



The FLEXVBLE Agency

COMUNICATO STAMPA
Milano, 10.06.2024

TASTE OF EMOTION LA VALTELLINA EMOZIONA ANCHE IN ESTATE

La Valtellina promuove la stagione estiva con una campagna multicanale, con il supporto dell'agenzia milanese **PR & Go Up Communication Partners**, che si è occupata del concept, della produzione, attraverso uno shooting dedicato, della post-produzione video e foto, oltre che della strategia di posizionamento della destinazione.

Il concept di campagna vede la **"V" del nuovo marchio Valtellina** protagonista in diversi contesti ed esperienze, attraverso le gestualità degli attori e dei paesaggi naturali.

Incorporare il logo alle creatività e farlo diventare parte attiva della comunicazione permette di rafforzare la riconoscibilità del marchio, aiutandolo così ad essere più memorabile nella mente degli spettatori e, allo stesso tempo, di aumentare l'awareness del brand stesso che, in questo caso, si riconferma essere sinonimo di qualità nell'offerta del territorio in ogni suo aspetto: **la famiglia, la cultura, il benessere, l'enogastronomia e lo sport.**

I contenuti veicolati sono caratterizzati da **3 spot da 15 secondi** ciascuno, che mettono al centro il marchio Valtellina sviluppando i concetti trasversali di cultura, tradizione, autenticità e sport.

Per dare continuità alla comunicazione, la campagna prosegue a valorizzarsi con il claim **"Valtellina Taste of Emotion"**, che comunica una Valtellina esperienziale, da assaporare in ogni suo aspetto ed i tre messaggi inseriti nei video richiamano le qualità e la poliedricità del prodotto suo turistico:
"Naturalmente genuina", "Culturalmente sorprendente", "Meravigliosamente sportiva".

Una campagna multicanale, live per tutto il mese di giugno, che comprende l'**Out Of Home** con diffusione tramite schermi digitali presso la Stazione Centrale di Milano, passaggi radio sulle emittenti nazionali durante programmi e **TV sui principali network nazionali.**

"I tre spot vogliono stupire con i loro paesaggi per promuovere l'offerta estiva della Valtellina, il valore aggiunto che da sempre contraddistingue il territorio: tradizioni, enogastronomia e ospitalità. In una formula che permette di valorizzare il brand, sottolineando l'eterogeneità dell'offerta turistica valtellinese facendo leva proprio sulle emozioni." - dichiara **Albert Redusa Levy**, Ceo di PR & Go Up Communication Partners."