



COMUNICATO STAMPA

REGIONE CALABRIA E ALITALIA UNITE NELLA PROMOZIONE TURISTICA

Roma, 7 marzo 2014 – Per illustrare il programma di comunicazione turistica avviato con Alitalia e con Nital, filiale italiana di Nikon, **il Presidente della Regione Giuseppe Scopelliti e l'Amministratore Delegato di Alitalia Gabriele Del Torchio** hanno tenuto una conferenza stampa presso l'aula Calipari di palazzo Campanella a Reggio Calabria.

La campagna di comunicazione e di promozione turistica prevede una serie di iniziative, a partire dalle livree speciali di **Alitalia con l'immagine dei Bronzi di Riace su due aeromobili** della flotta, uno di medio raggio ed uno di lungo raggio.

I due Bronzi di Riace sulla fusoliera di Alitalia diventeranno per un anno gli ambasciatori del territorio e del turismo culturale della “destinazione **Reggio Calabria**” **in giro per il mondo**.

Alitalia sceglie i Bronzi di Riace attraverso un accordo fatto con la Regione Calabria che ha il preciso scopo di promuovere il turismo culturale legato al restauro delle due statue bronzee e del Nuovo museo Archeologico di Reggio Calabria. Un'iniziativa che sostiene il turismo short-break, ovvero la vacanza di breve durata e i weekend, incrementando il flusso di incoming sul territorio.

Alitalia per volare tutti i week end di marzo e i primi due di aprile, offrirà uno sconto del 15% su tutti i voli da Linate, Torino e Fiumicino per Reggio Calabria e Lamezia Terme, per permettere a tutti di venire a visitare i vostri Bronzi.

“La campagna - ha dichiarato il Presidente Scopelliti - prevede una tariffa promozionale concordata con Alitalia per i fine settimana, con l'emissione di biglietti a basso costo proprio a beneficio di quanti visiteranno il Museo di Reggio Calabria e vorranno conoscere lo splendido patrimonio artistico e culturale. Inoltre 210 autobus, per un periodo compreso da quindici a trenta giorni, percorreranno le strade di Madrid, Londra, Bruxelles, Mosca, Berlino, Dublino e Zurigo 'vestiti', grazie a Nikon, con i panorami più belli della nostra terra e con l'immagine dei Bronzi. Anche le metropolitane di queste città saranno oggetto della nostra campagna promozionale. Abbiamo messo in campo un lavoro impegnativo, investendo quasi cinque milioni di euro, una cifra consistente. Si tratta di fondi finalizzati per questo tipo di spesa. Sono in programma, inoltre, una serie di spot televisivi sulle principali reti nazionali per un valore di 1,2 milioni di euro nel periodo dal 15 al 22 marzo, perché vogliamo trasmettere un messaggio di grande impatto. Affronteremo il prossimo periodo estivo - ha concluso Scopelliti - con la consapevolezza di avere lavorato efficacemente per la Calabria, per i nostri operatori turistici e per quanti nutrono ancora speranza nel futuro di questa terra, dalle grandi potenzialità e dalle mille risorse”.».

“Siamo orgogliosi di dedicare le livree di due nostri aeromobili ad una immagine simbolo della Calabria che tutto il mondo ci invidia – **dichiara Gabriele Del Torchio, Amministratore Delegato di Alitalia** – “A breve i Bronzi di Riace voleranno nei cieli del mondo, ma questo è solo il primo passo di una collaborazione che diventerà sempre più proficua con la Regione e con il Presidente Scopelliti. Sono certo che saranno numerose le opportunità di collaborazione tra chi vuole essere l'ambasciatore delle eccellenze italiane e chi, come la Regione Calabria, ha un enorme patrimonio culturale, naturale e gastronomico da far conoscere al mondo intero. L'aeroporto di Reggio Calabria – ha ribadito Del Torchio - è importante per Alitalia ed è ricompreso nelle nostre strategie di sviluppo. Riprenderanno proprio nei prossimi giorni i voli per Torino da Reggio Calabria».



