Esperienze autentiche: così le isole gemelle Antigua e Barbuda attirano i viaggiatori

antigua-and-barbuda-1-3288899a

Nuova campagna televisiva e digitale per l'ente del turismo delle isole gemelle Antigua e Barbuda, che continua a spingere sulla forza delle esperienze autentiche e «local» che si possono vivere a destinazione.

Lo spot televisivo, **Why Choose**, presenta i luoghi iconici e le più famose attrazioni dislocate su entrambe le isole: le vere star della campagna sono i cittadini di Antigua e Barbuda che appaiono davanti alla telecamera, capitanati dall'antiguano **Junior Weathered** e dalla barbudana **Shakira James**.
La campagna mette giocosamente gli antiguani e i barbudani l'uno contro l'altro per **mostrare le migliori attrattive delle rispettive isole**, evidenziando la quantità e la varietà di esperienze di viaggio autentiche disponibili nella destinazione. Spiccano la nota Valley Church Beach, Shirley Heights, Devil's Bridge, la celebre Pink Sand Beach di Barbuda, Barbuda Belle e anche il ristorante sul mare Uncle Roddy's, diventato una vera istituzione barbudiana.
Charles Fernandez, Ministro del Turismo di Antigua e Barbuda, commenta così la campagna: "*I nostri cittadini sono gli ambasciatori del turismo. Il messaggio su cui si basa la campagna è «perché scegliere quando puoi avere il meglio di entrambe le isole?». Ai visitatori di Antigua viene ricordato che la nostra isola sorella Barbuda è a pochi minuti di distanza e che entrambe offrono ai viaggiatori due esperienze uniche in una sola vacanza*".
Colin James, ceo dell'Antigua and Barbuda Tourism Authority, ha dichiarato: "La nuova campagna è l'estensione della nostra campagna AND; abbiamo intenzionalmente deciso di rivolgerci ai consumatori più esigenti e attenti alla qualità, presentando la nostra destinazione composta da due isole gemelle e le esperienze esclusive e autentiche disponibili in ognuna di esse".
Il lancio della campagna segue gli annunci di **nuovi voli e sviluppi alberghieri** ad Antigua, oltre all'ampliamento dell'offerta di camere a Barbuda con l'apertura di boutique hotel di piccole dimensioni.

Il video pubblicitario **sarà diffuso nei mercati chiave** di Stati Uniti, Canada, Regno Unito ed Europa, oltre che nei Caraibi e in America Latina per tutta l'estate e l'autunno, mentre l’Antigua and Barbuda Tourism Authority punta ad aumentare gli arrivi turistici.