Ente del Turismo Egiziano, campagna digital per il rilancio

Obiettivo, riportare gli italiani in Egitto. Ecco le basi sui cui poggiala **nuova campagna digital dell'Ente del Turismo Egiziano in Italia,** realizzata da JWT. La campagna, che vuole rilanciare la destinazione come meta turistica, propone le immagini dei **luoghi simbolo** e delle **attività più popolari** del Paese nordafricano accompagnate da testi brevi e ironici. In altri casi, il testo mira a mettere in luce le principali attrazioni turistiche egiziane, che siano siti di interesse storico e culturale, di interesse artistico o meraviglie naturali. Vi sono ritratte tutte le località più conosciute, da Luxor a Assuan, da Giza a Hurghada.

"La speranza è che la nuova campagna incoraggi i **turisti italiani** a tornare in Egitto **e gli operatori turistici** italiani ad investire maggiormente nel Paese" ha detto il direttore dell'Ente Egiziano del Turismo, **Emad F. Abdallah**. I dati dell'Egyptian Tourism Authority Information Center rivelano, infatti, che il flusso di turisti italiani verso l'Egitto è in calo: in maggio 2016 i turisti italiani in Egitto sono stati 9.384, il 67% in meno rispetto a maggio 2015. Da gennaio a maggio 2016 sono invece 49.964 gli Italiani che hanno viaggiato nel Paese dei faraoni. Il direttore ha aggiunto: "Rimaniamo ottimisti, sono ancora molti gli italiani che scelgono l'Egitto, e soprattutto la riviera del Mar Rosso: tra le destinazioni più frequentate ci sono Marsa Alam, Hurghada e Sharm El Sheikh e Marsa Matrouh sul Mediterraneo".