

LA CAMPAGNA
DI COMUNICAZIONE
ESTATE 2021





Promuovere il Trentino e la sua offerta estiva, con una strategia di comunicazione contestualizzata alla pandemia ancora in corso.

Ci rivolgiamo al mercato Italia e, condizioni sanitarie permettendo, anche a Germania, Austria, Svizzera, Olanda, Polonia, Repubblica Ceca e Scandinavia. Teniamo sotto osservazione il mercato UK, che al momento presenta ancora fortissime limitazioni alla mobilità oltre confine.

Particolare attenzione **al segmento giovani Italia**, che l'anno scorso ha dimostrato di aver (ri)scoperto la vacanza in montagna come alternativa al mare e ai viaggi all'estero.

APERTO PER NATURA

Fedeli al posizionamento **“Aperto per Natura”**, utilizzato sin dalle primissime fasi dell’attuale emergenza sanitaria per rispondere a questi nuovi bisogni, anche per **l’Estate 2021** la comunicazione vuole accentuare il focus sul vero protagonista del territorio del Trentino.

È la natura che, più di ogni altra cosa, caratterizza il Trentino nell’immaginario delle persone e che, grazie alle ampie distese e agli spazi aperti, permette di dare valore e concretezza alla sua promessa. Inoltre, “per natura” porta in vita il DNA sempre APERTO del Trentino e **carica di universalità e valore** un

concetto - quello dell’apertura - che altrimenti verrebbe soltanto messo a confronto con la situazione attuale. Al contrario, **l’accoglienza fa parte del Trentino**, ce l’ha nel cuore e per questo è un valore che rimane forte **ieri, oggi e domani**.

Il posizionamento verrà declinato in più modi:

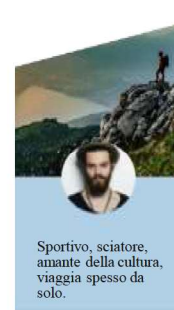
1

Con contenuti coerenti nelle **attività di Media PR** e di **Influencer marketing**, con oltre 700 contenuti e sezioni sulla piattaforma digitale **visittrentino** e attraverso i canali social.

2

Con la **campagna ADV Estate 2021** il cui messaggio resta fortemente contestualizzato al particolare momento che stiamo vivendo

TARGET Le 10 personas OBIETTIVO



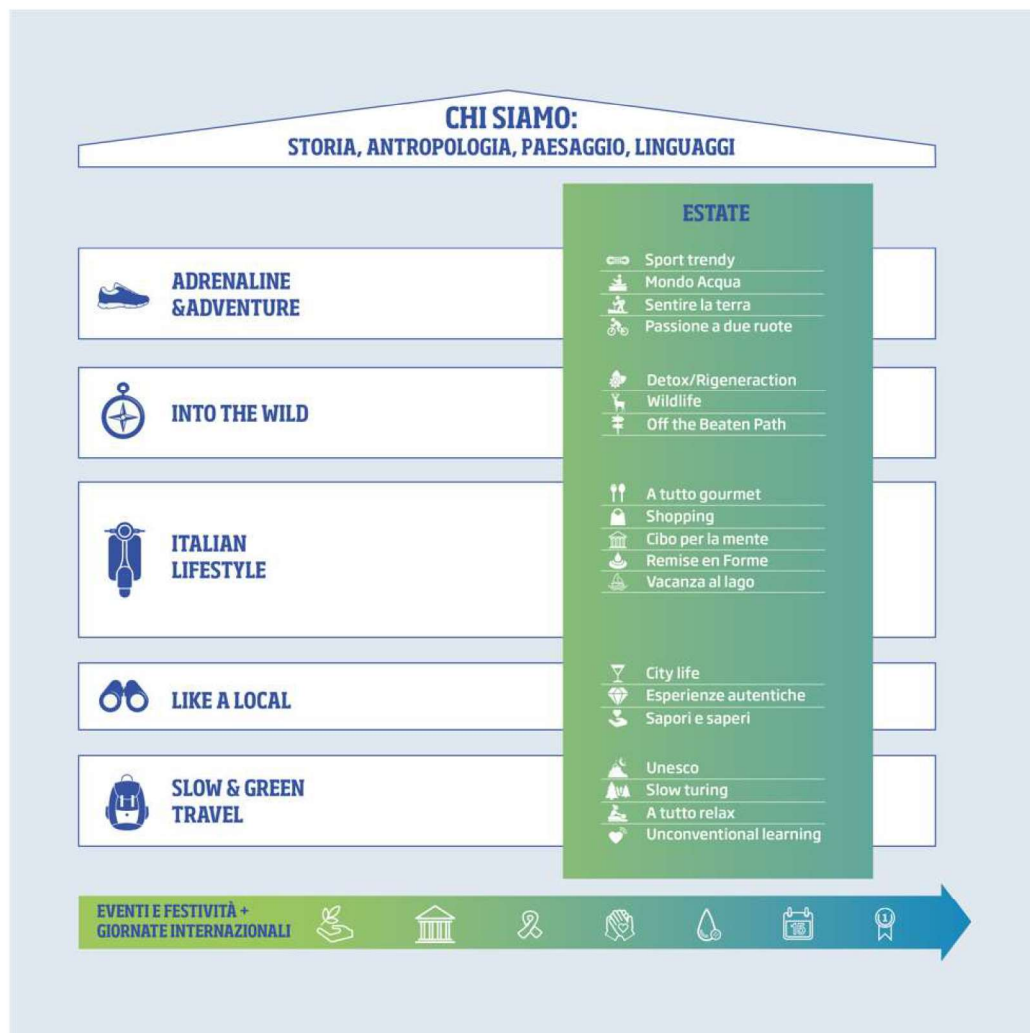
4 macro aree che le accomunano

1
SPORTIVI

2
RELAX

3
FAMIGLIE

4
CULTURA - CIBO E VINO



VERTICALI

- Hiking & Trekking
- Arrampicata
- Vela
- Windsurf
- Pesca
- MTB - E-MTB
- Road Bike
- Gravel
- Cicloturismo
- Golf
- Cultura
- Cibo&Vino



