A Modena "Ti tocca venire", al via la campagna di promozione

modena-ti-tocca-venire-motori-fa01096e

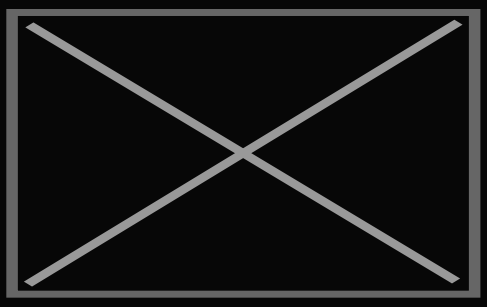
Si chiama “Modena. Ti tocca venire” la nuova campagna di promozione della città emiliana in uscita in Italia e nell’area di Monaco di Baviera in Germania, con spot che puntano sulle esperienze da vivere e la scoperta del territorio.



Realizzata da **Studiowiki**, la campagna si articola in sei video da 30 secondi, sei video da 7 secondi, “branded content” - immagini fotografiche a più ampio respiro della città, ma con scorci particolari, intervallate a primi piani delle texture modenesi e immagini con i protagonisti modenesi – e display banner, con immagini ravvicinate di Modena che si alternano sullo schermo a ritmo serrato.

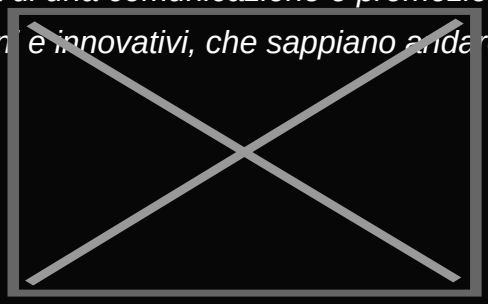
La **pianificazione strategica digitale** prevede una prima fase di posizionamento sui motori di ricerca e una seconda fase declinata sulla rete display, su You Tube e sulle piattaforme social Facebook e Instagram, sugli spazi banner Google Ad sense e Microsoft (inclusi anche gli spazi pubblicitari su Gmail e YouTube).

Il nuovo progetto di comunicazione, realizzato in collaborazione con **Modenatur**, conferma la centralità del portale VisitModena.it, dove possono essere scoperte e approfondite le esperienze proposte in città, e si integra pienamente, come il precedente, con il progetto Welcome to Modena della Camera di Commercio.



Il senso dei video che sviluppano il messaggio è strettamente collegato alle strategie di promozione: **Modena è uno stile di vita, una storia, una cultura e una tradizione**, fatta di persone e luoghi, e per vivere quest'esperienza è necessariovenire a visitarla. "Ti tocca venire", appunto, come si concludono tutti i video della campagna.

Negli spot, l'**espressione colloquiale del "ti tocca venire"** conferisce alla campagna un tono ironico e personale, tipico dello spirito modenese, come quello espresso dagli stessi protagonisti dei video: persone di Modena e del suo territorio, scelte per la loro autenticità, al di fuori da stereotipi di genere e di professione. Sono loro a iniziare la narrazione di una vita quotidiana, scandita da tradizioni e saperi e legata al prodotto turistico presentato: motori, musica, cultura, territorio, gusto, outdoor. Una narrazione che però non può essere completata, perché Modena è impossibile da raccontare solo a parole: deve essere vissuta. Anzi, assaggiata, sembra dire **Maurizio Fini**, Gran Maestro della Consorteria dell'Aceto Balsamico tradizionale Dop, pronunciando il suo "ti tocca venire" in uno dei video della serie, in dialetto, però, ovviamente sottotitolato: "Av taca ed gnir a Modna".

"*L'idea alla base della nuova campagna per Modena* – spiega **Federico Alberto**, direttore creativo di Studiowiki - *è quella di una comunicazione e promozione turistica attraente ma vera, con linguaggi comunicativi moderni e innovativi, che sappiano andare al di là della consueta promozione e narrazione turistica*  *dei luoghi. Anche grazie al coinvolgimento attivo della comunità locale, abbiamo voluto entrare nelle pieghe del vissuto modenese, senza tradire la sua tradizione, attraverso un linguaggio adatto e adattabile ai nuovi e dinamici strumenti digitale e social della comunicazione contemporanea*".

"Modena. Ti tocca venire" si colloca in continuità con la campagna 2021 **"È tempo di Modena"**, pensata per sostenere la ripartenza dopo la pandemia e articolata in tre fasi, a giugno, a settembre e nel periodo natalizio, in grado di superare le 22 milioni di visualizzazioni.