Calabria Straordinaria, al via il nuovo storytelling delle regione

Si chiama **“Calabria Straordinaria”** il progetto-quadro di comunicazione strategica e di riposizionamento nazionale e internazionale dell’immagine complessiva della regione Calabria. Il progetto prevede la progressiva riscrittura di nuovo storytelling, esperienziale e inedito, il cui nucleo e metodo è quello dei **Marcatori Identitari Distintivi**, ovvero quegli elementi caratterizzanti della sua eredità naturalistica, storica, artistica, culturale, enogastronomica, misurabili secondo parametri ufficiali e definiti.

La mission istituzionale sottesa al progetto complessivo, di cui **Calabria Terra dei Padri 2023** è una delle prime e principali declinazioni, è quella di ricostruire e condividere un modello di analisi, nuovo, sperimentale e replicabile, finalizzato alla narrazione, alla valorizzazione e all’investimento turistico del patrimonio materiale e immateriale dei territori calabresi.

Secondo l’indagine commissionata all’Istituto di ricerca **Demoskopika**, la Calabria è risultata tra le cinque destinazioni turistiche più richieste nel 2021, tra chi ha dichiarato di trascorrere una vacanza in Italia (87,9%). Inoltre, il 93,9% degli italiani che si è recato in Calabria per una vacanza o un viaggio, ci tornerebbe nuovamente. In particolare, clima, buon rapporto qualità/prezzo dell’offerta e la risorsa mare risultano i driver vincenti così come la ricchezza naturalistica dei parchi, la tradizione enogastronomica e l’innata accoglienza dei calabresi sono fattori che completano l’appeal positivo verso la destinazione turistica. Sul versante della **promozione** vincono il passaparola (30,1%), l’utilizzo strategico degli spazi pubblicitari offerti dalla OTA (19,6%) e l’utilizzo professionale e programmato delle attività digital - blogging e social media marketing (18,5%).

Oltre alla realizzazione di un **piano di comunicazione** strategica, integrata e multicanale, “Calabria Straordinaria” prevede da subito il coinvolgimento di 10 autori/creator locali.

In seguito, verrà sviluppato un progetto di marketing territoriale per ciascun MID individuato e il rifacimento e l’ubicazione strategica, declinata sulla base della Carta dei 100 marcatori identitari distintivi della Calabria, di tutta la segnaletica turistico-culturale regionale. L’analisi selettiva proposta per i Marcatori Identitari Distintivi verrà utilizzata anche per l’individuazione degli eventi, classificabili anch’essi in **Eventi Identitari Distintivi**.