**4 GUIDE MONOGRAFICHE
DISTRIBUITE CON
4 TESTATE NAZIONALI:**

- Traveler (National Geographic) allegato Repubblica
- Cook allegato Corriere della Sera
- Sport Week Speciale allegato Gazzetta dello Sport
- HTSI allegato sole 24H

**EDITORIALI (TBD)
MONO/MULTI-PAGINA:**

- La Repubblica weekend
- Corriere della Sera
- QN
- Il Giornale
- Il Messaggero

750.000

COPIE DIFFUSE

5.350.000

CONTATTI PREVISTI

Speciali monografici



Cook

Speciale Trentino di 24 pagine
Inserito di Corriere della Sera

Lettori stimati: **786.000**

Uscita: **25 maggio**



HTSI

Guida monografica Trentino
di 52 pagine
Distribuita in allegato al Sole
24h

Lettori stimati: **550.000**

Uscita: **18 giugno**



Sport Week

Guida monografica Trentino
di 52 pagine
Distribuita in allegato a
Gazzetta dello Sport

Lettori stimati: **2.004.000**

Uscita : **19 giugno**



National Geographic Traveler

Guida monografica Trentino
di 52 pagine
Distribuita in allegato a
Repubblica

Lettori stimati: **786.000**

Uscita : **24 giugno**





DOPPIE PAGINE PUBLIREDAZIONALI STAMPA QUOTIDIANA

- ✓ REPUBBLICA
- ✓ CORRIERE DELLA SERA
- ✓ QN
- ✓ IL MESSAGGERO
- ✓ IL GIORNALE

CAMPAGNA ADVERTORIAL ESTERO CONFERMATA

AUSTRIA:

- ✓ Speciale 10 pagg Schaufenster (Allegato a Die Presse) | **28 maggio**

GERMANIA:

- ✓ OUTDOOR doppia pagina advertorial | **1 giugno**
- ✓ FAZ doppia pag Advertorial | **12 giugno**
- ✓ FREUNDIN 6 pagine Advertorial | **16 giugno**
- ✓ ADAC Reisemagazin 6 pag advertorial | **17 giugno**

OLANDA:

- ✓ DE VOLKSKRANT MAGAZIN doppia pagina advertorial | **5 giugno**
- ✓ MARGRIET doppia pagina advertorial | **9 giugno**
- ✓ JAN doppia pagina advertorial | **17 giugno**

POLONIA:

- ✓ WISOKIE OBCASY doppia pagina advertorial | **29 maggio**
- ✓ ZWIERCADLO doppia pagina advertorial | **1 giugno**
- ✓ ELLE doppia pagina advertorial | **9 giugno**

REPUBBLICA CECA:

- ✓ REFLEX doppia advertorial | **20 maggio**
- ✓ STIL PROZENY doppia advertorial | **25 maggio**
- ✓ ELLE doppia pagina advertorial | **9 giugno**

TOTALE USCITE : 14

TOTALE COPIE DIFFUSE: 1.650.000

TOTALE CONTATTI PREVISTI: 7.500.000





METEO MEDIASET

Mediaset

5 Settimane Cartoline Meteo Cinema

Dal 9 maggio al 26 giugno

domenica 9 maggio	sabato 15 maggio	Laghi -TM
domenica 16 maggio	sabato 22 maggio	Alpe Cimbra
domenica 23 maggio	sabato 29 maggio	Rovereto
domenica 30 maggio	sabato 5 giugno	Val di Fiemme
domenica 6 giugno	sabato 12 giugno	San Martino
domenica 13 giugno	Sabato 19 giugno	Ledro
domenica 20 giugno	sabato 26 giugno	San Martino

Passaggi stimati da 30 secondi + Brand
video 10 secondi: 180

Emittenti: Canale 5, Italia 1, Rete

Quattro, Canale 20, Iris

Partner: Apt Fiemme, S.Martino, Alpe
Cimbra, Rovereto

Contatti stimati: 34.000.000



MASTERCHEF ITALIA

Sky

1 Puntata girata a giugno 2021

On Air primavera 2022

Partnership: Apt Val di Sole

Contatti stimati a puntata 2,8 Milioni

Led Sport Sponsorship | Stagione sportiva da settembre a maggio



durante tutte le partite/eventi in casa

- ✓ Aquila Basket
- ✓ Trentino Volley
- ✓ Trentino Volley Rosa
- ✓ Nazionale Basket
- ✓ Nazionale Volley
- ✓ Nazionale Rugby
- ✓ Federazione Ginnastica d'Italia
- ✓ ACF Fiorentina
- ✓ Bologna FC
- ✓ Udinese Calcio
- ✓ U.C. Sampdoria
- ✓ Brescia F.C.
- ✓ C. Chievo Verona
- ✓ Hellas Verona F.C.
- ✓ Genoa C.F.C.



