“NOW”, il Perù svela la nuova campagna per il rilancio del turismo

machu-picchu-peru-aa98160b

Con immagini in diretta dalla cittadella di Machupicchu e grandi prospettive è stata svelata PERÙ NOW, la campagna pubblicitaria con cui il Perù si presenta agli occhi del mondo come una destinazione eterogenea, sicura e competitiva.

La strategia internazionale promossa dalla Commissione per la Promozione del Perù per l'Esportazione e il Turismo (**Promperú**) è stata presentata dal ministro peruviano del Commercio Estero e del Turismo, **Luis Fernando Helguero**, e dal presidente esecutivo di Promperú, **Walter Vizarreta**, nella cornice dell’ITB di Berlino 2023.
La campagna pubblicitaria ritrae **momenti di vita quotidiana** e scorci di splendidi paesaggi rappresentativi del Perù, come Machupicchu, Huacachina, La Cascata di Gocta, Laguna 69 o le spiagge del nord. La strategia punta a rafforzare l'immagine positiva grazie alla quale il Perù è celebre e, soprattutto, a ispirare i viaggiatori alla scoperta del Paese attraverso le sue variegate esperienze, culture, paesaggi ed emozioni percorrendo **l'ampia fascia costiera, i paesaggi andini e la foresta amazzonica**.
Il progetto PERÙ NOW prevede un investimento di **circa 2 milioni di euro** e si svolgerà fino al 10 aprile, principalmente in città come: Los Angeles, New York, Città del Messico, Santiago, Arica, Iquique, Antofagasta, Quito, Cuenca, Loja, Machala, Guayaquil, Bogotá, Medellín, Madrid e Barcellona, solo per citarne alcune.
Il target è costituito da viaggiatori giovani e adulti, compresi **Millennials e Generazione X** (25-54 anni). Secondo le stime, la campagna sarà vista da 38,9 milioni di persone.

Il rilancio del turismo

Il turismo è un'attività produttiva che ha un grande impatto sull'economia del Paese; a gennaio di quest'anno sono stati **25mila i turisti stranieri che hanno visitato la destinazione**, e campagne come PERÙ NOW mirano a recuperare a lungo termine le cifre precedenti la pandemia.

L’obiettivo è quello di **consolidare la fiducia dei futuri viaggiatori**, attraverso un legame che possa ispirarli a inserire la destinazione nella lista delle mete prescelte per i loro prossimi viaggi e di mantenere vivo il ricordo del nostro marchio.