

La VdA si promuove su Rai2 e Sky con un investimento da 180mila euro

notizia pubblicata 14 settembre 2015 alle ore 12:45 nella categoria Cronaca



La regione ha investito più di 180mila euro per la promozione turistica della Valle d'Aosta su Rai2 e su Sky nelle trasmissioni 'Monte Bianco' ed 'X-Factor'.

Per quanto riguarda il talent show la Valle d'Aosta sarà coinvolta nella puntata dedicata agli 'home visit', registrata martedì 28 e mercoledì 29 luglio nel cinema della stazione del 'Pavillon' della nuova Funivia del Monte Bianco, che andrà in onda il 15 ottobre.

"X-Factor è un format televisivo che, negli anni, si è aggiudicato la fedeltà di milioni di telespettatori – spiega Aurelio Marguerettaz, assessore regionale al turismo – è un talent show che attira l'attenzione dei più giovani. La puntata di giovedì 15 ottobre conferirà una visibilità speciale alla 'Skyway' e saranno presenti momenti di promozione di tutto il territorio valdostano.

La decisione di partecipare a programmi televisivi di così grande rilievo può rappresentare un'opportunità di carattere strategico per promuovere i flussi turistici regionali e l'immagine della Valle d'Aosta, con grandi ricadute sul territorio in termini di servizi, per alberghi e ristoranti ed altre attività turistiche, per gli operatori presenti nella regione, grazie ad un programma televisivo che conta, ad ogni puntata, telespettatori che si aggirano al di sopra del milione e, nella puntata finale, oltre i 2 milioni con uno share del 4%".

Per il 'celebrity adventure game' Monte Bianco sono stati investiti 152mila e 500 euro.

"La trasmissione di questo 'celebrity adventure game' – aggiunge Marguerettaz – può rappresentare per la

Valle d'Aosta un'opportunità di carattere strategico per promuovere il nostro turismo invernale ed, al contempo, l'immagine in generale della nostra regione perché, oltre al normale svolgimento del programma 'in vetta', saranno mostrati paesaggi diversi e numerose attività da poter svolgere, in modo da stimolare gli spettatori a visitare la regione e tutte le sue attrattive".

Secondo Marguerettaz, la promozione in televisione ed al cinema "risulta essere più efficace delle tradizionali campagne pubblicitarie a mezzo stampa. È opportuno considerare la nuova modalità di promozione valutando ogni singola proposta, al fine di determinare se essa possa essere considerata un valido progetto promozionale turistico in linea con le strategie e gli indirizzi di sviluppo di settore".