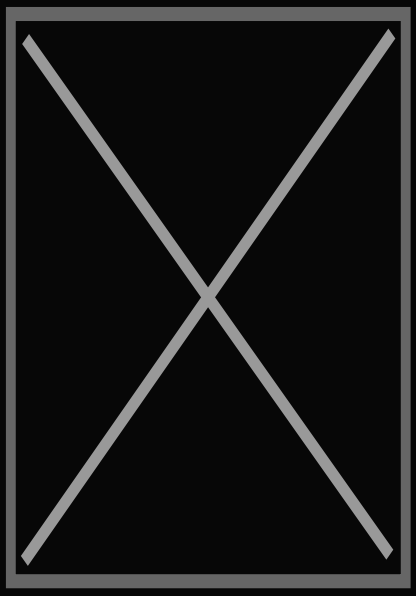
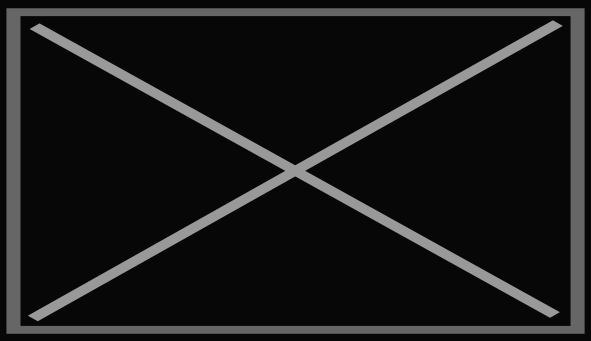
Parte la nuova Brand Campaign "Found in Miami"

Al fine di proseguire il percorso di rinnovo ed evoluzione dell’immagine della città, Greater Miami Convention & Visitors Bureau (GMCVB) annuncia il lancio di **"Found in Miami"**, la nuova campagna pubblicitaria e di destination branding che introduce alle autentiche esperienze di viaggio offerte dalla destinazione.



"Found in Miami" invita i viaggiatori a trovare se stessi a Miami, per immergersi più in profondità nell’offerta turistica della destinazione.

"Con il lancio della campagna globale 'Found in Miami' ci stiamo impegnando ad andare oltre quello che i viaggiatori potrebbero aspettarsi dalla nostra destinazione, cambiando la percezione della nostra iconica città per raccontare la storia e l'anima di Miami", ha dichiarato **William D. Talbert**, Presidente e CEO di GMCVB. "Miami è una metropoli viva, ricca di cultura e di opportunità che permettono di esplorare nuove dimensioni di vacanza. I nostri hotel hanno personalità distinte e la nostra offerta ristorativa garantisce infinite possibilità di scelta. Oggi più che mai Miami propone ai viaggiatori più esigenti una rara collezione di musei, gallerie e opere d’arte, nonchè un patrimonio multiculturale senza eguali. Non esiste momento migliore per scoprire la magia di Greater Miami and the Beaches".



Gli elementi visual della campagna "Found in Miami" si concentrano sull'unicità di Miami e dei suoi iconici quartieri, oggi più che mai frequentati dai viaggiatori che vogliono tuffarsi nella cultura locale. La nuova campagna marketing integrata comprende content storytelling sponsorizzato a livello nazionale, contenuti realizzati da social influencer, pubblicità su web, social media, carta stampa e outdoor, oltre ad attività di pubbliche relazioni e una consumer activation al Fulton Center di Manhattan.

Risultato di un'ampia ricerca di mercato, GMCVB ha condotto uno studio approfondito di brand equity e interviste individuali, analizzando i feedback di oltre 1.280 viaggiatori per capire la loro percezione di Miami.

Sono state condotte ricerche di dati per produrre una relazione dettagliata sulla percezione di Miami all'interno dei suoi principali mercati globali per supportare il posizionamento della campagna. La campagna "Found in Miami" raggiungerà il pubblico negli Stati Uniti, Canada, Germania, Regno Unito e Brasile.