



The FLEXVBLE Agency

COMUNICATO STAMPA  
Milano, 9.11.2023

## ON AIR LA CAMPAGNA DI LIVIGNO “SEGUI IL BATTITO DELLE EMOZIONI”

*PR & Go Up Communication Partners firma la creatività e pianifica per Italia ed Europa su Digital TV e OOH*

È on air la nuova campagna integrata invernale di **Livigno**, ideata dall'agenzia milanese **PR & Go Up Communication Partners**, che si è occupata del concept, della produzione e della strategia (media plan), fino al media buying.

«*Livigno. Segui il battito delle emozioni*» è il nuovo concept di comunicazione elaborato dall'agenzia guidata da **Albert Redusa Levy**, che mette al centro l'aspetto emozionale suscitato dalla destinazione e dalla sua bellezza. Una Livigno tutta da vivere, raccontata attraverso una **campagna multisoggetto declinata per Digital Media e OOH**.

La campagna digitale prevede l'inclusione del mercato Italia (Piemonte, Veneto, Liguria di Levante, Emilia-Romagna, Toscana e Lazio) e dei principali mercati esteri presenti a Livigno (Germania, Polonia, Repubblica Ceca e Belgio) ed è pianificata in due flight: dal 23 Ottobre al 23 Dicembre e dal 7 Gennaio al 30 Gennaio.

La campagna OOH in Stazione Centrale a Milano inizierà a metà novembre e si concluderà a fine dicembre per coprire il periodo antecedente la stagione invernale.

In questo modo, non solo viene rafforzata la *brand awareness* nei luoghi che già conoscono la destinazione, ma viene intercettato anche un pubblico più ampio e variegato amplificando la portata del messaggio comunicativo.

La campagna ha l'**obiettivo** di far conoscere la bellezza del territorio e le opportunità che esso offre ad appassionati di sport, neve e montagna, dalle famiglie con bambini, alle coppie, passando per single e gruppi di amici, mettendo in risalto le attività sportive e ludiche rese possibili dalla varietà d'offerta e dai paesaggi naturali.

Il concept parte dall'idea che **Livigno è un feeling**, una passione che fa battere il cuore, sui 115 km di piste, sui sentieri rilassanti, sulle cime incantate e anche in città, durante lo shopping o una cena romantica, una sensazione che si racconta tramite una campagna audace che parla in modo originale attraverso i battiti del cuore di chi la sceglie per vivere una vacanza unica, seguendo il ritmo delle emozioni. Lo **storytelling** si basa su *slices of life*, istantanee di vita quotidiana in interni ed esterni che raccontano la destinazione attraverso le espressioni delle persone e i dettagli, stile *stolen shots*.

Ritratti incorniciati da scenari naturali mozzafiato, immersi nella neve e nella natura, all'interno di affascinanti chalet di montagna, in mezzo alla natura o nelle boutique dello shopping, gli spot video sono declinati secondo tre tematiche: Action, Family e Lifestyle. I suoni ambientali, uniti al battito del cuore che scandisce le scene, sono la colonna sonora degli spot.

*“Un concept tutto nuovo quello di quest'anno, che reinterpreta i messaggi chiave della destinazione, con l'obiettivo di rafforzare il percepito di Livigno e la conoscenza della sua ricca offerta”, dichiara **Albert Redusa Levy**, Ceo di PR & Go Up Communication Partners. “Per questa stagione invernale abbiamo voluto puntare sulle emozioni, che Livigno suscita e le passioni che rappresenta, con una campagna audace che parla in modo originale attraverso i battiti del cuore. La scelta di lavorare su molteplici touchpoint è in linea con le linee strategiche più efficaci: per raggiungere l'obiettivo della campagna, creare cioè awareness, è necessario infatti che il messaggio venga visto più volte attraverso canali diversi.”*