

Campagna promozionale con qualche bacchettata ai No Tav Valle di Susa? Da qualunque parte la guardi ti sorprende...

Previste inserzioni sui giornali, affissioni cittadine su metropolitana, bus, edicole, aeroporto e distribuzione di cartoline promozionali nel capoluogo

Una campagna pubblicitaria pro Valle di Susa? Sì, nelle intenzioni di Camera Commercio, Agenzia Turismo Torino e Provincia, Regione Piemonte è proprio così. Centomila euro stanziati per risollevare l'immagine turistica della Valle di Susa. Con qualche bacchettata ai contestatori No Tav lanciata, durante la presentazione venerdì scorso nella sede della Camera di Commercio. Ad attaccare è stato soprattutto l'assessore regionale al turismo Roberto Cirio: "La Valle di Susa - ha detto - rappresenta una delle eccellenze del turismo montano. Purtroppo i disordini creati in modo irresponsabile da coloro che si oppongono alla Tav hanno causato questa estate un grave danno alle presenze turistiche dell'area. Per questo motivo, in prospettiva dell'ormai vicina stagione invernale, ci auguriamo che questa campagna possa aiutare a recuperare l'immagine positiva delle nostre montagne olimpiche. Speriamo poi che i contestatori si rendano conto che il turismo è la più grande opportunità per il futuro del-



L'obiettivo? Ribadire la sostanza turistica e la ricettività di un territorio ricco di opportunità: sport, natura, divertimento, arte, storia, enogastronomia

la valle e tenere veramente a questo territorio significa non danneggiarlo in una delle sue risorse principali, perché nessun turista vorrebbe andare in vacanza in un luogo in cui ci sono disordini, code o addirittura rischi per la propria sicurezza".

Parole destinate a lasciare il segno e a far discutere. Già perché la campagna, partita lunedì 10 ottobre, è una prima risposta al grido di dolore lanciato all'inizio dell'estate da diversi sindaci e operatori turistici dell'alta valle



Alcune immagini della campagna pubblicitaria sulla Valle di Susa

che, dopo gli scontri di fine giugno-inizio luglio alla Maddalena di Chiomonte, avevano chiesto a gran voce un'iniziativa per rilanciare l'immagine della valle olimpica.

Nasce così, questa campagna di comunicazione. Con un obiettivo: valorizzare le risorse e la ricettività di un territorio di estrema versatilità e ricchezza durante tutto l'anno (sport, natura, divertimento, arte, storia, enogastronomia). L'obiettivo - dicono i promotori - è quello di ribadire la sostanza dell'offerta turistica della Valle di Susa come esempio di eccellenza per il Piemonte e per la provincia di Torino.

Slogan dominante della campagna: "Valle di Susa. Da qualunque parte la giri, ti sorprende". Con la proposta di scori paesaggistici della Valle che vogliono rappresentare un piccolo assaggio delle bellezze del territorio Tanto che sulle immagini (tra queste la Sacra di San Michele illuminata e le montagne olimpiche innevate)

campeggia la scritta "e questo è niente".

Il messaggio per scoprire la Valle di Susa parla poi di "paesaggi stupendi, visioni mozzafiato e tanto altro: sport, relax, divertimento, enogastronomia, percorsi storici e culturali, grandi eventi internazionali e ospitalità". E aggiunge: "Per questo, quando credi di aver visto tutto, non hai ancora visto nulla".

Il piano di comunicazione, iniziato il 10 ottobre, prevede una presenza tabellare sulla stampa locale della provincia, e poi affissioni cittadine su metropolitana, bus, edicole, maxi affissioni presso l'aeroporto di Caselle Torinese e distribuzione di cartoline promozionali sul capoluogo piemontese.

Inoltre, la campagna verrà veicolata sull'home page di Turismo Torino e Provincia, www.turismotorino.org, e sul canale Flickr con una gallery sulle eccellenze del territorio.

B.AND.