Al via la nuova campagna pubblicitaria dell'Outback australiano

È partita la nuova campagna di advertising di **Tourism Northern Territory**, l’ente del turismo dell'Outback, una della aree dell’Australia più autentiche e ricche di esperienze nella natura. La campagna per il mercato Italia prevede un mix di attività volte a incrementare la presenza online della destinazione promuovendola quale meta immancabile di un viaggio down under.
La campagna è realizzata in collaborazione con Singapore Airlines, compagnia aerea che collega Darwin, capitale del Northern Territory, con Milano e Roma via Singapore.
Il claim **“Se non hai visto l’Outback, non hai visto l’Australia”** si rivolge principalmente a due target ben definiti: gli under 30 e i viaggiatori long haul di età compresa tra i 30 e i 55 anni.
La creatività si avvale di immagini evocative e iconiche quali la natura selvaggia del Top End rappresentata dal Nitmiluk National Park, e il deserto rosso del Red Centre con Kata Tjuta.
La campagna è ora online su magazine di settore, con adv su Facebook e sulle principali OTA. Inoltre è stato creato un minisito ad hoc contenente informazioni e consigli utili, offerte di voli, hotel e pacchetti acquistabili con un click, e su una landing page dedicata realizzata come collettore delle proposte di viaggio di alcuni tour operator specializzati nella destinazione.
Infine, un tram brandizzato Northern Territory e Singapore Airlines girerà per le vie di Milano: un invito a scoprire le bellezze della destinazione, una meta perfetta per chi ama natura e cultura e da includere in un viaggio in Australia.