AIGO lancia la campagna pubblicitaria per la promozione dell'isola Mauritius

AIGO, agenzia di comunicazione e marketing specializzata nel settore del turismo, firma la nuova campagna pubblicitaria per promuovere la destinazione Mauritius.

L'attività out of home sarà focalizzata nelle città di Roma e Milano dal 5 novembre 2018 per la durata di un mese, con lo scopo di comunicare Mauritius come una meta che offre esperienze uniche, ed entrare in contatto con i viaggiatori più esigenti, puntando innanzitutto su un messaggio emozionale e coinvolgente che trasmette la varietà della destinazione.

Il concept ideato per la campagna si focalizza sul claim "Back to …" invitando i consumatori, in un'era di modernità, a tornare alle emozioni semplici e pure. Mauritius è il posto dove ritrovare il proprio io interiore e riscoprire il piacere.

Per comunicare al meglio la variegata proposta turistica dell'Isola di Mauritius e veicolare gli elementi chiave della sua offerta, che si adatta a numerosi target di viaggiatori e alle esigenze di un pubblico diversificato, la campagna è stata declinata in tre soggetti: Back to Relax, Back to Energy, Back to Happiness, con focus sulle paradisiache spiagge dell'Oceano Indiano, sulle attività sportive che l'isola offre, dal kitesurf al kayak e molto altro, fino a promuovere Mauritius come meta ideale per bambini e famiglie.

A Milano la campagna sarà presente su 40 schermi digitali in tutta la città con più di 30.000 passaggi in un mese, raggiungendo una audience di 28 milioni di persone, mentre a Roma viaggerà insieme all'Euro Tram, visibile ad oltre 1.1 milioni di persone durante il mese in cui sarà attiva.