

La campagna per Ischia “a bordo” della Metro 5 a Milano per i 10 anni

6 Febbraio 2023



MILANO (ITALPRESS) – In un attimo dal Sud al Nord andando in metro: un viaggio nel viaggio quello offerto dalla campagna #ThisIsIschia che “sale a bordo” della linea 5 di Milano. Per i suoi dieci anni ed in occasione della Bit (Borsa Internazionale del Turismo) Metro 5 accoglie il Sud ospitando le immagini più suggestive di una delle perle del Mediterraneo. Oltre ad alcuni spazi all’interno della stazione di San Siro Stadium, anche un treno della Lilla si veste interamente dei colori di Ischia, grazie a una nuova iniziativa di comunicazione immersiva. Il progetto è voluto da Enit e Metro 5 con il Ministero del Turismo. Il taglio del nastro, alla presenza della ministra Daniela Santanchè, si è tenuta stamane nella stazione di San Siro a Milano, dove ad attenderla c’erano l’amministratrice delegata di Enit Ivana Jelinic e l’amministratore delegato di Metro 5 Serafino Lo Piano. Presentare la campagna #ThisIsIschia in uno degli hub a più alta frequentazione è un modo per celebrare una delle espressioni di bellezza della penisola e un esempio di solidarietà e unità per promuovere l’offerta turistica in una zona tragicamente colpita dalla frana e dall’alluvione dello scorso novembre.

“Non dimenticheremo mai la tragedia che si è abbattuta su Ischia – afferma Santanchè – e questa campagna è stata pensata proprio per evitare che si aggiungesse un’altra tragedia, ossia quella della perdita di flussi turistici. La stampa internazionale, infatti, aveva scritto di come Ischia fosse stata seppellita dal fango, e ciò ha causato tante, troppe disdette; di certo, noi non potevamo permettere che una realtà come Ischia, che fa del turismo la sua principale fonte di reddito, rischiasse di perdere la stagione turistica di Pasqua e quella estiva. Ecco perché oggi siamo qui, ma anche a Roma, a piazzale Flaminio, e poi ancora alla Bit – aggiunge la ministra – per diffondere questa campagna che, sebbene ovviamente focalizzata su Ischia, va messa sotto il cappello di ‘Italia’, che ricordiamo, è il terzo marchio al mondo”.

“Ischia – dichiara Ivana Jelinic, ceo Enit – si fa capofila di un progetto di valorizzazione dei territori, anche i meno noti, raccontati attraverso gli occhi delle persone che li abitano. Condividere modelli e azioni su scala nazionale crea la giusta sinergia per una crescita armonica del turismo”. “Dopo le iniziative dedicate allo sport – commenta Serafino Lo Piano, amministratore delegato di Metro 5 – la Lilla è protagonista per comunicare le bellezze dell’Italia. Questa volta, grazie all’innovativa comunicazione immersiva, desideriamo aiutare Ischia eosterremo in futuro altre destinazioni a supporto del turismo nel nostro Paese”.

Prosegue quindi anche a livello internazionale la campagna voluta da Ministero del Turismo e Enit che andrà avanti fino ad aprile 2023 nei principali hub italiani e internazionali con un’attenzione ai paesi da cui proviene il maggior numero di turisti interessati all’Italia quali Germania, Uk, Usa, Francia, Spagna e Benelux e vede il coinvolgimento degli eroi locali, cittadini, soccorritori e operatori duramente colpiti dalla frana dello scorso novembre.

I turisti potranno condividere i propri scatti autografati dell’isola che saranno rilanciati con l’hashtag dedicato e gli strumenti messi a disposizione dalla campagna realizzata da Enit per il ministero del Turismo. Inoltre una landing page dedicata consentirà di scegliere il proprio tour virtuale di Ischia in tempo reale e condividerla con

utenti online. Quella per Ischia è una campagna che fa da apripista ad altre più ampie che saranno declinate in seguito anche su varie regioni italiane.

– foto: xa1/Italpress

(ITALPRESS).

Vuoi pubblicare i contenuti di Italpress.com sul tuo sito web o vuoi promuovere la tua attività sul nostro sito e su quelli delle testate nostre partner? Contattaci all'indirizzo info@italpress.com
