

PROMOZIONE 2010 DELLE OFFERTE TURISTICHE SUL PORTALE DEDICATO **Alpitourworld.com** sceglie **Paesionline.it** per l'adv BANNER, SPONSORIZZAZIONI DI ALCUNE AREE DEL PORTALE E INTEGRAZIONE ALL'INTERNO DEI METAMOTORI

Alpitourworld.com, il sito ufficiale di e-commerce del Gruppo Alpitour, sceglie **Paesionline.it** per la campagna web di promozione per tutto il 2010. Le due società hanno siglato un accordo per la promozione del portale di vendita online AlpitourWorld.com che vende le vacanze di tutti i tour operator del gruppo (Alpitour, **Franco Corosso**, **Karambolla**, **Volando** e **Villaggi Bravo**) oltre che del Tour Operator "Jeans" ideato in esclusiva per il web. La partnership di lungo termine è la conferma che anche in Italia l'advertising online è un elemento imprescindibile per le aziende che operano nell'ambito della promozione del prodotto turistico. La strategia pianificata prevede una campagna basata principalmente sull'utilizzo di banner, una sponsorizzazione in alcune aree del portale Paesionli-



Il sito Alpitourworld.com, il gruppo punta su Paesionline.it per il 2010

ne.it con l'integrazione all'interno dei propri metamotori dell'offerta completa dei tour operator del Gruppo. A completare la pianificazione l'invio di una newsletter mensile dedicata ad Alpitourworld.com

e l'implementazione del prodotto all'interno dei cataloghi viaggi di Paesionline.it. «L'accordo con Paesionline.it - dichiara **Ezio Limonta**, direttore web Gruppo Alpitour World - va ben al di là di una piani-

ficazione pubblicitaria, rappresenta una delle principali attività per il 2010 di brand awareness. Siamo particolarmente contenti dell'accordo raggiunto perché ci assicuriamo la collaborazione di un portale che è diventato negli anni uno dei principali punti di riferimento del turismo online». «Siamo molto felici che un attore così importante del mondo dei viaggi italiano abbia scelto finalmente di puntare in modo così deciso sul web - ha affermato **Emiliano D'Andrea**, A.D. di Paesionline.it -. Offriamo un'audience importante e una disponibilità verso il cliente che arriva fino alla customizzazione del progetto di comunicazione. Credo siano stati questi elementi che ci hanno consentito di ottenere da parte di una azienda come Alpitour una forte credibilità e un forte impegno per tutto il 2010».

VIDEO CHE SOTTOLINEASSE IL VALORE DELL'ASCOLTO IN COMUNICAZIONE

Concluso il contest creativo di Omnicom Expo su Zooppa.it

HA VINTO IL LAVORO "C'È SEMPRE UN PUNTO DI INCONTRO" DI TITABASTA, IN PREMIO UNO SPAZIO ESPOSITIVO DI 16 MQ



Si è da poco concluso il contest **Omnicom Expo** che ha visto impegnata la community di **Zooppa** per due mesi, durante i quali agli utenti è stato chiesto di creare un video che sottolineasse il valore dell'ascolto legato al mondo della co-

municazione e una soluzione di graphic identity che potesse essere adottata per l'edizione di Omnicom Expo del 2011. Una sfida che la community ha colto con entusiasmo e a cui ha risposto con 19 video, 183 grafiche e 28 concept. I premi messi in palio per questo contest sono stati decisamente allettanti specie per i professionisti del settore della comunicazione che fanno parte della community di Zooppa: il migliore spot scelto dal management di Omnicom Expo si è aggiudicato infatti uno spazio espositivo di 16 mq completamente allestito nei tre gior-

ni della fiera, oltre ai numerosi soggiorni messi a disposizione per le altre posizioni in gara. Il contenuto che si è aggiudicato il primo premio assegnato dagli organizzatori della fiera è il video "C'è sempre un punto di incontro" di Titabasta. Nella motivazione ufficiale si sottolinea che "il video è stato premiato per la qualità delle riprese e dei montaggi, per la cura della sceneggiatura e dei costumi. Buona la fotografia e la scelta delle musiche. Il messaggio è semplice, ironico, chiaro e questo conferisce al tutto una forte efficacia comunicativa. Attinenza al tema".