Influencer marketing



Ambassador Ripartenza

Periodo: Giugno

Tematiche: Hiking, italian lifestyle, enogastronomia, cultura, natura pura

Target: Italia

Mart

Periodo: Maggio/Giugno

Tematiche: le grandi mostre dell'estate

Target: Italia

Remise en Forme

Periodo: Giugno

Tematiche: il potere rigenerante delle acque termali e della natura che le circonda

Target: Italia

Camping

Periodo: Giugno

Tematiche: un tetto di stelle, il comfort di una vacanza senza pensieri

Target: Italia, Dach, NL

Vitamin Lake

Periodo: Giugno

Tematiche: Sup, windsurf, trendy sports

Target: Dach, NL



Influencer marketing



Ambassador Estate

Periodo: Giugno/Luglio

Tematiche: Hiking, biking, water sports, Italian lifestyle, enogastronomy

Target: Germany

Nature Therapy

Periodo: Giugno

Tematiche: Nature that regenerates: forest therapy & Digital Detox

Target: Italy

Guest App

Periodo: Giugno

Tematiche: Vacation in your hand, all the functionalities of the new app

Target: Italy

I Suoni delle Dolomiti

Periodo: Agosto

Tematiche: The story of the Festival

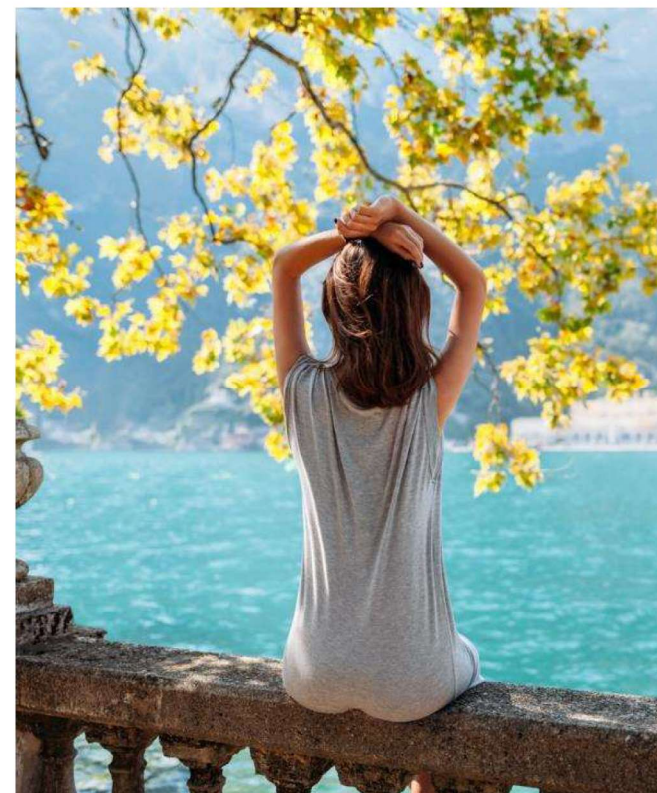
Target: Italy

Ospitalità individuali verticali

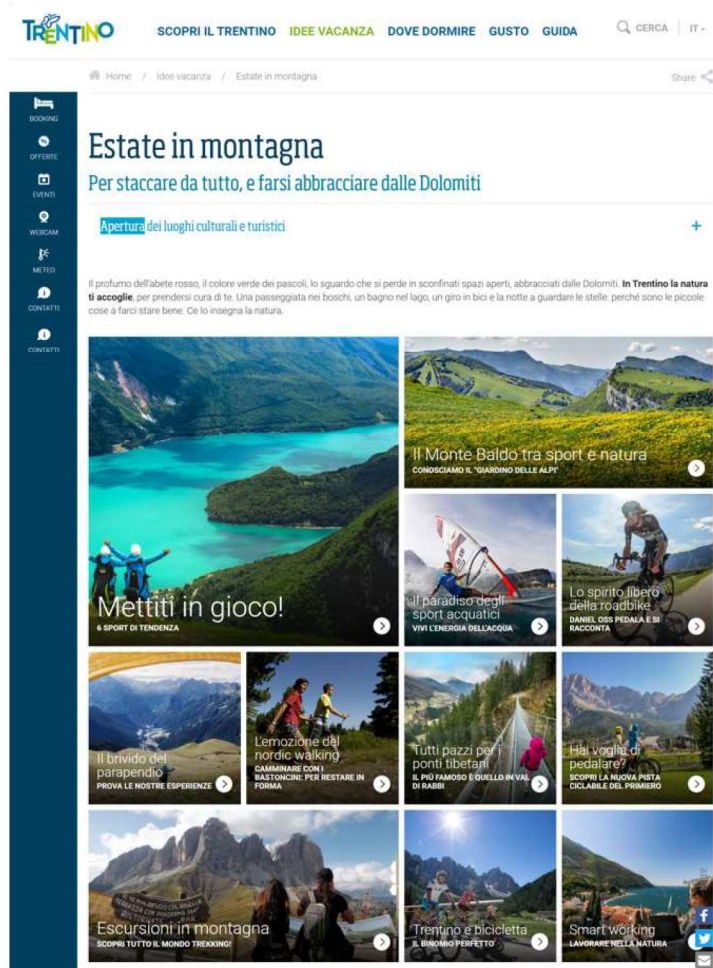
Periodo: Luglio

Tematiche: Bike, ferrate, windsurf, family, fishing ...

