Can't skip Portugal: Turismo de Portugal lancia una campagna internazionale in 20 Paesi

Turismo de Portugal prova a sedurre i viaggiatori attraverso la campagna internazionale di turismo 2017/2018 che coinvolgerà 20 Paesi in tutto il mondo. È basata su quattro filmati persuasivi e il payoff **“Can’t skip Portugal”** che saranno trasmessi esclusivamente sui media digitali con un investimento di dieci milioni di euro per anno.

I Paesi a cui la campagna si rivolge sono Italia, Germania, Francia, Spagna, Brasile, USA, Cina, Olanda, Irlanda, Russia, Canada, India, Norvegia, Svezia, Danimarca, Finlandia, Austria, Belgio e Polonia. Il messaggio è semplice: non ci si può perdere un’esperienza così arricchente come scoprire una terra suggestiva e autentica e le sue mille attrazioni da vedere, gustare, sentire e sperimentare. Non si può stare fermi, bisogna andare, scoprire, imparare… vivere! È questa la logica che ha ispirato una campagna in linea con le strategie di comunicazione di Turismo de Portugal.

Luís Araújo, Presidente di Turismo de Portugal, racconta il senso di questa campagna: “Un lavoro notevole per il modo in cui equilibra l’emotività applicata alla cultura del nostro Paese e il messaggio promozionale che chiaramente identifica alcune delle nostre migliori attrazioni. Il fatto che la campagna privilegi i media digitali, in particolare i social network, vuol dire permettere una grande partecipazione diretta del nostro popolo”.

L’evento di lancio della campagna è stato presieduto da Manuel Caldeira Cabral (Ministro dell'Economia). Hanno inoltre partecipato Ana Mendes Godinho (Segretario di Stato per il Turismo), Luís Araújo (Presidente del Turismo de Portugal), Pedro Varela (regista), Tomás Froes (direttore esecutivo per l'agenzia creativa) e Mário Augusto (giornalista), che ha moderato il dibattito su strategia e obiettivi della campagna. Presente anche l'attore britannico James Palmer, protagonista di uno dei filmati.