# “Scopri l'Italia che non sapevi": la nuova campagna delle Regioni

regioni-italiane-620418-0ecd4d14

Si chiama **“Scopri l’Italia che non sapevi”**, il progetto parte del Piano di Promozione Nazionale 2020 del Ministero del Turismo che ha come tematiche centrali i borghi e i paesaggi italiani, il turismo lento e quello attivo.
La **strategia di promozione comune delle Regioni italiane** è frutto di un accordo di programma tra il Ministero del Turismo e la Commissione Politiche per il Turismo, coordinata dalla Regione Abruzzo, della Conferenza delle Regioni e delle Province autonome, in collaborazione con Enit. Un progetto che vede il coinvolgimento in qualità di capofila delle Regioni Emilia-Romagna, Umbria e Marche ognuna per la valorizzazione di una tematica specifica, con l’Abruzzo responsabile degli aspetti legati all’interoperabilità con il Tourism Digital Hub.
Nel dettaglio, gli **asset al centro del progetto** sono “Borghi e paesaggi italiani, identità, stile, qualità della vita” (capofila Emilia Romagna); “Turismo lento: cammini, enogastronomia, arte, beni culturali” (capofila Umbria) e “Turismo attivo: bike, nautica, nordic walking e attività outdoor per l’estate e l’inverno” (capofila Marche), raccontati nel portale viaggio.italia.it (presto online), un dominio di secondo livello del portale www.italia.it gestito da Enit, con l’intenzione di posizionarsi come vetrina per “L’Italia che non sapevi” proprio come il claim della campagna di promozione turistica congiunta.
L’iniziativa è sostenuta da una campagna pubblicitaria caratterizzata dall’insight “Non basterebbe una vita per scoprire tutta l’Italia” e dal concept “Scopri l'Italia che non sapevi”. La struttura dello **storytelling** è pensata a partire dallo stesso concetto girato in forma interrogativo, "Lo sapevi che?”, in modo da introdurre tutte le peculiarità del nostro Paese, anche quelle meno note. La campagna ha l’obiettivo di **costruire awareness sul progetto**, stimolando la curiosità del target, sia attraverso una call to action inaspettata, sia attraverso il racconto di tutte le diverse potenzialità turistiche. La campagna, coordinata dalle Regioni insieme alle agenzie di riferimento (APT Servizi Emilia-Romagna, Sviluppumbria spa e Fondazione Marche Cultura) è stata ideata dall’agenzia Dilemma con la strategia media gestita da The Gate Communication. Il media mix coinvolge web, stampa e radio con la produzione di diversi materiali, alcuni più generici e altri più specifici. In aggiunta è prevista una social strategy.

Per rafforzare ulteriormente il prodotto “Borghi”, altre attività saranno realizzate nei prossimi mesi a cominciare da una **mappa nazionale e interattiva** con informazioni testuali e materiali grafici di 1000 borghi e paesaggi italiani. Sarà inoltre creato un format di comunicazione digitale che avrà per protagonisti i creator ambassador, un’iniziativa rivolta ai principali mercati stranieri. I 21 creator internazionali (uno per ogni regione) scopriranno oltre 60 borghi italiani vivendoli in prima persona per raccontare poi l’offerta turistica a 360°.