

TORINO DESTINAZIONE IDEALE PER I VIAGGI

Al via la seconda fase della campagna di marketing congiunta per la promozione del territorio

Mercati target: Regno Unito, Spagna, Nord Europa (Danimarca e Svezia)

Dal 23 dicembre 2022 è iniziata la **seconda fase della campagna di comunicazione per posizionare Torino tra le destinazioni europee** più desiderate e accessibili sfruttando le potenzialità dell'apertura della nuova base aerea di Ryanair a Caselle avvenuta il 1 novembre 2021. Sono infatti molteplici le rotte servite dall'aeroporto di Torino Caselle dalla compagnia irlandese: 34 le destinazioni garantite dal titolo di "base Ryanair" con l'apertura di 6 nuove rotte, per il periodo invernale, verso destinazioni come Billund, Manchester, Praga, Stoccolma, Vilnius e Breslavia.

Il progetto è finanziato da Camera di commercio di Torino in collaborazione con **Turismo Torino e Provincia** e la **partnership della stessa compagnia aerea**.

La prima fase della campagna, attivata nei mesi di febbraio e marzo 2022, ha sfruttato 12 canali messi a disposizione dalla compagnia tra cui Facebook, Instagram, Hero Banner ecc. per un totale di 67 azioni su 6 mercati target: Belgio, Danimarca, Francia, Israele, Spagna, UK. Tale attività ha contribuito significativamente all'aumento delle prenotazioni nel periodo di riferimento. Il media mix ha permesso di raggiungere un'ampia fascia di clienti che ha mostrato interazioni estremamente positive con il messaggio della campagna raggiungendo un'impressione complessiva di oltre 18 milioni. Guardando alle destinazioni le attività promozionali intraprese durante la campagna hanno fortemente contribuito alla ripresa del traffico sulle rotte di Tel Aviv, Parigi e Regno Unito; particolarmente positivo è l'incremento delle prenotazioni da Danimarca e Spagna, dove si osserva un aumento rispettivamente del 22% e del 28% delle prenotazioni e dove l'operativo non ha subito variazioni nel corso dei mesi invernali. La rotta Bruxelles-Torino è quella che ha giovato maggiormente dalle attività promozionali della campagna con un aumento del 50% sulle prenotazioni rispetto al periodo precedente.

*"Gli ottimi risultati ottenuti durante la prima fase della campagna ci hanno portato ad investire ulteriormente in questi primi mesi del 2023 per far conoscere sempre di più la destinazione Torino in Europa attraverso i media Ryanair – sottolinea **Dario Gallina**, Presidente della Camera di commercio di Torino. – Con la crescita del traffico aeroportuale, sono evidenti i benefici che ricadono su tutti gli operatori del sistema accoglienza torinese, tra cui trasporti, commercio, turismo, sport e cultura".*

*“Ospitare una base operativa Ryanair a Torino – sottolinea **Maurizio Vitale**, Presidente di Turismo Torino e Provincia – contribuisce sensibilmente all’incremento dei flussi turistici verso il nostro territorio; grazie all’investimento di Camera di Commercio la partnership, arricchita di un piano articolato di promozione digitale, ci consente di raggiungere e informare i milioni di clienti della prima compagnia low cost in Europa, circa le esperienze e i servizi che Torino offre, con la promessa di una vacanza intrattenente in città”.*

*“Siamo lieti di confermare la nostra collaborazione – sottolinea **Mauro Bolla**, Country Manager Ryanair - con Camera di commercio di Torino e Turismo Torino e Provincia. I risultati positivi della prima campagna pubblicitaria hanno supportato il lancio della nuova base di Torino che ha celebrato recentemente un anno di attività con oltre 2 milioni di passeggeri trasportati”.*

La seconda fase della campagna in programma dal 23 dicembre 2022, e per circa due mesi, ha come obiettivo la promozione della destinazione sul **Regno Unito, Spagna, Nord Europa (Danimarca e Svezia)** attraverso **il seguente media mix:**

- Sito web Ryanair: Hero Banner, Our Partner’s Banner ed Explore Europe Carousel su Ryanair.com, il sito web della compagnia aerea numero 1 al mondo con 1,1 miliardi di visite univoche l'anno;
- App Ryanair: posizionamento del banner in alto sull'App Ryanair;
- App Ryanair Pop Up: Pop Up sull'App che occupa l'intero schermo con immagini accattivanti e un prezzo interessante;
- Email dedicata a Ryanair: email dedicata che ritrae ciò che Torino come destinazione ha da offrire;
- Campagna Abandon Basket Ryanair: campagna che si rivolge direttamente ai consumatori che hanno messo nel carrello i voli delle rotte mirate ma non li hanno acquistati.

Per informazioni:

Camera di commercio di Torino - Settore Comunicazione esterna e URP

Tel. 011 571 6652 - www.to.camcom.it/comunicatistampa - @CamComTorino

Turismo Torino e Provincia - Ufficio Stampa - Silvia Lanza

Cell. 349 8504589 - s.lanza@turismotorino.org