



the flexable agency

È partita la stagione estiva della Valtellina con una campagna firmata da P.R. & Go Up Communication Partners



Milano, 29 giugno 2023 – È partita ufficialmente la **campagna estiva di [Valtellina Turismo](#)**, che mira a promuovere la destinazione come meta ideale per tutti i target.

[PR & Go Up Communication Partners](#), agenzia integrata di Milano e partner strategico di Valtellina Turismo, ha creato e curato tutta la campagna, dall'ideazione del concept, alla strategia fino alla realizzazione e la conseguente pianificazione. L'obiettivo è quello di creare una **campagna di branding** che rafforzasse il marchio Valtellina anche in vista dei prossimi eventi, tra cui le **Olimpiadi Milano Cortina 2026**, una manifestazione di portata internazionale che la destinazione avrà l'onore di ospitare in due sue prestigiose località.

Il concept della campagna vede il marchio di Valtellina Turismo entrare in scena come garante di una vacanza di qualità dove la V del marchio stesso viene riprodotta in diversi contesti ed esperienze attraverso la gestualità degli attori. **Il logo incorporato all'interno della creatività è parte attiva della comunicazione** e rafforza la sua riconoscibilità attraverso un gesto che diventa memorabile nella mente del pubblico.

Il claim sottinteso della campagna è *"Scopri la tua V"*, dove la V di Valtellina diventa l'*x factor* che ogni turista può trovare nella ricerca di sé stesso, facilitata dalle innumerevoli esperienze che il

territorio valtellinese è in grado di offrire. I tre messaggi nei video sono stati inseriti come **super descrittivi**: “Naturalmente genuina”, “Culturalmente sorprendente”, “Meravigliosamente sportiva”.

La pianificazione della **campagna multisoggetto** ha previsto la realizzazione di **3 video da 15”** dove le riprese sono state ambientate in contesti naturalistici di particolare bellezza ed hanno come soggetti la **famiglia, la cultura, il benessere, l’enogastronomia e lo sport**.

I media utilizzati in grandi città della Lombardia, Emilia-Romagna e Lazio comprendono **digital media, stampa, OOH e circuito radio**, mentre il digital interesserà anche i mercati esteri e, in particolare, Germania, Olanda e Belgio.

“L’estate è sicuramente una stagione di rilievo per la Valtellina” afferma **Lucia Simonelli, Destination Manager di Valtellina Turismo**. *“La campagna integrata realizzata ci permette di rafforzare e consolidare il percepito della destinazione sia sul mercato nazionale con un focus particolare su Roma, area di nostro interesse, sia sul mercato estero, i cui viaggiatori sono da sempre alla ricerca di luoghi dove trascorrere delle vacanze all’aria aperta. Continueremo così a valorizzare i punti forza della destinazione e le innumerevoli possibilità che la nostra meta propone cercando di intercettare un pubblico quanto più eterogeneo possibile. La Valtellina sta riprendendo con forza post Covid il suo posizionamento, toccando anche mercati esteri e proponendosi come destinazione montana a tutto tondo, sempre attenta alle nuove tendenze turistiche, dal turismo lento, al bike, all’enoturismo, ai cammini senza perdere il suo valore di destinazione sportiva.”*

“Quest’anno Valtellina Turismo torna on air presentando la sua stagione estiva” afferma **Albert Redusa Levy, CEO e Co-Founder di PR & Go Up Communication Partners**. *“La campagna realizzata va a valorizzare le tre principali reason why per una vacanza in Valtellina, che sono poi state tradotte in brevi racconti d’impatto che mirano a lasciare un ricordo nella mente del pubblico. Lo scopo della campagna è quello di accrescere la mental availability del marchio Valtellina attraverso distinctive brand assets che rendono il brand riconoscibile nella mente dei fruitori.”*

CREDITS

Creative Director: Marco Fossati

Copy: Alessandro Coppi

Art Director: Raffaella Bendinoni

Photo e video making: Studio Cattelan