L'Ente Nazionale Croato per il Turismo lancia Croatia, Full of Life

L'**Ente Nazionale Croato per il Turismo** ha lanciato la campagna **Croatia, Full of Life**, il nuovo concept progettato per promuovere l'offerta turistica croata. Il concept supporta il Piano di Marketing Strategico 2014-2020 dell'Ente e gli obiettivi riguardano l'aumento del potere del brand, della spesa media dei consumatori e dei visitatori nei periodi di bassa stagione.

Il messaggio chiave del nuovo concept, **Non riempire la tua vita di giorni. Riempi i tuoi giorni di vita**, coniuga le emozioni e l'esperienza del potenziale turista allo scopo di rappresentare la Croazia come una destinazione sul Mediterraneo giovane ed energica, dall'offerta variegata che la differenzia da tutte le altre destinazioni mediterranee.

La nuova campagna include slogan, grafica e sito web e si posiziona all'interno di un programma di comunicazione integrata sia su canali offline sia online anche sui social media. Per questo progetto l' **Ente Nazionale Croato per il Turismo** ha stanziato un budget di 296 mila euro.

Con 75,7 milioni di pernottamenti, di cui 4,9 milioni da parte di italiani (il 6,4% del totale) e 13,1 milioni di arrivi (rispettivamente +7% e +8% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso), nei primi nove mesi del 2015 i risultati turistici hanno raggiunto quelli complessivi dell'intero 2014. segno di grande vitalità per la Croazia. Che dopo il re-branding sarà ancora più Full of Life.