

Turismo, 46.000 euro per promuovere Genova sui canali di Easyjet (che nel 2020 aveva lasciato il Colombo)

di **Redazione**

15 Dicembre 2020 - 10:29



Genova. Sarà capitato anche a voi, forse, di trovarvi a bordo di uno degli aerei “bianchi e arancioni” e, tra una lotteria e un messaggio del comandante, di sfogliare il giornalino di bordo diretti verso una meta ma con la testa già sulle altre decine di possibili città a portata di volo.

Genova punta a promuovere il proprio turismo, dopo l’anno in cui il turismo è stato quasi completamente affossato dalla pandemia, anche **attraverso i canali di comunicazione della compagnia low cost Easyjet**, uno dei leader mondiali nel trasporto turistico. In particolare quelli **digitali** (siti web e social). **E per farlo spenderà quasi 47 mila euro.**

Tanto vale, attraverso l’affidamento a una società di comunicazione specializzata nella diffusione di contenuti legati al viaggio, la campagna che vedrà Genova comparire su siti internet, portali di servizio, riviste “inflight magazine” e altro ancora. Una campagna mirata su un **target preferenziale**, quello di chi viaggia e lo fa con disinvoltura e quindi potrebbe essere facilmente incuriosito a puntare sul capoluogo ligure.

La campagna per cui l’amministrazione pubblica verserà a **eSubstance Ldt-Ink-Travel Content Ldt** il denaro pattuito, 38 mila euro circa, è strutturata su due fasi ma la prima riguarda il periodo semestrale da novembre 2020 ad aprile 2021. L’aspetto curioso è che al momento - al netto del Covid - **Easyjet non ha voli su Genova.** Conclusa la stagione 2019 infatti non erano state confermate per il 2020 le rotte per Londra Luton, Berlino, Manchester, Bristol e Amsterdam.

E quindi? Posto che la campagna potrebbe essere ugualmente utile, **la speranza per i viaggiatori (e non solo per i turisti dell'incoming) è che possa esserci un ritorno di Easyjet su Genova.**

La società eSubstance, nel frattempo, si occuperà della predisposizione di contenuti in un microsito dedicato a Genova che avrà risalto al centro delle pagine di destinazione del sito "easyJet TRAVELLER", includerà articoli editoriali, attrazioni, un video e tutti i contenuti ritenuti utili per ispirare i passeggeri e sarà disponibile sull'app easyJet ed online, per ispirare le persone ad effettuare prenotazioni, e sfruttare al massimo il proprio viaggio e il periodo di permanenza.

Prevista inoltre la realizzazione di una campagna dedicata in home page dando priorità a contenuti di Genova su homepage di sezione, l'inclusione di Genova tra la lista delle destinazioni top 10 della homepage, oltre a un retargeting social attraverso la piattaforma "Navigator", con la realizzazione di una campagna dedicata al fine di reindirizzare e convertire quanti più utenti possibili a completare le loro prenotazioni su Genova, tenendo conto che per questa piattaforma saranno garantite un minimo di 1.500.000 di impressions semestrale e che la stessa avverrà attraverso i canali Facebook, Instagram e Google Ad dei passeggeri easyJet.

Infine sarà inclusa nella campagna la promozione sull'inflight Magazine della Compagnia Aerea Wizz Air, un'altra delle compagnie che eSubstance ha nel suo portafoglio clienti.