Questa iniziativa della Regione con Alitalia mira a rafforzare l'immagine e la promozione internazionale delle sue bellezze naturali e culturali e destagionalizzare i flussi turistici attirando, grazie al target coperto dalla compagnia aerea italiana, turisti di tutto il mondo, cercando di incrementare, il turismo culturale. Esempio di questo sforzo è lo straordinario progetto fotografico dedicato ai Bronzi di Riace che vede protagonista uno dei più importanti fotografi a livello internazionale, il Maestro Mimmo Jodice. In una recente session fotografica che ha suscitato l'interesse dei media internazionali il maestro ha immortalato, attraverso l'unicità del suo sguardo, l'indiscutibile bellezza di uno dei più grandi misteri dell'arte antica, appunto i Bronzi di Riace. Un primo progetto, quello della Regione, di un piano di comunicazione ben più ampio che di quelle immagini farà il nuovo spot per la promozione turistica della Regione raccontate attraverso la straordinaria voce di Giancarlo Giannini. Lo spot sarà proiettato sugli aerei Alitalia personalizzati con la livrea dei Bronzi di Riace.

“TESTIMONI” DELLA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE

Una scommessa vincente quella della Regione Calabria che già nel 2013 aveva puntato la sua campagna di comunicazione su “I Bronzi di Riace”. Anche quest'anno con “Gira e rigira” la Calabria ha deciso di sviluppare su di loro il concept intelligente e originale della sua comunicazione grazie al supporto dell'agenzia Pomilio Blumm che ha voluto portare nella campagna turistica diversi aspetti di innovazione sia visiva che semantica.

Il ritorno dei Bronzi di Riace nella campagna 2013 ha fatto di loro i testimonial garantiti del territorio tanto da guadagnarsi l'assoluto protagonismo, grazie agli scatti realizzati dal Maestro Mimmo Jodice, nel nuovo spot della Regione (quello realizzato per la Campagna Turismo 2014) che punta proprio su di loro per raccontare le bellezze di una terra tutta da scoprire anche attraverso la magnifica ed inconfondibile voce dell'attore e doppiatore italiano di fama internazionale Giancarlo Giannini.

POMILIO BLUMM LA CREATIVITÀ COME IMPRESA

Pomilio Blumm, con sede a Pescara, è uno dei principali player europei nella comunicazione istituzionale, e, soprattutto nel settore turistico, ha sviluppato l'heritage communication, che punta a valorizzare una risorsa preziosa e ricca di potenzialità quale il patrimonio artistico e culturale. Riguardo il settore turismo l'agenzia, oltre la Regione Calabria, ha incarichi dalla Regione Lombardia, Regione Sardegna e Regione Abruzzo e si occupa dell'immagine del turismo italiano con ENIT. Attualmente Pomilio Blumm è, inoltre, incaricata dell'attività di promozione turistica nazionale ed internazionale dalla Regione Puglia. Oltre alle regioni la Pomilio Blumm segue la comunicazione turistica per numerosi enti territoriali italiani tra cui province e comuni.

Alitalia

Alitalia raggiunge la Calabria con voli diretti da Roma Fiumicino verso **Reggio Calabria con 28 frequenze settimanali**, Lamezia Terme con **49 frequenze settimanali**, da Milano Linate verso Reggio Calabria **con 13 frequenze settimanali**. Da Milano Linate a Lamezia Terme con 30 frequenze settimanali, e da Torino a Reggio Calabria con 2 frequenze settimanali.

Nella stagione estiva, la Compagnia opera su tutto il suo network **103 destinazioni**, di cui 26 in Italia e 77 nel resto del Mondo. Le **rotte servite** saranno **186**, per un totale di **2361 frequenze settimanali**, con 24,3 milioni di passeggeri trasportati nel 2012 e una flotta fra le più giovane d'Europa con un'età media di 7 anni.



Per informazioni alla stampa:

Antonella Zivillica

Responsabile Relazioni con i Media Alitalia

Tel. 06-65638950

Email. ufficio.stampa@alitalia.it