*Comunicato Stampa*

**“SUMMER IS MAGIC… SE COSTA MENO”:**

**4 SETTIMANE DI CAMPAGNA, BUDGET DI 150.000 EURO.**

**GATTINONI SPINGE L’ACCELERATORE SULLA PUBBLICITÁ**

**PER PORTARE IL CONSUMER NELLE AGENZIE DI VIAGGIO.**

**Investimento del gruppo per spingere le vendite delle vacanze estive.**

**La campagna, attiva in maggio e giugno, è creata e pianificata internamente dal reparto Marketing e Comunicazione.**

*Milano, 9 maggio 2022.*

Parliamo di Estate e l’estate è… magica.

Il claim scelto dal Gruppo Gattinoni per lanciare la campagna estiva a sostegno delle vendite nelle agenzie di viaggio è proprio “*Summer is Magic*… *Se costa meno”.*

Una campagna dal concept preciso che fa leva sulla voglia degli italiani di partire e trasformare le vacanze in un momento magico e colmo di aspettative, ma con un riferimento all’accessibilità del prezzo. Perché se la vacanza ha un costo sostenibile ed è acquistabile con promozioni, il consumatore è più motivato a comprarla.

Invogliare gli italiani a rivolgersi alle agenzie di viaggio del network Gattinoni è lo scopo dell’iniziativa, che ha coinvolto 30 partner per poter offrire, nell’arco di 4 settimane, sconti sui prezzi dei pacchetti.

I due elementi – vacanze estive e costi - sono intersecati e trainanti nel vissuto collettivo e quindi cardini della campagna di comunicazione creata e pianificata all’interno del Gruppo. L’ufficio Marketing e Comunicazione ha ideato un visual impattante e lo ha declinato sui tanti canali selezionati per veicolarne la visibilità.

Un elemento strategico è stata la volontà di intercettare il target in movimento: persone che affollano stazioni ferroviarie, aree di sosta in autostrada, spazi aeroportuali. È stato scelto di collaborare con Digimupi, che dispone di 185 impianti digitali di formato verticale in 39 stazioni ferroviarie e 2 stazioni Metromare Rimini; i pannelli, concentrati principalmente nelle regioni Lombardia, Trentino Alto Adige, Veneto, Friuli Venezia Giulia, Emilia Romagna, Lazio, Toscana e Campania, hanno una viewability sollecitata da 1.140 passaggi giornalieri.

Parallelamente la collaborazione con il circuito One TV, network di schermi Media One, sfrutta gli schermi in 97 autogrill nazionali. La pubblicità Gattinoni, comprensiva di audio, comparirà su 184 schermi in 13 regioni, con 304 passaggi quotidiani tra le cinque del mattino e mezzanotte.

A livello di native advertising ci saranno l’attività con Outbrain e Valica. Come emittenti radiofoniche gli annunci saranno su Radio Deejay, Radio Capital e M2O con una pianificazione massiccia per 4 settimane consecutive.

L’investimento complessivo ammonta a 150.000 euro e comprende l’ingaggio di influencer e moltissime attività all’interno delle agenzie di viaggio del network Gattinoni.

Dal video prodotto per i monitor delle agenzie e per le loro vetrine, alle locandine dedicate, alla personalizzazione dei siti ai visual negli hub di Milano e Torino, ai post creati per le piattaforme social che possono essere ripresi dalle agenzie. I 1500 punti di vendita riceveranno inoltre newsletter da girare alla propria clientela, formati per banner da posizione all’interno dei propri siti, cartellonistica accattivante.

In conclusione, un’operazione di marketing che nell’arco di 4 settimane vuole colpire il consumer con ogni mezzo e per farlo ha stretto ogni genere di sinergia: da quelle con i partner del mercato a quelle degli specialisti della digital communication.

Commenta **Isabella Maggi direttore marketing e comunicazione del Gruppo Gattinoni:** *“Dopo due anni di fermo del settore turismo volevamo ripartire con una campagna forte a sostegno delle agenzie di viaggi e dei nostri migliori partner. Una campagna che avesse un peso non solo commerciale ma anche di comunicazione. Per questo Gattinoni ha deciso di investire un budget importante per comunicare al consumatore finale per portarlo in agenzia e prenotare, approfittando di promozioni e sconti. Il concept creativo è stato studiato in modo che potesse adattarsi a materiali trade/off line e online. Abbiamo pensato alle agenzie con materiali punto vendita, locandine, video per vetrine e supporti digitali per social e newsletter. Ma il grande pubblico lo raggiungeremo attraverso 4 settimane di pianificazione su radio nazionali, video in stazioni e metropolitane di tutta Italia e video in autogrill, oltre a formati digitali su mezzi nazionali. Un impegno commerciale e di visibilità che siamo certi porterà beneficio alle agenzie e alle vendite”.*

**Per informazioni alla stampa:**

**Sara Ferdeghini**sara@ferdeghinicomunicazione.it - cell: 335.7488592

**Francesca Motta** motta@ ferdeghinicomunicazione.it – cell: ​344.0965871

Ufficio Stampa Gattinoni Group - Ferdeghini Comunicazione Srl

www.ferdeghinicomunicazione.it

**------------------------------------------------------------------------------------------------------------------**

Gattinoni nasce a Lecco nel 1983 dalla passione per i viaggi e l’organizzazione di eventi di Franco Gattinoni, fondatore e tuttora presidente del gruppo. Con lui lavorano oltre 450 persone che condividono lo stesso piacere e la stessa professionalità nell’organizzare viaggi ed eventi su misura, con passione e attenzione a ogni dettaglio. Sotto il marchio Gattinoni operano 5 divisioni che si occupano di diverse aree di business: MICE (Logistics, Live Communication, Healthcare, Made in Italy), Business Travel, il prodotto Gattinoni Travel e i due network Mondo di Vacanze e MYNetwork Viaggi&Vacanze.

Con sede a Milano, il gruppo ha diverse unità operative: MICE (Milano, Lecco, Torino e Roma), Business Travel (Monza, Milano, Bologna, Torino e Roma), e 31 agenzie di proprietà nel Nord e Centro Italia. Inoltre, i network contano quasi 1500 agenzie affiliate in Italia, Svizzera e San Marino.