Croazia 365, una destinazione “aperta” tutto l’anno

Rafforzare il brand della destinazione, cioè comunicare l’appeal delle diverse località del Paese in tutti i periodi dell’anno; creare **un’offerta su misura**, per target e interessi; far sì che **le attività legate al turismo siano operative anche nei periodi di spalla**. Il tutto con una comunicazione mirata e coordinata che passa anche da un sito dedicato e da un logo. Ecco, in estrema sintesi, le basi del progetto di comunicazione **Croazia 365**, appena presentato dall’Ente Nazionale Croato per il Turismo.
“**Al progetto Croazia 365 partecipano 22 destinazioni** che sono state formate per la prima volta indipendentemente dai limiti amministrativi” dice il direttore dell’Ente **Branko ?uri?**. “Il concetto di PPS (la bassa stagione) implica lo sviluppo dell’offerta di destinazione attraente e competitiva con un valore aggiunto nel periodo di bassa stagione che determini la Croazia come paese che offre prodotti turistici speciali, autentici e appealing non solo nell’alta stagione, che sono raggiungibili per strada e/o via aerea. **Si creeranno in questo modo nuovi motivi di visita e prodotti per diversi segmenti**, come pure un mercato d’interesse speciale adattato alle preferenze dei clienti, rendendo possibile così modo il prolungamento della stagione turistica, la riduzione della stagionalità e l’incremento del traffico turistico”.
Supportata da un sito Internet dedicato croatia365.eu, la campagna si focalizza su **sei prodotti in particolare: cultura, vino e gastronomia, ciclismo, viaggi d’affari, salute e benessere, vacanza attiva**. La campagna comprende l’organizzazione delle presentazioni speciali marcate PPS per i tour operator e per le agenzie turistiche, l’organizzazione di viaggi di studio speciali nelle destinazioni PPS per i giornalisti e per gli agenti di viaggi, l’organizzazione di una campagna di comunicazione PPS (PR, marketing offline e online) e altre attività PPS di marketing/di mercato dell’Ente.
Le 22 destinazioni coinvolte nell’operazione sono un po’ in tutto il paese, dalla costa all’interno : si va dalle località più note, come Rovigno e diversi centri dell’Istria Meridionale, a zone meno conosciute come la Regione di Karlovac (il cuore verde di Croazia) e all’area di Srijem e Slavonia. Qualunque sia la meta scelta, le attività, le opportunità e soprattutto le (belle) sorprese non mancheranno di certo.