Target: Italy and Dach



- INFLUENCER COINVOLTI: **30**
- STIMA REACH: **15 MILIONI PERSONE**
- STIMA CONTENUTI: **circa 2.000** (tra post, stories, tiktok ecc)



Oltre **650** contenuti che veicoleranno tutte le **tematiche del Piano Strategico dei Contenuti e le sue verticalità/passioni:**

Tematiche trasversali:

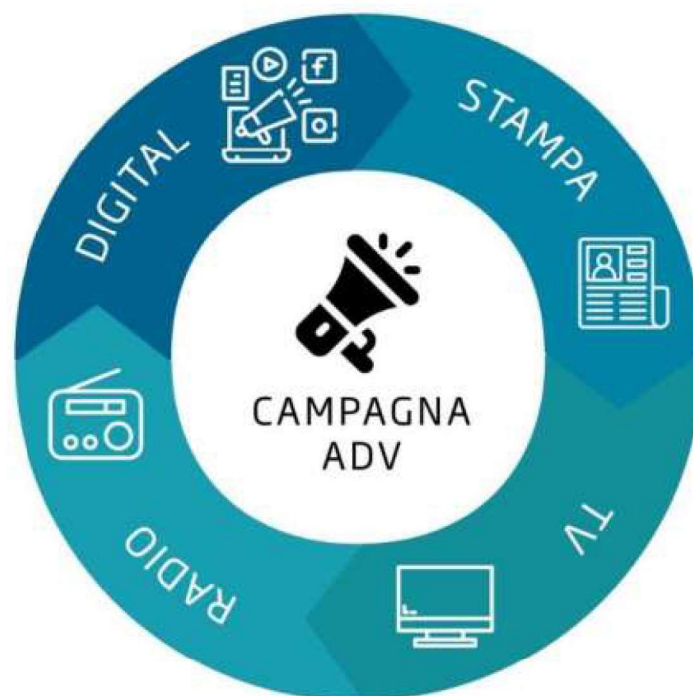
- ✓ Outdoor estivo
- ✓ Mondo Dolomiti
- ✓ Parchi Naturali
- ✓ Vacanze al Lago
- ✓ Arte e Cultura
- ✓ Enogastronomia
- ✓ Natura e benessere
- ✓ Mondo rurale
- ✓ Famiglia
- ✓ Vacanze romantiche
- ✓ Eventi

LA

CAMPAGNA

ADV

Periodo: 1 maggio - 31 luglio



Quest'inverno abbiamo raccontato i suoni dell'attesa.
A primavera, quelli del risveglio della natura,
caratterizzando la comunicazione di questo periodo con i
suoni del Trentino.

Ed eccoci all'estate. Abbiamo deciso di raccontarla sempre
attraverso i suoni, in questo caso, delle emozioni.

La campagna ADV: Spot

TRENTINO

Trentino Estate – La stagione delle emozioni

Scene “nice to have”

Primo piano di un bambino di sei o sette anni, la faccia e i capelli bagnati. È appena sbucato fuori dall'acqua cristallina di un lago. Sta ridendo a crepapelle e noi sentiamo proprio la sua risata.

Ahahahahaha!

Una coppia si sta facendo un selfie con alle spalle un bellissimo panorama.

Rumore della foto che viene scattata



La campagna ADV: Spot

TRENTINO

TRENTINO ESTATE - LA STAGIONE DEGLI UOMINI

1 - Vediamo il primo piano del viso di una donna. Sta guardando qualcosa di bellissimo e infatti, con gli occhi sgranati per la meraviglia, dice:

Oooooohhhhhh!

Scopriamo che è su un sentiero di montagna e un panorama mozzafiato delle Dolomiti le si è presentato davanti agli occhi.

2 - Primo piano di un uomo che, con casco e occhiali da sole, sta facendo parapendio. Sentiamo il suo urlo pieno di gioia e adrenalina:

Yuhuuuuuuuu!

E poi lo vediamo volare sopra un paesaggio da favola.

3 - Primo piano di una bella ragazza che sta leggendo, il viso illuminato dal sole, comodamente sdraiata su un plaid.

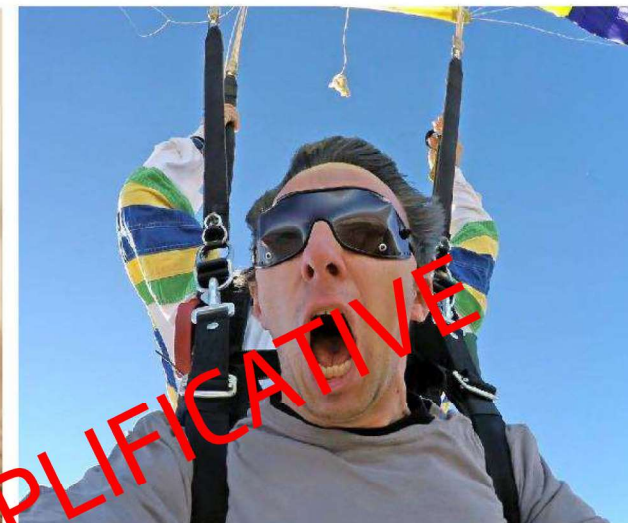
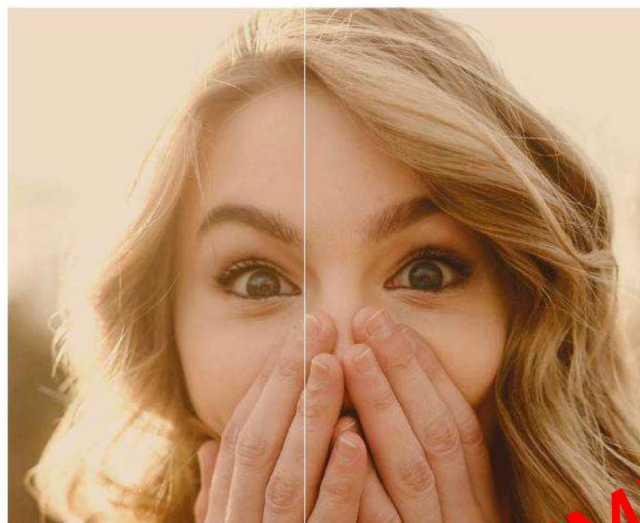
Rumore della pagina del libro che viene girata.

