



the flexible agency

“Livigno, mi piace”.

## Al via la campagna integrata Summer 2021

TV, digital, social, PR compongono il media mix scelto per raccontare la ricca offerta estiva del Piccolo Tibet. Con il claim “Livigno, mi piace” studiato dall’agenzia milanese PR & Go Up Communication, che firma la campagna, la destinazione alpina si posiziona come top of mind in vista di un’estate tutta italiana tra montagne e natura mozzafiato, sport all’aria aperta, food d’eccellenza e tanto relax.



Il Piccolo Tibet torna a comunicare sui principali media con la campagna estiva “Livigno, mi piace”, un invito a connettersi con la natura e a sperimentare, in un luogo unico nel cuore delle Alpi italiane, numerosissime attività outdoor e molto altro. In continuità con il **percorso strategico e di posizionamento lifestyle** che PR & Go Up Communication ha intrapreso nel 2020 a fianco dell’Azienda di Promozione Turistica (APT) locale, il concept di campagna mira infatti a mostrare le

molteplici sfaccettature della destinazione tra divertimento, gusto per la vita e relax.

Il tono di voce della campagna è moderno e trasversale. **Il linguaggio è friendly ma autorevole, e strizza l'occhio ai target più giovani e ai nativi digitali** mentre enfatizza la ricchezza dell'offerta estiva livignasca. Lo **spot di 30"** che inaugura la campagna estiva è **on air in TV con una pianificazione su reti nazionali per la durata complessiva di sei settimane**; mostra una Livigno inedita a chi associa la destinazione al binomio sport e active senza dimenticare lo shopping, il food d'eccellenza e il benessere. **La campagna multisoggetto** prevede anche una declinazione da 15" per il digital e i social, con **una pianificazione che oltre all'Italia include anche alcuni Paesi del Nord Europa**.

*"Siamo orgogliosi di annunciare l'avvio della stagione estiva dal prossimo 12 giugno, con una campagna integrata che punta sulle nostre eccellenze" – commenta Luca Moretti, Presidente e Amministratore Delegato di APT Livigno. "Dopo lo stop dello sci alle soglie della stagione invernale, non abbiamo smesso di prepararci e lavorare sodo per offrire ai visitatori un soggiorno indimenticabile, in un'estate dove, mentre i confini iniziano a riaprire in Europa, il mercato italiano fa la differenza e gioca ancora una volta un ruolo importante per il successo della stagione. Per posizionarci come destinazione top of mind ci siamo affidati nuovamente a PR & Go Up Communication, l'agenzia integrata milanese che cura l'ufficio stampa e le pubbliche relazioni di Livigno dal 2018 e vanta un solido background nella comunicazione turistica e lifestyle".*

*"Il 2020 ci ha insegnato a ripensare le priorità dei viaggiatori, adattando di conseguenza i messaggi chiave della destinazione. Con la nuova campagna estiva rispondiamo alle richieste di un viaggiatore evoluto, per il quale la ricerca della vacanza all'aria aperta non è solo un'esigenza di sicurezza ma soprattutto desiderio di disconnessione, esperienze autentiche e ritrovato benessere psico-fisico: lo sport è una componente importante al pari delle attività alternative e soft come lo yoga, la ricca offerta naturalistica e la ricercata offerta enogastronomica che posizionano Livigno tra le più ambite mete lifestyle dell'arco alpino, in Italia e all'estero." - conclude Albert Redusa Levy, Chief Executive Officer di PR & Go Up Communication Partners. "La campagna rientra nell'ambito di una strategia di comunicazione integrata, che accompagnerà Livigno in un importante percorso di valorizzazione della sua capacità innovativa e unicità che la condurrà alle Olimpiadi Invernali del 2026".*