

TURISMO, LE BELLEZZE D'ABRUZZO IN UNO SPOT TV

11 Giugno 2020

di **Marcella Pace**



PESCARA – Natura, borghi, mare e attività. Sono questi i quattro temi attorno ai quali si sviluppa la campagna di promozione turistica della Regione Abruzzo.

In 34 secondi di spot, la regione verde d'Europa si mostra in tutta la sua bellezza, le sue diversità tra mare e montagna, tra sport e spiritualità.

“Abruzzo, dove vivere d’istanti è naturale” recita la voce narrante che invita i turisti a visitare la regione, in un gioco di parole che calza a pennello con la fase di ripresa post lockdown, dove il distanziamento sociale resta il punto fermo, senza pesare in una vacanza in cui gli spazi aperti ne caratterizzano ogni momento.

“In occasione della Bit (la borsa del turismo) di Milano, lo scorso febbraio, avevamo lanciato una prima fase di promozione turistica prevista per la settimana di Pasqua. Con l'emergenza coronavirus abbiamo dovuto riprogrammare tutto – ha detto l'assessore regionale al Turismo,

Mauro Febbo, nel corso della presentazione della campagna – . Oggi tutti i dati ci indicano un turismo locale e italiano su cui stiamo puntando”.

Da domani, in occasione della partita di coppa Italia tra Milan-Juventus, lo spot andrà in onda su Rai Uno, prima e durante l'intervallo. Sarà solo il primo step di una copertura mediatica che interesserà i media nazionali televisivi, ma anche cartacei e online locali.

“Il messaggio che si intende comunicare attraverso questa campagna – spiega Febbo – è quello di invitare a visitare e vivere una terra di cui ci s'innamora, dove fruire della natura, immergendosi in ambienti incontaminati, ricca di luoghi e tradizioni locali attraverso un'esperienza irripetibile. L'obiettivo è far comprendere al potenziale turista che in Abruzzo avrà la possibilità di scoprire in tutta sicurezza percorsi esperienziali inediti che lo condurranno a scoprire eccellenze ed itinerari del gusto, del paesaggio, dello sport e della vacanza attiva, della montagna, del benessere e della cultura”.

La campagna di promozione è il secondo step di un percorso di “brand protection – ha aggiunto il dirigente del Servizio Turismo, **Francesco Di Filippo** – che abbiamo condotto durante il lockdown attraverso i social, con il lancio dell'hashtag #abruzzoacasatua. Un percorso che ha portato a un incremento tra post organici e sponsorizzazioni su Facebook e su Instagram delle visualizzazioni e delle interazioni e delle visite sul portale della Regione Abruzzo aumentando il numero da 400 a 1100 utenti unici giornalieri”.

“Il progetto rientra in una strategia più ampia che delinea le politiche turistiche della Regione Abruzzo – ha affermato il direttore del Dipartimento Turismo, **Germano De Sanctis** -. L'Abruzzo ha puntato sulle sue capacità di proposta turistica naturalistica, con il recupero delle aree interne, tenendo sempre presente il distanziamento sociale”.

La campagna è stata curata dall'Adnkronos che ha puntato sullo sviluppo di quattro elementi: “la natura, con i suoi boschi, le passeggiate e il cicloturismo – ha spiegato il referente **Filippo Antonacci** -, il mare suddiviso nella costa nord del teramano e nella suggestiva costa dei Trabocchi a sud, poi i borghi, puntando su luoghi simbolo come Capestrano, Rocca Scalegna e Rocca Calascio, e in ultimo la vacanza attiva. L'enogastronomia si pone come quinto elemento trasversale sui quattro temi sviluppati”.