L'inquadratura si allarga e ci svela che la ragazza è sdraiata in mezzo a un prato di un meraviglioso alpeggio.

4 - Primo piano di un ragazzo che, seduto all'aperto di un rifugio, si disseta con una bella sorsata di birra e fa il classico verso di soddisfazione.

Ahhhhhhhh!

Ora vediamo un'inquadratura larga che ci fa vedere il rifugio nel paesaggio.



La campagna ADV: Spot

TRENTINO

TRENTINO ESTATE - LA STAGIONE DEGLI UOMINI

5 - Primo piano di un ragazzo con un caschetto da bici, in sella a una mountain bike. Lo sentiamo buttare fuori il fiato

Uuuuuuffffff!

E poi lo vediamo affrontare una salita.

6 - Primo piano di una bella ragazza con gli occhi chiusi. È immersa in una fumante vasca termale.

Sospiro di relax.

Scopriamo che la vasca termale è in realtà all'aperto, immersa nello splendido paesaggio del Trentino, alla luce del tramonto.

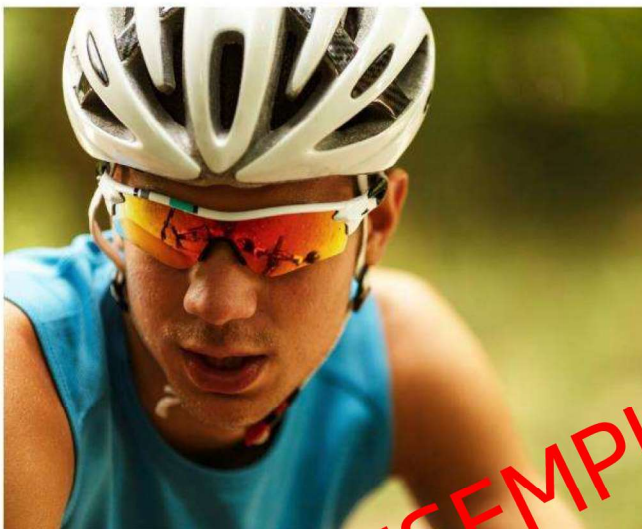
Proprio in questo momento vediamo un cartello:

L'estate, in Trentino, ti lascia senza parole.

7 - Ora vediamo un uomo in primo piano, all'aperto, a fondovalle, con le montagne che fanno da sfondo.

L'uomo si guarda intorno con aria soddisfatta e poi fa un bellissimo, **profondo respiro** di inizio vacanza.

Respira, sei in Trentino.



La campagna ADV: stampa Italia | Ipotesi 15 maggio - 15 luglio



DOPPIE PAGINE ADV STAMPA QUOTIDIANA

- ✓ REPUBBLICA
- ✓ CORRIERE DELLA SERA
- ✓ QN
- ✓ IL MESSAGGERO
- ✓ LIBERO
- ✓ IL GIORNALE
- ✓ LA VERITA'
- ✓ IL FATTO QUOTIDIANO
- ✓ DOMANI

DOPPIE PAGINE ADV STAMPA PERIODICA

- ✓ IO DONNA
- ✓ D di REPUBBLICA
- ✓ G MAGAZINE
- ✓ F
- ✓ GRAZIA
- ✓ ELLE
- ✓ VANITY FAIR
- ✓ STYLE

La campagna ADV: stampa Germania-Austria-Svizzera | **Ipotesi 15 maggio - 15 luglio (?)**



GERMANIA:

- ✓ FAZ MAGAZINE
- ✓ BARBARA
- ✓ FÜR SIE
- ✓ PETRA
- ✓ WELT
- ✓ ICON
- ✓ DIE ZEIT
- ✓ PACCHETTO QUOTIDIANI BAVIERA
- ✓ DER SPIEGEL

AUSTRIA:

- ✓ RONDO (Supplemento Der Standard)
- ✓ Schaufenster (Supplemento Die Presse)
- ✓ Die Presse
- ✓ Woman

SVIZZERA:

- ✓ In via di valutazione

TOTALE USCITE : in via di definizione

PERIODI: 15 maggio - 16 giugno



1.400

SPOT DA
30 SEC. / 15 SEC.



90 MILIONI

DI CONTATTI
LORDI STIMATI

IPOTESI PERIODO: 15 maggio - 15 luglio

CAMPAGNA TV con spot 20" + sponsorizzazione Meteo

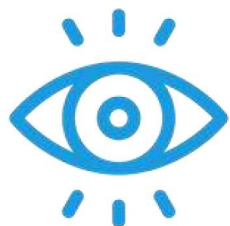
CAMPAGNA TV con spot 30" + 15" PANNEUROPEA EUROSPORT



GRUPA
Discovery

Prima





AWARENESS

Comunicazione brand Trentino attraverso la veicolazione segmentata ed intelligente dei contenuti "emozionali ed informativi" come da piano di comunicazione.

