

08 maggio 2014

La sinfonia della natura Salisburghese in scena a Milano

Si alza il sipario sull'operazione di street marketing diretta da Go Up Communication.

Milano scopre il Salisburghese e l'armonia unica di tradizioni centenarie, cultura e panorami da fiaba che caratterizzano la città di Salisburgo e le regioni circostanti.

La ricca e variegata offerta turistica del Salisburghese va in scena sul palcoscenico urbano delle vie del centro della città, attraverso **un'operazione di street marketing ideata e diretta dall'agenzia di comunicazione integrata milanese.**

Protagonisti di questa *pièce* a cielo aperto, graziose *fräulein* vestite con i tradizionali abiti *Dirndl* dai colori vivaci e aitanti giovanotti i cui abiti tipici e la parrucca candida richiamano immediatamente l'iconografia di Mozart, il celebre compositore nato a Salisburgo.

Comparendo a sorpresa per le vie della città, i personaggi prendono fisicamente per mano i passanti e, conversando delle loro passioni, li accompagnano in un breve viaggio alla scoperta della sinfonia unica di natura, tradizioni e cultura del Salisburghese e delle sue regioni turistiche che meglio si adatta ai loro gusti e preferenze.

Un'armonia di sapori e colori che chiunque potrà poi ricreare e condividere anche a casa grazie alle brochure fotografiche, ai tradizionali *Mozartkugeln* e ai semi di erbe di campo ricevuti in dono.

Albert Redusa Levy, Partner & Director di Go Up Communication, racconta così le *reason-why* di questo progetto.

"Il Salisburghese è una destinazione turistica completa, perfetta per gli amanti della montagna così come per le famiglie con bambini e le coppie in cerca di una vacanza culturale o all'insegna del benessere.

Per fare breccia nel cuore di target così diversi, in un periodo cruciale per le prenotazioni delle vacanze estive, la nostra expertise ultraventennale nel settore del turismo ci ha suggerito l'intuizione di adottare un approccio diretto e story-telling. Abbiamo poi scelto di rendere i messaggi ancora più caldi e personalizzati lasciando la parola agli ambassador più conosciuti e riconoscibili della destinazione: un linguaggio delle emozioni perfetto per parlare ai viaggiatori moderni, che non cercano una semplice vacanza ma un'esperienza."