

# IL PIANO DI RILANCIO DEL TERRITORIO VENETO


## Innovazione e sinergie






# OBIETTIVI


## I tre punti principali del piano



Trasmettere  
la bellezza e  
la sicurezza dei  
territori



Comunicare l'intera  
offerta territoriale  
in modo  
innovativo



Fare riferimento a  
diversi target,  
internazionali e  
stranieri



# IL MESSAGGIO DELLA CAMPAGNA

## Declinato in tutti i nostri territori



eneto. The land of Venice.

Colline del Prosecco

SAFE AREA

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



**Veneto**  
The Land of Venice



Venezia

SAFE  
AREA

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



**Veneto**  
*The Land of Venice*





eneto. The land of Venice.



Bassano del Grappa

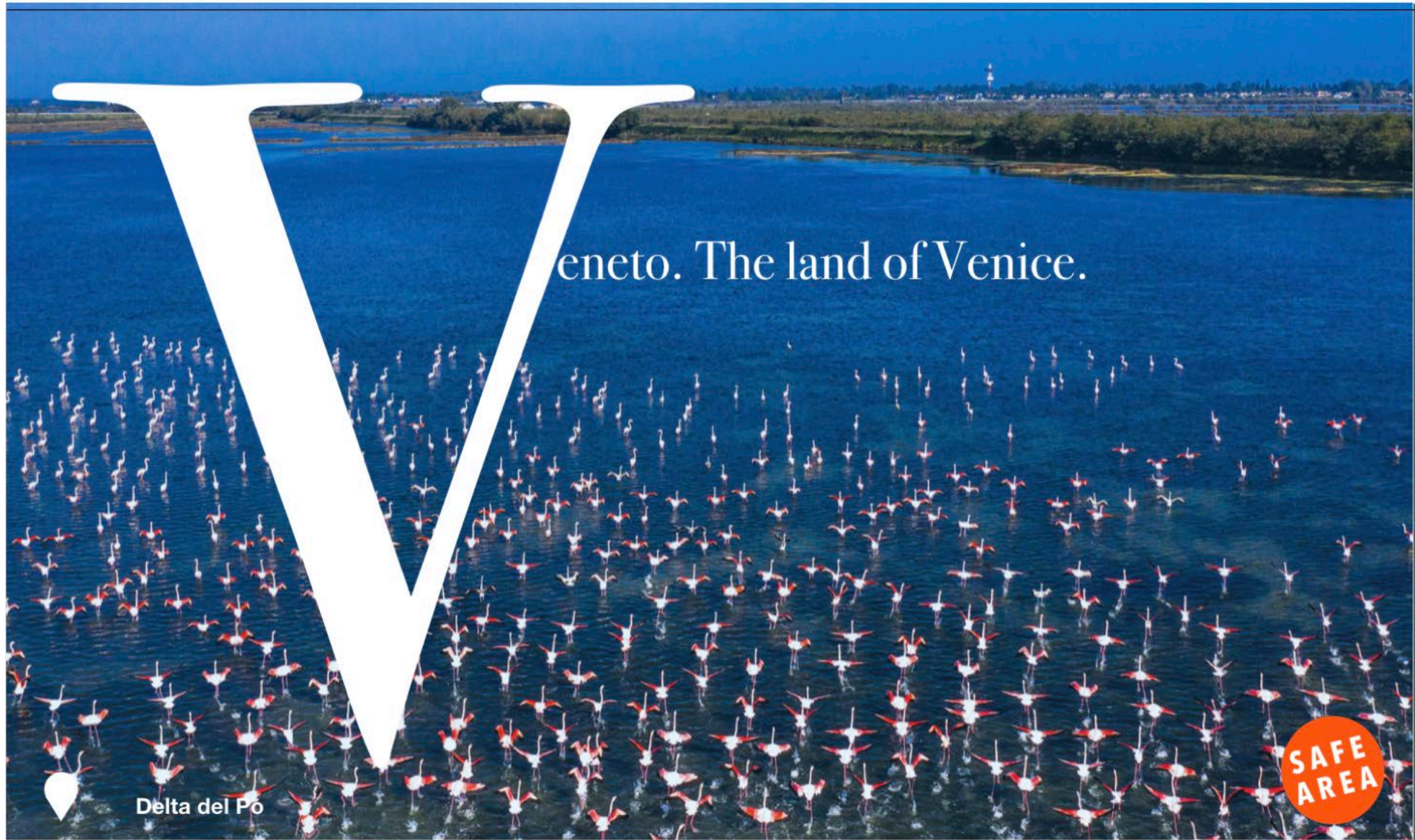
SAFE AREA

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



**Veneto**  
The Land of Venice





eneto. The land of Venice.