KPI: visualizzazioni, impression, utenti unici



CONSIDERAZIONE

Intercettare tutte le ricerche verso Trentino per interesse e correlate. Presidio costante e capillare su tutti i temi di interesse (natura, trekking, sport, bike, ecc).

KPI: interazioni, tempo view, lead

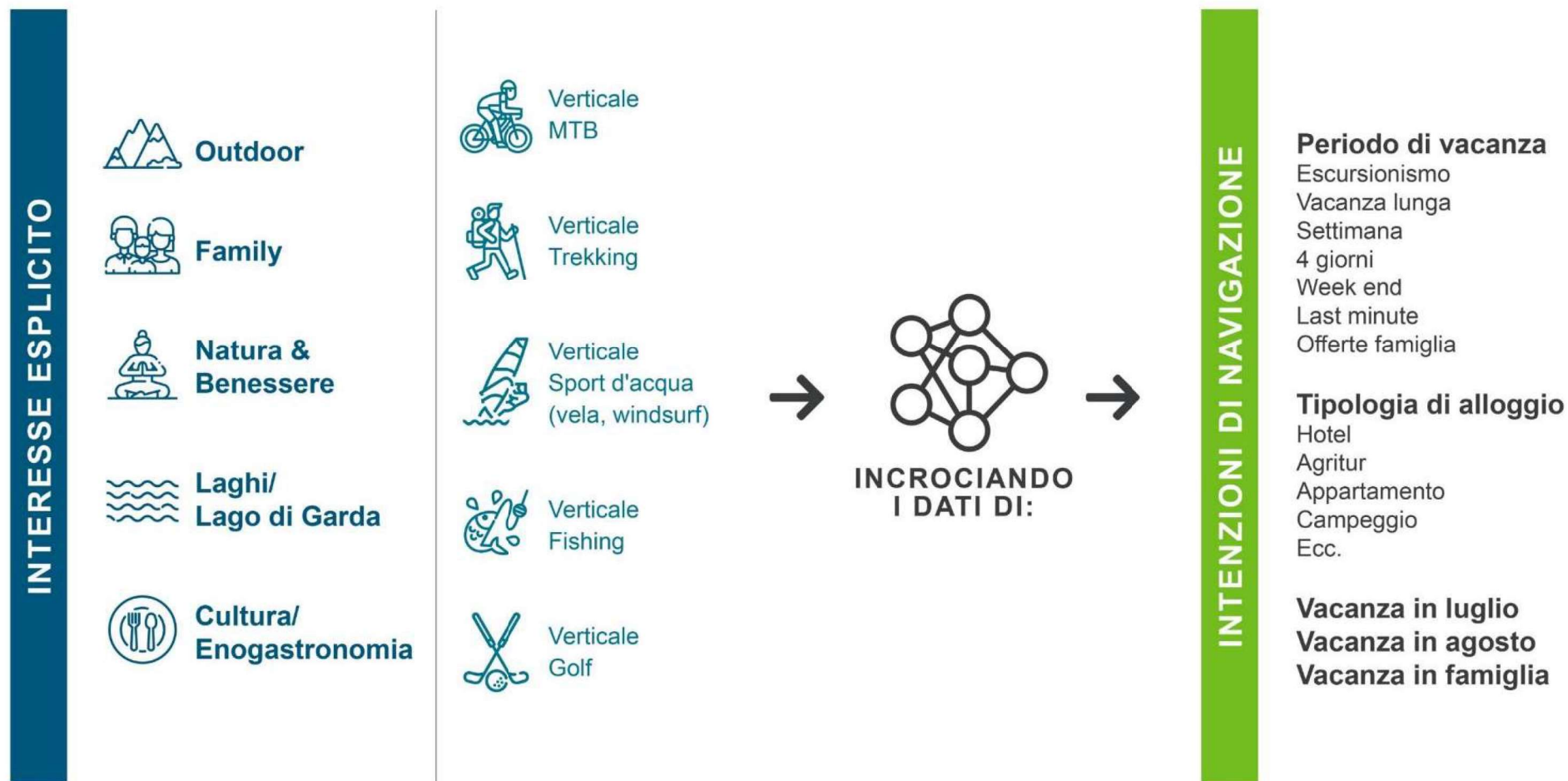


AZIONE

Chiudere la filiera attraverso un retargeting con catalogo dinamico verso tutte le strutture ricettive.

