

Astoi lancia campagna sul valore dei viaggi organizzati

notizia pubblicata **09 Maggio 2018** alle ore **11:11** nella categoria **Cronaca Video**



Nasce con l'obiettivo di sensibilizzare il consumatore sul valore, le garanzie e i vantaggi dei viaggi organizzati dai tour operator Astoi e venduti attraverso oltre 8 mila agenzie di viaggio in Italia la campagna di comunicazione triennale lanciata dal Fondo Astoi a Tutela dei Viaggiatori e Astoi.

Diversi gli elementi innovativi della campagna in quanto, per la prima volta, un'associazione di categoria comunica per raccontare e valorizzare il mestiere dell'organizzatore, estendendo i benefici di tale comunicazione all'intera filiera, composta da migliaia di agenzie di viaggio presenti sul territorio nazionale.

L'obiettivo è veicolare il messaggio che la buona riuscita di una vacanza è garantita solo se il consumatore si affida ad esperti in grado di ascoltare e recepire le singole esigenze, professionisti che si assumono ogni responsabilità per i servizi resi, che sanno consigliare e orientare, che sollevano il cliente da ogni preoccupazione o dubbio.

Il ruolo del TO nell'immaginario collettivo oggi non è ben chiaro. C'è molta confusione, dovuta anche alla pluralità di attori che operano sul mercato. Spesso la percezione del pubblico è che gli operatori siano distributori, semplici assemblatori e non, come invece sono, creatori di prodotto. La base di questa campagna di comunicazione è raccontare proprio chi sia e cosa faccia un TO.

“Siamo molto orgogliosi – commenta Nardo Filippetti, presidente Astoi – di aver dato finalmente vita a questo progetto di comunicazione che rappresenta un primo importante step non solo per la categoria dei TO, ma per tutto il comparto del turismo organizzato. Trattandosi di una campagna di sistema, il nostro

auspicio è di poter in futuro potenziare e valorizzare il messaggio, incrementando il budget di investimento grazie al coinvolgimento di altri player del settore. Con questa campagna vogliamo far comprendere ai consumatori tutto il valore che risiede nel nostro lavoro, che si traduce inevitabilmente in maggiori garanzie per i clienti. La scelta di una vacanza è una cosa seria: i ritmi frenetici che contraddistinguono la vita di oggi ci lasciano poco margine per godere del nostro prezioso tempo libero; è importante quindi avere la massima consapevolezza quando si sceglie come investirlo. I Tour Operator sono gli unici soggetti che si assumono la responsabilità per tutti i servizi turistici inclusi in un pacchetto e, quindi, sono i soli ad assicurare ai clienti di poter “partire senza pensieri”; una serenità che altri attori non garantiscono”.

La campagna dal titolo “Sei già in vacanza quando il tuo unico pensiero è chiudere la valigia”, la cui creatività è stata curata da Why Agenzia di Comunicazione, ha durata triennale e verrà veicolata attraverso tv, digital e carta stampata.

Il video, realizzato dalla casa di produzione Cattelan, è stato girato nelle location Aeroporto Torino Caselle, Agenzia Paesaggi Altrove di Monza, Hotel Meliá, ed è disponibile in versioni da 1 minuto e 30 secondi, 30, 20 e 15 secondi. Il budget stanziato è pari a circa 1 milione di euro, con possibilità di ampliamento. Per il 2018, con uscite previste nei mesi di maggio/giugno e ottobre/novembre, sono stati individuati come principali canali la televisione (canali tematici), la carta stampata con periodici settimanali e mensili, e il canale digitale. Nel biennio successivo verranno valutati altri media, altre iniziative e altri budget.