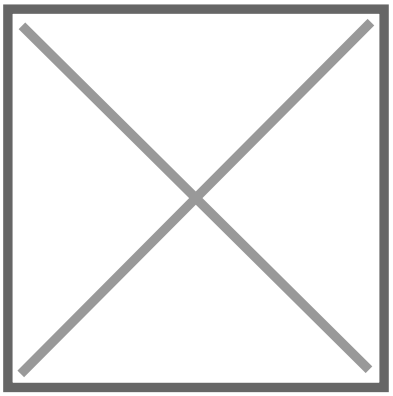

Cervia, al via la sua campagna di promozione territoriale

Descrizione

Proprio in questi giorni, il Comune di Cervia ha avviato la sua nuova campagna di promozione e comunicazione territoriale. â??Catalogo delle emozioniâ?•: questo il nome della campagna scelta per valorizzare la variegata offerta turistica del territorio e darne cosÃ¬ il dovuto risalto.

Infatti, Cervia, insieme ai restanti comuni di **Milano Marittima, Pinarella e Tagliata**, offre una vacanza allâ??insegna della qualitÃ e delle **emozioni**, che solo il ricordo di una vacanza Ã¨ in grado di suscitare nella mente di ognuno di noi. E sono proprio queste, le emozioni, lâ??interessante chiave di lettura al centro della campagna, che punta a cogliere gli aspetti emozionali della localitÃ .

Sei i soggetti protagonisti, destinati a mirare **target diversificati** tramite il racconto di molteplici esperienze accessibili sul territorio. Ognuno dei sei soggetti Ã¨ identificato attraverso lâ??headline evocativa â??Emozione NÂ°â?• e la baseline cuore della campagna, ovvero â??A Cervia câ??Ã¨ sempre una nuova emozione da scoprireâ?•. Qualche esempio? â??Emozione NÂ° 80: **Euforia**â?• rievoca la possibilitÃ di poter praticare sport tra i piÃ¹ disparati in una sorta di palestra allâ??aria aperta. Oppure, â??Emozione NÂ° 60: **Meraviglia**â??, in cui la voglia di scoprire i numerosi eventi e il conseguente stupore la fanno da padrone. Del resto, qui **gioco, cultura, storia, arte e gastronomia** sorprendono e incantano visitatori di ogni etÃ , a partire proprio dai piÃ¹ piccoli.Cervia, al via la sua campagna di promozione territoriale

Come ha dichiarato il **Sindaco di Cervia, Luca Coffari**, la campagna creativa, firmata dallâ??agenzia milanese di comunicazione integrata **Ab Comunicazioni** e fortemente voluta dai soggetti istituzionali, punta a valorizzare il volto inedito di Cervia e delle altre localitÃ , attraverso tutti quegli **aspetti tematici** capaci di suscitare emozioni tra i diversi target, a partire dalle **famiglie**, sempre al centro dellâ??interesse.

> Â«La campagna, sia online, sia tradizionale, mira a un miglior posizionamento della localitÃ sul mercato nazionale e internazionale, per renderci attrattivi e competitivi in ogni stagione. Ed Ã¨ stata studiata per essere molto flessibile e virale. Infatti, potrÃ arricchirsi â?? specie sui social â?? di sempre nuove emozioni. Inoltre, **verrÃ resa disponibile agli operatori gratuitamente**, in modo che tutti possano promuovere sempre nuove emozioni e verrÃ veicolata anche grazie alla collaborazione con le diverse associazioni di categoriaÂ».

Data di creazione
22/05/2017
Autore
anna-rubinetto