Regione Lombardia investe 1.700.000 euro nella nuova campagna di comunicazione per il turismo

Consolidare la Lombardia come grande destinazione turistica e valorizzare il turismo come driver di sviluppo economico, in una logica di attrattività integrata sono gli obiettivi della nuova campagna di comunicazione “**#inLombardia** c’è tanto da scoprire”, che sarà veicolata fino al 31 gennaio prossimo con affissioni, stampa, radio e tv, canali digital e social nonché guerrilla marketing, con un investimento complessivo di circa 1 milione e 700 mila euro. Sale così a 80 milioni di euro l'investimento complessivo nella promozione e nel sostegno alle imprese nel corso della legislatura di Regione Lombardia che considera il turismo strategico e vuole diventare la prima Regione d'Italia in questo settore.

Per raggiungere un pubblico più vasto possibile, nella selezione dei mezzi quali affissioni e videowall si è puntato su luoghi di grande flusso turistico, capaci di intercettare sia il mercato italiano sia straniero, per un totale di 8.000 spazi fisici prenotati. Ne sono un esempio le installazioni collocate in **13 hub aeroportuali nazionali ed europei** (in particolare con la domination realizzata agli arrivi non Schengen di Malpensa, per dare il Benvenuto ai turisti #inLombardia), nelle 10 principali stazioni ferroviarie nazionali (tra cui la domination della Stazione Centrale di Milano) e in luoghi chiave come Piazza di Spagna a Roma e Campo San Bartolomeo, a 20 metri dal Ponte di Rialto a Venezia, catalizzatori dell’interesse dei visitatori stranieri e di quelli nazionali.

All’estero, Regione Lombardia ha voluto puntare in particolare su **Londra**, con affissioni dinamiche sui caratteristici bus a due piani, e su New York, con circa 7.200 passaggi programmati su due maxischermi a Times Square. La campagna #inLombardia c’è tanto da scoprire avrà visibilità nei prossimi mesi, con una maggiore concentrazione nelle prime settimane di dicembre e durante le festività, periodo in cui il pubblico è tendenzialmente più ricettivo alle proposte di viaggio, per poi proseguire nel mese di gennaio su canali web e social.

"Questa campagna - ha dichiarato l'assessore allo Sviluppo economico di Regione Lombardia **Mauro Parolini**- non ha precedenti in Lombardia: è una delle iniziative integrate di promozione turistica condivise con i territori più importanti che abbiamo messo in campo. Negli ultimi anni il turismo

lombardo è cresciuto in qualità e numeri, con progressi positivi sorprendenti. E il settore si è affermato oggi come uno degli asset primari di sviluppo economico regionale: possiamo contare su un’offerta ricchissima, con una varietà esperienziale senza pari. Forti di questo ci presentiamo al mercato interno e quello internazionale per consolidare il trend di crescita, creare nuove opportunità e, soprattutto, per accendere un riflettore su quanto la Lombardia sia bella da scoprire".

Alla campagna sarà inoltre affiancato il **contest internazionale Scopri e Vinci**, attivo da dicembre 2017 a gennaio 2018. Il contest, sviluppato in 2 lingue, sarà supportato da una campagna attraverso un sito dedicato, dove l’utente potrà registrarsi e partecipare al gioco, di tipo memory game, scegliendo di saperne di più su una delle 7 esperienze turistiche proposte nella regione (Enogastronomia, Wellness e relax, Laghi, Arte e cultura, Urban-Lifestyle, Sport & Active, Cicloturismo). Fra gli utenti che avranno partecipato e completato il memory game correttamente è prevista un’estrazione finale, che verrà effettuata entro febbraio 2018.

Spazio infine anche alle iniziative speciali: dal 2 al 10 dicembre, in concomitanza con l’evento “L’Artigiano in Fiera” in programma a Rho Fiera Milano, l’infopoint InLombardia si animerà con degustazioni, incontri con testimonial ed attività tematiche legate alla promozione del territorio.