KPI: click sito web struttura, mail, tel. e booking

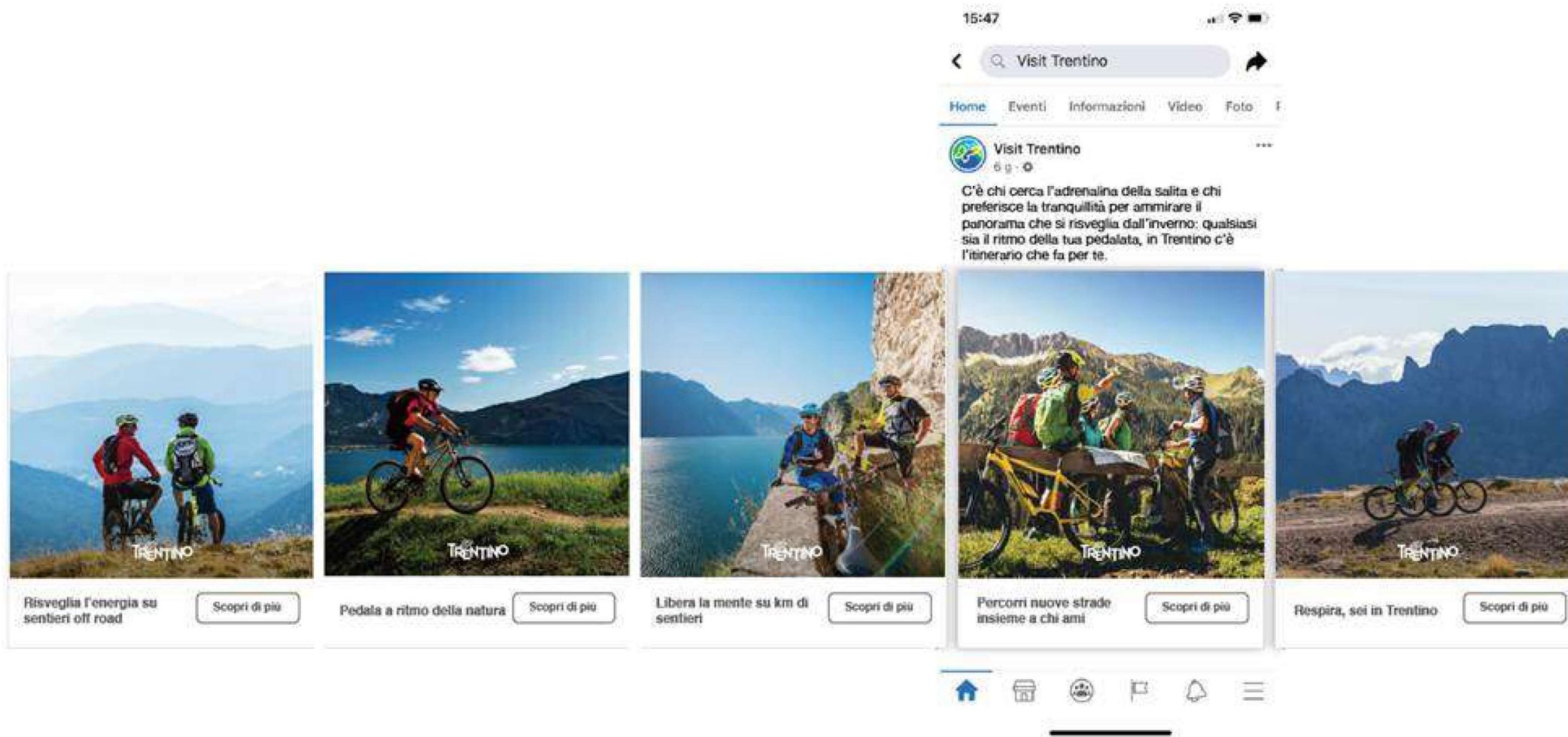
Come ingaggiare in rete il potenziale turista del Trentino



 Facebook	maggio	giugno	luglio	agosto
 Instagram	maggio	giugno	luglio	agosto
 Youtube	maggio	giugno	luglio	agosto
 Pinterest	maggio	giugno	luglio	agosto
 Google	maggio	giugno	luglio	agosto
 Network Magazine	maggio	giugno	luglio	agosto

La campagna Adv: Digital Italia, Caroselli e Mtb

TRENTINO



La campagna Adv: Digital Italia, Europa



Campagne social e Google



Türkisblaues Wasser, majestätische Berge und der Duft von Zitronen warten auf Sie.
Trentino

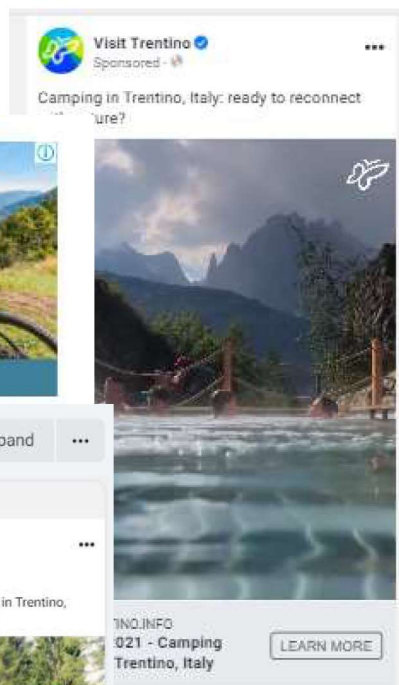


Facebook Feeds

Expand

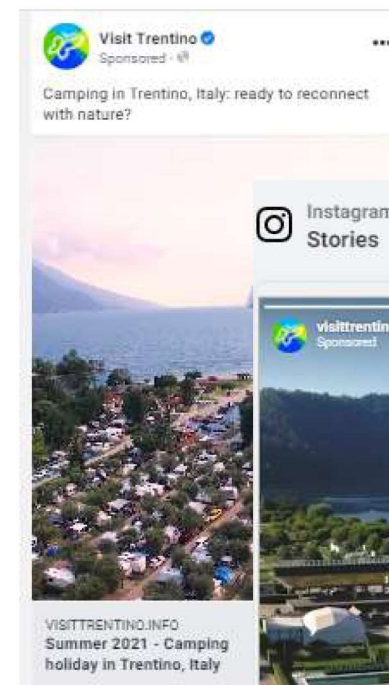


BOOK NOW



Visit Trentino Sponsored

Camping in Trentino, Italy: ready to reconnect with nature?



Visit Trentino Sponsored

Camping in Trentino, Italy: ready to reconnect with nature?

