9000 agenzie viaggi coinvolte nella prima campagna di Land of Fashion

Sono novemila le agenzie di viaggio coinvolte nella prima campagna di promozione europea di **Land of Fashion**, brand che riunisce i centri di Franciacorta, Mantova, Palmanova, Puglia e Valdichiana, di proprietà del fondo statunitense Blackstone e gestiti da Multi Outlet Management Italy (Momi).
Frutto di un accordo con FTI Touristik, gruppo turistico con sede a Monaco di Baviera e 100 sedi nel mondo, l'iniziativa condotta sui mercati di lingua tedesca (Germania, Austria e Svizzera) è stata realizzata attraverso un contest mirato a sviluppare la conoscenza del prodotto shopping & tourism sul target di vacanzieri che ogni anno scelgono l'Italia come destinazione, circa 160mila passeggeri nella stagione estiva.
Le agenzie di viaggio hanno partecipato a una campagna di web marketing che le ingaggiava attraverso un quiz a premi, con in palio una gift card del valore di 500 euro da spendere nei cinque villages italiani.
"I loro clienti che partiranno in vacanza con un prodotto FTI Touristik riceveranno anche un kit di viaggio personalizzato Land of Fashion, contenente un voucher per accedere alle promozioni dei centri di Franciacorta, Mantova, Palmanova, Puglia e Valdichiana", spiega **Mauro Acquati**, direttore sviluppo business di Hubsolute, agenzia che segue la strategia nel turismo di Land of Fashion.
FTI Touristik GmbH è il quarto operatore più grande in Europa. E' stato fondato nel 1983 e nell'esercizio 2015/2016 ha realizzato un fatturato di 2,75 miliardi di euro, raddoppiato a 5 miliardi nell'anno fiscale 2016/2017. E' basato a Monaco e ha 100 filiali nel mondo.