Shopping e turismo: la strategia di posizionamento di Land of Fashion

Cinque destinazioni di viaggio e cinque outlet dello shopping, con le eccellenze di moda, gastronomia e design, sono da alcuni mese unite nel comune intento di attrarre nuovi visitatori. Dopo la creazione del brando **Land of Fashion** (LoF) a rappresentare unitariamente in un brand gli outlet village di Franciacorta, Mantova, Palmanova, Puglia e Valdichiana prende ora corpo la strategia di posizionamento nel turismo.
Il compito è stato affidato ad Hubsolute, agenzia di sales, marketing e PR, che dedica un team di quattro persone al cliente: il direttore Sviluppo **Mauro Acquati**, i director **Federico Fava** ed **Ezio Dell'Orto**, fondatori della società, e la consulente per l'area comunicazione **Paola Baldacci.** Presenti in fiera a Rimini hanno illustrato il proprio piano che si fonda su 4 pilastri:

- l'attivazione di contratti con key player del turismo incoming primariamente attivi sui territori dove LoF è posizionata attualmente e cioè Franciacorta, Mantova, Puglia e Valdichiana;
- la collaborazione con il trade nel creare prodotti ed itinerari innovativi che includano una shopping experience al massimo livello e di forte successo commerciale;
- l'incentivazione diretta ai visitatori originanti da questi accordi, attraverso carte fedeltà e benefit derivanti da iniziative speciali a loro dedicate;
- la promozione sulla travel industry italiana ed estera dei mercati di riferimento - quelli di lingua tedesca, russo, cinese e statunitense per cominciare - attraverso iniziative di marketing e comunicazione, nonché visite on site;

"Ad Hubsolute è stata affidata la responsabilità di posizionare questi importantissimi asset nel mercato della travel industry, puntado quindi al turismo come fattore strategico di crescita e di valorizzazione - ha spiegato **Federico Fava**, co-fondatore della società-. Abbiamo formato appositamente per Land of Fashion un team esperto, che sta mettendo a punto un attento lavoro di comunicazione B2B, declinando il marketing su segmenti specifici dell'incoming, focalizzando su prodotti e soluzioni semplici per gli operatori che sceglieranno di essere partner di cinque destinazioni straordinarie".
"Il brand Land of Fashion racchiude quanto di meglio i visitatori internazionali desiderano godere in Italia: territorio, gastronomia, arte, cultura, fashion e lifestyle - ha aggiunto il Direttore Sviluppo, **Mauro**

Acquati-. I 5 outlet villages si trovano in alcune delle mete del nostro paese più attrattive: la Franciacorta, tra vigneti, ulivi e le sponde del Lago di Garda. Mantova, tra storia ed alta cucina. Palmanova, fresco Patrimonio mondiale dell'Unesco e atmosfera di confine. La Valdichiana, cuore pulsante della Toscana, tra storia, cultura e i più rinomati vini al mondo. Infine Molfetta, perla incastonata nella Regione prodigio del turismo italiano, l'incanto Puglia".
Importante anche la presenza alle fiere: dopo la partecipazione al TTG Incontri di Rimini Lof volerà a novembre al World Travel Market di Londra.