Singapore ha scelto il suo nuovo brand di promozione turistica: "Passion Made Possible"

Singapore Tourism Board (STB) e **Singapore Economic Development Board** (EDB) hanno svelato il nuovo brand unificato, **Passion Made Possible**, per lanciare Singapore sul mercato a livello internazionale sia a fini turistici che commerciali. Lanciato ufficialmente da **S. Iswaran**, Ministro del Commercio e dell'Industria, e sostenuto dal Ministero delle Comunicazioni e delle Informazioni (MCI), il primo brand unificato delle due agenzie è una mossa importante per presentare l'approccio e la mentalità che contraddistinguono Singapore. Uno spirito appassionato e in continua evoluzione, che cerca costantemente nuove possibilità e riscoperte.

L'approccio precedente

Con un approccio diverso rispetto a quello attuato per i **precedenti brand** come YourSingapore per STB e Future Ready Singapore per EDB, Passion Made Possible presenta le caratteristiche di Singapore al di là dei settori del turismo e del business. Oltre a STB e EDB, sarà adottato da tutti gli enti correlati e da tutte le agenzie sotto il dominio del Ministero del Commercio e dell'Industria (MTI) e verrà incorporato nelle loro campagne di marketing e fiere rivolte al grande pubblico internazionale.

La nuova campagna

Dopo il lancio, Passion Made Possible sarà presentato in varie città in tutto il mondo attraverso eventi consumer e trade, partnership di settore e campagne di marketing globali con filmati e immagini per svelare come Singapore sia Passion Made Possible. Il brand unificato ha iniziato il suo tour globale a Singapore con Inside Out Tokyo il 25 agosto 2017, e sarà lanciato in Asia-Pacifico e in mercati a lungo raggio, come l'Europa e gli Stati Uniti d'America, a partire da settembre 2017.

La genesi dell'idea

Durante lo sviluppo del brand, STB e EDB hanno intrapreso una ricerca quali-quantitativa coinvolgendo circa 4.500 intervistati a proposito del significato attribuito a Singapore. Residenti,

industry stakeholders e un pubblico internazionale di Singapore e di 10 altri Paesi: i partecipanti alla ricerca hanno evidenziato come i temi della "passione" e delle "possibilità" rispecchino alla perfezione lo spirito della destinazione. Infatti, se da una parte le "possibilità" sono state fortemente associate a Singapore come destinazione, dall'altra la "passione" è stata riconosciuta come lo strumento che guida tali possibilità.

Passion Made Possible è quindi il risultato di questa ricerca, nato per catturare lo spirito della nazione creando un legame con essa e facendo in modo che Singapore sia top of mind per viaggi e investimenti. Cogliendo lo spirito della nazione, il brand parlerà ai Singaporiani e ai residenti per costruire un legame di vicinanza. Per i potenziali visitatori e per chi fa business contribuirà, inoltre, ad essere un forte richiamo nella scelta di Singapore come destinazione da scoprire e nella quale investire.

Lionel Yeo, Chief Executive di Singapore Tourism Board, ha dichiarato: "Con Passion Made Possible, STB presenta un brand che può raccontare una storia più completa della destinazione, al di là del solo aspetto turistico. Questo brand esprime alla perfezione ciò che noi rappresentiamo come Paese e permette di raccontare molte storie sulla destinazione e sul suo popolo. Passion Made Possible ci permetterà, infatti, di costruire una relazione più profonda e personale tra Singapore e i suoi fan e amici. Questo brand rappresenta al meglio il turismo di qualità e attirerà turisti più sofisticati, alla ricerca di un'offerta più aspirazionale per i propri viaggi."

Beh Swan Gin, Chairman di EDB, ha aggiunto: "Singapore sta facendo il passaggio da essere un'economia principalmente guidata dagli investimenti a una che sarà guidata dall'innovazione. In particolare, le aziende locali e internazionali cercano di creare nuovi prodotti, servizi e soluzioni che abbiano un impatto più forte in Asia. E' importante mandare un segnale forte e chiaro per comunicare che le aziende possono farlo con successo a Singapore e trasformare le possibilità in realtà. Singapore e i Singaporiani si trovano dove sono oggi perché sono stati in grado di superare ogni limite e non hanno permesso a nessuna barriera di lasciarli indietro."