Delta del Po

SAFE  
AREA

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



**Veneto**  
*The Land of Venice*





eneto. The land of Venice.

 Bibione

SAFE AREA

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



**Veneto**  
The Land of Venice



# V

eneto. The land of Venice.



Cavallino Treporti



[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



**Veneto**  
The Land of Venice





eneto. The land of Venice.



Tre cime di Lavaredo



[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



**Veneto**  
The Land of Venice



# UN PIANO MARKETING DA 2,3M€

## Tre canali di comunicazione, un solo obiettivo

### CANALI TRADIZIONALI

- Piano stampa nazionale , internazionale
- Piano TV nazionali + locali – Video 20”
- Fiere ed eventi internazionali

### CANALI DIGITALI

- Facebook , Instagram Immagini e Video
- You Tube

### INFLUENCERS MARKETING

- 20 influencers
- 5 percorsi

Decine di milioni di persone raggiunte



# INFLUENCER MARKETING

## Il più grande piano di storytelling internazionale

TOP  
INFLUENCERS

+ 250k followers  
**EXPERIENCE**

MIDDLE INFLUENCER /  
CONTENT CREATORS

20 -100k followers  
**ONE SHOT EXPERIENCE**

UTENTI

**CONCORSO**



### TIPOLOGIA

Gli influencer selezionati si distinguono per:

- lo **stretto legame** che hanno con i loro followers
- la loro **capacità di storytelling e creazione di contenuti.**

### TARGET

Sono diversi per tipologia e target di riferimento:

- abbiamo mescolato tra loro figure eterogenee per **raggiungere target diversi.**



# L'ATTUAZIONE DEL PIANO NEL TERRITORIO

## 5 percorsi, molteplici località

ART,  
CULTURE

FOOD  
AND WINE

SUMMER  
FRIENDS

RELAX

ACTIVE



# LA REALIZZAZIONE DEL PIANO

## Sinergia tra territorio e influencer

**REGIONE → Esperienze locali esclusive:**  
visite guidate, cene prodotti tipici, attività caratteristiche, etc.



**INFLUENCER → Contenuti online:**  
immagini e video sui social media, storytelling a tutto tondo sul territorio

# LE INIZIATIVE

## che coinvolgeranno tutto il territorio ed i cittadini

**OBIETTIVO:**

**RENDERE LE ESPERIENZE  
REPLICABILI DA VENETI E  
TURISTI**

Creazione di mappe digitali  
con l'intero percorso seguito  
dagli influencers

**OBIETTIVO:**

**METTERE IN CONTATTO GLI  
INFLUENCERS  
CON IL TERRITORIO**

Condivisione da parte degli  
influencers di polaroid,  
consumazioni sospese nei  
locali veneti

**OBIETTIVO:**

**COINVOLGERE TUTTI I  
VENETI**

Concorso fotografico: tre  
foto estratte vinceranno  
una delle experience fatta  
dagli influencer




# FORMAZIONE DIGITALE per portare innovazione sul territorio



La Regione Veneto organizzerà delle **SESSIONI DI FORMAZIONE DIGITALE E DI INFLUENCER MARKETING** per tutti gli enti del territorio con l'obiettivo di rendere capillare l'attuazione del piano e portare spinta innovativa.





PER LA PRIMA VOLTA LE  
ATTIVITÀ DEL  
TERRITORIO VERRANNO  
ATTIVATE IN MODO  
SINERGICO IN UN PIANO  
DI INFLUENCER  
MARKETING

---

eneto. The land of Venice.

Colline del Prosecco

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)