



Singapore Tourism Board e Singapore Economic Development Board lanciano il nuovo brand Passion Made Possible per la destinazione

Singapore, 24 agosto 2017 – Singapore Tourism Board (STB) e Singapore Economic Development Board (EDB) hanno svelato oggi un nuovo brand unificato, *Passion Made Possible*, per lanciare Singapore sul mercato a livello internazionale sia a fini turistici che commerciali. Lanciato ufficialmente da S. Iswaran, Ministro del Commercio e dell'Industria, e sostenuto dal Ministero delle Comunicazioni e delle Informazioni (MCI), il primo brand unificato delle due agenzie è una mossa importante per presentare l'approccio e la mentalità che contraddistinguono Singapore. Uno spirito appassionato e in continua evoluzione, che cerca costantemente nuove possibilità e riscoperte.

Negli ultimi cinque decenni Singapore ha costruito una forte reputazione come hub mondiale turistico e di business, riconosciuto per le infrastrutture di qualità, la sicurezza, la stabilità, la connettività e l'accessibilità. Tuttavia, la concorrenza globale in ambito turistico e business è andata ad intensificarsi e il panorama dei media è diventato più affollato e complesso. Da una parte i visitatori sono diventati più esigenti nelle loro scelte di viaggio, e cercano di immergersi in culture differenti e costruire relazioni più profonde con le destinazioni; mentre dall'altra le imprese internazionali cercano nuove soluzioni pensate per fare la differenza. Il marchio unificato mira quindi a comunicare l'offerta del Paese nel soddisfare i bisogni di viaggiatori e aziende, e ad aiutare Singapore a distinguersi sul palcoscenico internazionale.

Lionel Yeo, Chief Executive di Singapore Tourism Board, ha dichiarato: "Con *Passion Made Possible*, STB presenta un brand che può raccontare una storia più completa della destinazione, al di là del solo aspetto turistico. Questo brand esprime alla perfezione ciò che noi rappresentiamo come Paese e permette di raccontare molte storie sulla destinazione e sul suo popolo. *Passion Made Possible* ci permetterà, infatti, di costruire una relazione più profonda e personale tra Singapore e i suoi fan e amici. Questo brand rappresenta al meglio il turismo di qualità e attirerà turisti più sofisticati, alla ricerca di un'offerta più aspirazionale per i propri viaggi."

Beh Swan Gin, Chairman di EDB, ha aggiunto: "Singapore sta facendo il passaggio da essere un'economia principalmente guidata dagli investimenti a una che sarà guidata dall'innovazione. In particolare, le aziende locali e internazionali cercano di creare nuovi prodotti, servizi e soluzioni che



abbiano un impatto più forte in Asia. E' importante mandare un segnale forte e chiaro per comunicare che le aziende possono farlo con successo a Singapore e trasformare le possibilità in realtà. Singapore e i Singaporiani si trovano dove sono oggi perché sono stati in grado di superare ogni limite e non hanno permesso a nessuna barriera di lasciarli indietro."

Singapore è Passion Made Possible

Durante lo sviluppo del brand, STB e EDB hanno intrapreso una ricerca quali-quantitativa coinvolgendo circa 4.500 intervistati a proposito del significato attribuito a Singapore. Residenti, industry stakeholders e un pubblico internazionale di Singapore e di 10 altri Paesi¹: i partecipanti alla ricerca hanno evidenziato come i temi della "passione" e delle "possibilità" rispecchino alla perfezione lo spirito della destinazione. Infatti, se da una parte le "possibilità" sono state fortemente associate a Singapore come destinazione, dall'altra la "passione" è stata riconosciuta come lo strumento che guida tali possibilità.

Passion Made Possible è quindi il risultato di questa ricerca, nato per catturare lo spirito della nazione creando un legame con essa e facendo in modo che Singapore sia top of mind per viaggi e investimenti. Con i temi della "passione" e della "possibilità" legati alla storia del Paese, impressi nell'animo stesso della Nazione e raccontati attraverso le storie del popolo, *Passion Made Possible* è l'incarnazione del Paese stesso e della tenacia nel perseguire le passioni e creare continuamente nuove possibilità. Cogliendo lo spirito della nazione, il brand parlerà ai Singaporiani e ai residenti per costruire un legame di vicinanza. Per i potenziali visitatori e per chi fa business contribuirà, inoltre, ad essere un forte richiamo nella scelta di Singapore come destinazione da scoprire e nella quale investire.

