellezza e delle capacità italiane. Inoltre sul sito ufficiale Italia.it, oltre a tutti i nuovi materiali, saranno da fine giugno via via pubblicati racconti e articoli sul Belpaese a firma dei protagonisti della campagna.

“E' un momento importante per l'Italia – sottolinea l'ad Enit Roberta Garibaldi -. Queste azioni e iniziative puntano a rafforzare visibilità e posizionamento delle destinazioni italiane in uno scenario globale che vede positive prospettive di ripresa, in percorso espansivo di ampio respiro iniziato in questi lunghi anni insieme e ora amplificato da ulteriori metodi e standard che vanno ad affinare il lavoro. Eccellenze ed emozioni in

uno scatto che regala un assaggio di Italia. Vogliamo dar nuovo respiro a tutta la filiera turistica in un approccio partecipativo che continuerà ad infondere valore e credibilità al brand Italia”.



Queste tutte le location nel dettaglio:

#### FRANCOFORTE

Campagna presso l'aeroporto di Francoforte sul Meno

Attività promozionali previste:

Digital Deluxe Network, 73 monitor sparsi in tutto l'aeroporto (Terminal 1 e Terminal 2, partenze Schengen e non Schengen)

Digital welcome Network, 164 monitor presso i caroselli della consegna bagagli (Terminal 1 e Terminal 2, arrivi Schengen e non Schengen)

Kingsize Lightbox (Terminal 1 Schengen e non Schengen sulla via del parcheggio/car rental e shopping avenue)

Kingsize Lightbox (Terminal 1 non Schengen direttamente davanti al Goethe Bar)

Wall Panel (Terminal 2 Pier D non Schengen)

Wall Panel (Terminal 2 Pier E non Schengen)



## LONDRA

Campagna OOH su billboards digitali nel centro di Londra presso Cromination – 6 mega schermi digitali a Kensington sulla strada da percorrere per l'aeroporto di Heathrow.

presso Fulham Broadway – 1 schermo davanti l'ingresso dello stadio del Chelsea FC.

presso Kings Cross – 1 schermo presso le stazioni di Kings Cross (treni dalla Scozia e dal nord) e St. Pancras (treni internazionali da Francia, Belgio e Olanda).

– Al via anche il billboat a Stoccolma, uno spazio molto spettacolare e dinamico, a ridosso del fiume che attraversa la città.

– Dal 4 luglio al 30 luglio un'affissionistica digitale su imbarcazione ad hoc ("Billboat"), su rotta predefinita navigando attorno alle isole del centro di Stoccolma, 9 ore al giorno, 6 giorni alla settimana

## NEW YORK – TIMES SQUARE

Campagna pubblicitaria Broadway Digital Crown and Taxis su maxi schermi digitali a Times Square, NYC  
+ Taxi tops + Uber/Lyft