**La campagna Ministero del Turismo-ENIT “L’Emilia-Romagna ti aspetta”**

La campagna di Ministero del Turismo ed ENIT “*Open to Meraviglia*” viene declinata per promuovere il turismo dei territori colpiti dall’alluvione. A fare da sfondo alla Venere di Botticelli, che con le mani dà forma a un cuore, e al claim “**L’Emilia-Romagna ti aspetta**” (anche in lingua inglese e tedesca) ci sono la Biblioteca Malatestiana di Cesena, i mosaici di Ravenna, Piazza Saffi di Forlì, i Portici Unesco di Bologna e una spiaggia della Riviera Romagnola.

Le immagini, di grande formato, saranno collocate da giugno, e a più riprese nel corso di tutto l’anno, nei principali **aeroporti europei e internazionali** (Amburgo, Amsterdam, Barcellona, Berlino, Bruxelles, Copenhagen, D**ü**sseldorf, Francoforte, Londra Heathrow, Lussemburgo, Nizza, Parigi Charles de Gaulle e Orly, Stoccarda, Vienna, Buenos Aires, Las Vegas, Miami, New York JFK, Rio, San Paolo del Brasile, Toronto), negli **hub ferroviari** (Austria, Belgio, Monaco di Baviera, Parigi Gare de Lyon) e in “*billboard*” cittadini (Bari, Bologna, Catania, Firenze, Torino, Buenos Aires).

La Campagna prevede anche azioni in rete, coinvolgimento di influencer, PR internazionali, creazione di contenuti su carta stampata e online, press trip e podcast e radio sui seguenti mercati: Argentina, Australia, Austria, Belgio, Brasile, Canada, Cina, Corea del Sud, Giappone, Germania, Francia, Lussemburgo, Olanda, Svizzera, Spagna, UK, USA.

**Le Azioni di Apt Servizi** **Emilia-Romagna**

Dal prossimo 29 maggio (fino al 18 giugno) riparte la Campagna tv Germania con lo spot di promozione della Riviera per famiglie, all’insegna del *claim* **“*Nichts liegt näher!”*** (Niente di più vicino!), programmato in co-branding con Wetter.com (il più famoso sito di previsioni meteo tedesco) sui canali tv nazionali PRO 7 e SAT 1.

Prevista anche una **campagna multimediale con le ferrovie** tedesche Deutsche Bahn e le austriache ÖBB a supporto dei collegamenti “Monaco-Rimini” e “Night Jet” (da Vienna/Monaco e arrivo a Rimini, Riccione e Cattolica). Sempre con focus Germania, verrà avviata anche una campagna video con l’attore tedesco Tom Wlaschiha (L’isola delle Rose, Il Trono di Spade, Stranger Things).

In programma anche una nuova campagna digital con il claim **#togetherinEmiliaRomagna** declinato sui diversi prodotti turistici e destinato ai diversi target, che atterrerà sui profili social Italia e su quelli in lingua inglese e tedesca della promozione turistica regionale. La campagna è destinata a mercati Europa (DACH, POLONIA, FR, BENELUX, UK, SPAGNA) e USA. Il claim verrà impiegato anche per campagne digital con i vettori aerei.

Nel corso dell’anno verranno inoltre programmati educational tour a tema “ripresa del turismo” con giornalisti italiani ed internazionali in visita in Emilia-Romagna.

In ottobre, in occasione dell’appuntamento fieristico **TTG Travel Experience** di Rimini (11-13 ottobre 2023), sono previste azioni promozionali con Tour Operator e Bus Operator, nonché l’organizzazione, congiunta Apt Servizi/ENIT dell’evento inaugurale di TTG.

I principali eventi di caratura nazionale dell’estate emiliano-romagnola, dallo sport alla grande musica, passando per la cultura e il food, metteranno la loro visibilità mediatica a disposizione della promozione della vacanza in regione, con video e azioni ad hoc sui social network.

**Le azioni di Visit Romagna**

Parte dalla seconda settimana di giugno la campagna tv Italia con **spot su reti nazionali** (Rai, Mediaset, LA7) con messaggio *“****Romagna, la vacanza degli Italiani****”*. In programma anche una campagna tabellare e radiofonica (RDS, 105, Radio Bruno) con lo stesso claim dal 10 giugno al 10 luglio.

Dal 28 maggio “on air” anche la campagna tv sulle **emittenti per bambini** in comarketing con i principali **parchi divertimento** (Mirabilandia e Mirabeach a Ravenna; Costa Parchi Edutainment: Italia in Miniatura a Rimini, Oltremare e Aquafan di Riccione, Acquario di Cattolica).

Visit Romagna e Apt Servizi hanno anche sostenuto la campagna pubblicitaria su carta stampata, digital, affissioni, oltre alla distribuzione di materiale promozionale, di promozione della mostra "**L'arte della moda. L'età dei sogni e delle rivoluzioni, 1789 - 1968**" in programma al Museo Civico San Domenico di Forlì fino al 2 luglio 2023.

**Le azioni del Territorio Turistico Bologna con Modena**

Da fine maggio, Digital Ads e Inserzioni tabellari sui principali quotidiani con claim “**This is Bologna – Questa è Bologna**”, e “**The Sound of Modena – Visitmodena**”, declinata, per quanto riguarda Bologna, anche sul prodotto outdoor (cicloturismo e cammini). Mercati: Italia, UK e USA.

A settembre anche la **Motor Valley** torna a Lugo di Romagna con l'evento celebrativo del centenario della prima vittoria di Enzo Ferrari al Circuito del Savio, appuntamento che coinvolgerà le città di Lugo, Modena, Imola e Ravenna, con ACI Ravenna.