Un brand unificato per presentare la destinazione al mondo

Con un approccio diverso rispetto a quello attuato per i precedenti brand come *YourSingapore* per STB e *Future Ready Singapore* per EDB, *Passion Made Possible* presenta le caratteristiche di Singapore al di là dei settori del turismo e del business. Offrirà l'opportunità e la piattaforma per Singaporiani e residenti di mostrare il proprio spirito intraprendente e perseverante al mondo e, allo stesso tempo, verrà utilizzato come brand unico per Singapore a livello internazionale. Quindi, oltre a STB e EDB, sarà adottato da tutti gli enti correlati e da tutte le agenzie sotto il dominio del Ministero del Commercio e dell'Industria (MTI) e verrà incorporato nelle loro campagne di marketing e fiere rivolte al grande pubblico internazionale.

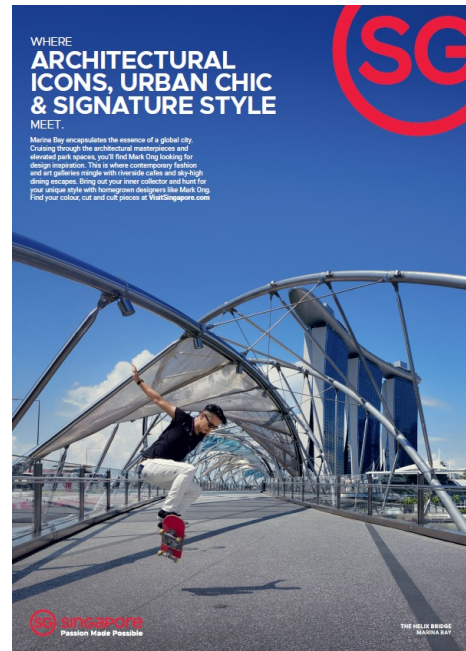
¹ I 10 Paesi sono: Giappone, Indonesia, Malesia, Cina, India, Australia, USA, Regno Unito, Germania, Belgio

Passion Made Possible Global Campaign

Dopo il lancio, *Passion Made Possible* sarà presentato in varie città in tutto il mondo attraverso eventi consumer e trade, partnership di settore e campagne di marketing globali con filmati e immagini per svelare come Singapore sia *Passion Made Possible*. Il brand unificato inizia il suo tour globale a Singapore con Inside Out Tokyo il 25 agosto 2017, e sarà lanciato in Asia-Pacifico e in mercati a lungo raggio, come l'Europa e gli Stati Uniti d'America, a partire da settembre 2017.

Il logo SG Mark

Il brand unificato presenta un logo definito 'SG Mark'. È un emblema delle caratteristiche di Singapore, un luogo sempre affidabile. Il logo può essere applicato come marchio registrato o come timbro di fiducia che sottolinea la qualità.



Il tagline *Passion Made Possible* è stato inoltre tradotto nelle seguenti lingue ufficiali di Singapore:

- Mandarin 心想□□
- Malay Impian Menjadi Nyata
- Tamil ஆர்வம் நிறைவேறும்

Ufficio stampa Singapore Tourism Board

P.R & Go Up Communication Partners

Cristina Gavirati - cristina.gavirati@prgoup.it - +39 346 9889852

Emanuele Palmieri - emanuele.palmieri@prgoup.it - +39 335 7823369

Singapore Tourism Board

Singapore Tourism Board (STB) è l'agenzia leader di sviluppo del turismo, uno dei principali settori economici di Singapore. In collaborazione ad altri partner e alla comunità formiamo a Singapore un panorama turistico dinamico. Diamo vita a *Passion Made Possible* differenziando Singapore e mostrandola come una destinazione vibrante che ispira le persone a condividere e approfondire le loro passioni. Per maggiori informazioni visita www.stb.gov.sg o www.visitsingapore.com oppure seguici su Twitter @STB_sg.



Singapore Economic Development Board (EDB)

EDB è l'agenzia governativa leader per pianificare ed eseguire strategie con il fine di migliorare la posizione di Singapore come centro business globale. Sogniamo, progettiamo e forniamo soluzioni che creano valore per gli investitori e le aziende a Singapore. La nostra missione è quella di creare per Singapore una crescita economica sostenibile con un'attività vibrante e buone opportunità di lavoro.

Per maggiori informazioni su EDB visitare www.sedb.com.