

Misano non vedo l'ora: lo slogan ideato per l'estate 2021

Turismo - 23 aprile 2021 - 13:23



"**Misano, non vedo l'ora**". Visit Misano, che sintetizza la promozione della destinazione, ha messo a punto, insieme allo staff comunicazione e Paolucci Marketing, lo slogan che da subito raggiungerà la domanda turistica in vista dell'imminente stagione e quindi nel periodo in cui si intensificano richieste di informazioni e prenotazioni. Un lavoro condotto in sinergia con il piano strategico realizzato da JFC per la Fondazione Misano.

Sarà un'attività di comunicazione prevalentemente digitale quella che prende spunto dai commenti che sui social dall'autunno 2020 hanno messo in risalto alcuni stati d'animo, espressioni e anche sentimenti rispetto al tema 'vacanza'.

L'analisi è partita dall'iniziativa Misano è... promossa nel 2020 in pieno lockdown. Si è chiesto ai fan un ricordo e un pensiero sulla destinazione Misano. Arrivarono oltre 400 testimonianze fra foto e testi, alcuni poi utilizzati in un video di ringraziamento. Quello è stato il punto di partenza per analizzare il 'sentiment' su Misano, giunto a sintesi con 'Misano non vedo l'ora'. *"Abbiamo condiviso l'intuizione iniziale del lavoro – dice Luigi Bellettini, Presidente della Fondazione Misano – per valorizzare il dialogo instaurato con i nostri affezionati turisti. E' un tratto distintivo della nostra offerta quello della relazione umana. L'abbiamo ritrovato pienamente nelle analisi compiute. La pandemia ha inevitabilmente accentuato la domanda di vacanza e di una destinazione familiare; le restrizioni sui movimenti imposte incidono su questa attesa. Insieme agli operatori, sia nella comunicazione che nella proposta di vacanza, dovremo essere coerenti con questo messaggio"*.

Nell'analisi è emersa la nostalgia, innanzitutto, il desiderio di tornare presto in vacanza in un luogo familiare. 'Misano, non vedo l'ora' interpreta allora il desiderio rivivere momenti sereni, l'aspettativa per qualcosa che si vuole riaccada. Il mare e la spiaggia sono al centro dell'attesa, ma ci sono anche lo sport e la Riders' Land, l'entroterra col parco naturalistico del Conca e le ciclabili immerse nel verde, la cordialità e la sensazione di sicurezza vissuta la passata stagione

Lo slogan si presta a quindi a tutte le declinazioni dell'offerta turistica e ai target del territorio. Un altro concetto forte espresso da chi non vede l'ora di tornare al mare e a Misano è quello



di 'famiglia allargata' dal sorriso e dall'attenzione all'ospite. " Questa è in effetti l'intonazione di tanti messaggi che riceviamo a commento delle informazioni turistiche, come pure di messaggi più legati alla vita cittadina – **commenta il sindaco Fabrizio Piccioni** - diffusi sui nostri canali digitali. Misano si caratterizza per la fedeltà altissima dei suoi ospiti, peculiarità della Riviera di Rimini che da noi ha numeri ancor più alti. Da qui l'idea di 'Misano, non vedo l'ora' che ha trovato condivisione fra gli operatori, ai quali chiediamo coerenza coi loro messaggi in sinergia con la Fondazione Misano e quindi moltiplicarne la diffusione".