Valtur: parte la nuova campagna pubblicitaria

Era in programma fin dalla release di febbraio della prima campagna di presentazione del nuovo corso di **Valtur**, brand del **gruppo Nicolaus**, e puntualmente è in partenza proprio in questi giorni una nuova operazione di comunicazione incentrata su una media strategy crossmediale che combina OOH, digital world e radio. Di respiro nazionale, la campagna firmata da SuperHumans interesserà le principali città italiane con un ingente volume di affissioni di differente metratura, posizionate in prossimità dei punti nevralgici di Torino, Milano, Bergamo, Verona, Bologna, Roma, Bari e Napoli. Strategica anche la presenza in radio con un piano di diffusione nazionale, su frequenze con un bacino importante (circa 40 milioni di ascoltatori settimanali) e molto amate dal grande pubblico. Massivo il piano digital che interfaccia con un forte potenziale di penetrazione Google Ads, Gmail Ads, Google Display e Social Advertisement. Per le affissione e parte delle azioni digital, differenti sono le declinazioni del soggetto “È tempo di partire”, associate a quattro differenti claim: tempo di prendersi cura di sé, tempo di non fare nulla, tempo sfidare i propri limiti, tempo di scatenarsi. Marcato il potere evocativo, che, puntando su una combinazione dall’appeal particolarmente incisivo tra contenuti visivi e copywriting, trasporta chi osserva nel mondo Valtur, mondo strutturato a misura del desiderio del cliente. Tratto comune e dominante la forza coinvolgente del blu quasi iponotico del mare, indiscusso protagonista dei quattro scatti utilizzati per la campagna. Quattro i temi protagonisti anche degli spot radiofonici che raccontano il tempo della vacanza Valtur, vacanza che come chiosa la parte finale del testo “si adatta a te”.

La valenza commerciale dei messaggio è stata affidata alla presenza di un prezzo “a partire da”, indicato sia nei soggetti di carattere visivo sia nei testi per la radio, abbinata alla call to action di recarsi in agenzia per prenotare.

“A sostegno del lancio e del consolidamento del marchio sul mercato, e come da piano di comunicazione stilato al momento del lancio del nuovo corso di Valtur, in un momento importantissimo per l’andamento della stagione estiva torniamo a rivolgerci al nostro pubblico per dire che Valtur c’è e che l’esperienza che sa modellare per i propri ospiti è bellissima. In continuità con la campagna “Finalmente” desideriamo raccontare come per Valtur le persone siano sempre al centro e libere finalmente di dedicarsi a ciò che preferiscono. Abbiamo voluto dare vita a questo racconto attraverso una campagna multi soggetto potente, evocativa di un tempo speciale tutto per sé e caratterizzata da una straordinaria intensità, che, con una call to action precisa e strategica, invita le persone a recarsi

in agenzia per partire con noi e trovare la propria vacanza al mare perfetta. I feedback immediatamente successivi al lancio sono molto positivi, sia per la pregnanza del messaggio sia per la ricaduta in termini di traffico in agenzia di viaggi, nostro canale di vendita privilegiato a cui con questa campagna abbiamo voluto dare un ingente supporto", commenta **Sara Prontera**, responsabile marketing del gruppo Nicolaus.