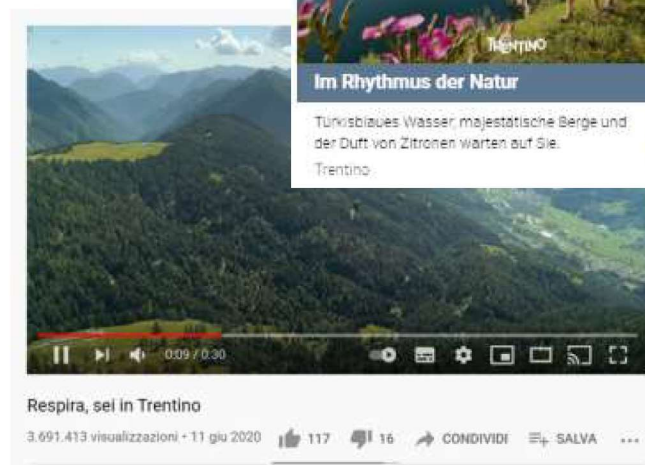


Instagram Stories

visittrentino Sponsored

Summer 2021 - Camping holiday in Trentino, Italy

Learn More



Respira, sei in Trentino

3.691.413 visualizzazioni • 11 giu 2020

117

16

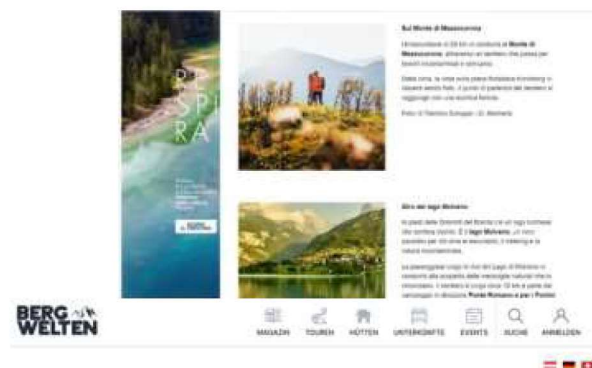
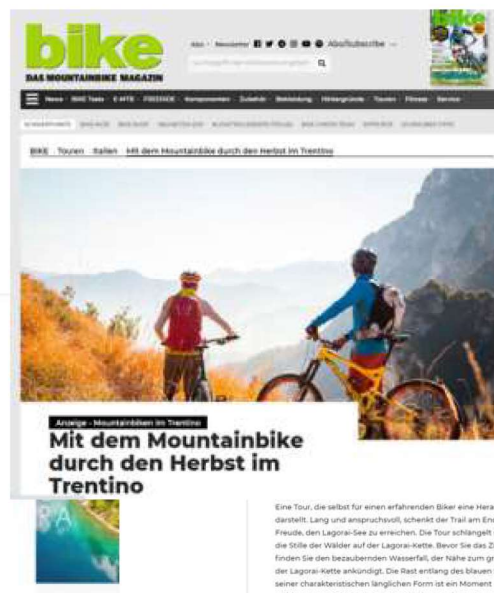
CONDIVIDI

SALVA

La campagna Adv: Digital Italia, Europa



Campagne Display



Eine Tour, die selbst für einen erfahrenen Biker eine Herausforderung darstellt. Lang und anspruchsvoll, schließt der Trail am Ende die Freizeite, den Lago di Sarnonsee zu erreichen. Die Tour schlängelt sich durch die Stille der Wälder auf der Lagorai-Kette. Bevor Sie das Ziel erreichen, finden Sie den bezaubernden Wasserfall, der Nähe zum größten See der Lagorai-Kette ankündigt. Die Rast entlang des blauen Sees mit seiner charakteristischen langlichen Form ist ein Moment wohlverdienter Glückseligkeit. Der Rückweg erfordert ebenso viel Aufwand wie der Aufstieg.

Hier geht es zur Tour



Link a privacy policy. Copyright. Link per la disiscrizione alla newsletter

Le Borse europee viaggiano a passo di carica e si concentrano sulle nuove misure di sostegno lanciate dalle banche centrali globali e mettono per il momento da parte la paura di un "Covid bis", una seconda ondata della pandemia, che darebbe il colpo di grazia a un'economia globale già messa a dura prova. Così Milano scatta di oltre due punti percentuali, come il resto d'Europa, inclusa Londra che sale nonostante le difficoltà sulla Brexit e dopo il dato sostanzialmente stabile sulla disoccupazione (+3,9% nei tre mesi ad aprile, in rialzo dello 0,1%).

Banche centrali sotto i riflettori



A sostenere i mercati, a partire dall'Asia, sono gli istituti centrali: la Bank of Japan ha aumentato la dotazione dei programmi di aiuto alle imprese crisi a causa della pandemia. In Federal Reserve inizierà ad acquistare

427 MLN IMPRESSIONS

16 MLN VIDEO VIEWS COMPLETE 100%

1.900.000 CLICK VISITTRENTINO

SESSIONI TOTALI visittrentino.info **4.831.000**

INVESTIMENTO 1 MAGGIO - 31 AGOSTO*

(*) La Campagna proseguirà per tutto il mese di agosto e per la prima metà di settembre
(Suoni delle Dolomiti, Festival dello Sport, MART)

5 Macro Motivazioni Vacanza + Verticali (Bike, Trek, Watersports, Fishing...) | **82** Gruppi ADS FB&IG |

46 GRUPPI ADS Google & Youtube | **5** DEM-newsletter | **15** Advertorial | **4** video ads in Programmatic |

4 campagne display & caroselli | **3** campagne verticali su eventi