

IVG

Alassio, un video promozionale per rilanciare il turismo

di **Redazione**

07 Maggio 2020 - 16:42

IVG.it



Alassio. Con l'amore Alassio ha un legame antico. La leggenda fa risalire le sue origini alla fuga d'amore di una principessa sassone, raggiunta qui, sulle rive del Mar Ligure dal suo amato scudiero; la storia registra il genio visionario dell'indimenticato Mario Berrino che trasformò un muretto anonimo prima nel Muretto dei vip, poi nel Muretto degli Innamorati: il Muretto di Alassio. Alassio città degli Innamorati è da oltre un ventennio un marchio depositato e ogni anno per San Valentino la città tutta viene pervasa da un rinnovato spirito romantico con percorsi e iniziative dedicate...

“Così quando abbiamo dovuto pensare ad un tema con il quale raccontare Alassio, proprio in un momento in cui Alassio non poteva essere veramente vissuta abbiamo pensato ad una storia d'amore, quella di ognuno di noi verso un luogo magico che per il momento non si poteva raggiungere... ma solo per il momento”. Lo dichiara Massimo Parodi, presidente del consiglio comunale di Alassio, con delega alle manifestazioni.

È questa l'idea per il rilancio di Alassio in un frangente in cui, se parlare di una vera e propria riapertura è forse ancora troppo presto, raccontare le bellezze di una località turistica come di un innamorato che attende di riabbracciare la propria amata è quantomai attuale.

“Appena iniziata l'emergenza sanitaria, cioè alla fine di febbraio - spiega Parodi - ho iniziato a pensare, di concerto col vicesindaco Angelo Galtieri, a come poter fronteggiare, con la riapertura delle attività, due problematiche fondamentali per la nostra città: da una parte, il sostegno al settore economico intero cittadino, da un'altra, rilanciare l'immagine della città con un innovativo progetto di comunicazione turistica promozionale ad ampio spettro. Fino ad oggi si è sempre navigato a vista. Ma l'emergenza sanitaria, unita agli eventi alluvionali e alle mareggiate che si sono abbattute sulla città negli ultimi tempi hanno imposto un cambio di passo. Il progetto di Blossom ha permesso di rispondere ad entrambe le necessità. Finanziato con il budget delle manifestazioni e degli eventi annullati a causa dell'emergenza, consente di attivare un sostegno indiretto a tutto il settore economico grazie ad un piano editoriale, ricco di contenuti e diluito nel tempo”.

Nasce così il video che da questa mattina è stato lanciato sui canali social del Comune di Alassio e sul nuovo portale VisitAlassio.

Una voce narrante parla di questa storia d'amore sospesa, ma ancora per poco; che attende con immutato trasporto il momento del ritrovarsi, dello stringersi le mani... Le immagini parlano di una città che nulla ha perso del suo smalto, anzi: gli scorci di una natura incontaminata, le spiagge, il mare, la collina, ma anche i vicoli, i luoghi del ritrovarsi... sono cameo di un film che siamo ansiosi di tornare a vivere.

“Il progetto - continua Parodi -, grazie alla scelta di un partner come Blossom, agenzia creativa indipendente, che vanta clienti importanti sia a livello nazionale che internazionale, quali Campari, Ducati, Bologna FC 1909, Yamaha, Bormio, Puma, le Nazioni Unite, è innovativo e ci dà grandi speranze ed aspettative, se sarà possibile, anche in chiave pluriennale. L'obiettivo sarà riposizionare Alassio sui social, aumentare i cosiddetti followers e il loro rapporto con la città, far conoscere ogni angolo della stessa e le attività che vi si possono svolgere. Quindi spazio a molte immagini di altissima qualità grazie alla disponibilità di molti fotografi cittadini, video e nuove rubriche, studiate pensate e ideate per Alassio”.

“Il video manifesto pubblicato stamani - sottolinea - è la punta di diamante di questa nuova strategia, l'incipit che non resterà isolato: le pagine, Instagram e Facebook, di VisitAlassio mostreranno, con continuità nei giorni a venire, contenuti tematici mirati. Uno più stupefacente dell'altro”.

“Da febbraio ad oggi - conclude Parodi - è stata una vera corsa contro il tempo: per questo voglio ringraziare tutti coloro che si sono impegnati per realizzare questa “new era” della promozione di Alassio. I dirigenti e le ragazze dell'Ufficio Turismo, lo IAT, l'Ufficio Informatica e l'Ufficio Stampa del Comune, lo staff di Blossom, che ha immediatamente compreso le nostre esigenze ed è stato in grado di rispondervi, con una strategia attraente ed efficace. Un grazie di cuore a tutti”.

“Abbiamo voluto intervenire su un metodo di lavoro - aggiunge il vicesindaco Angelo Galtieri - che coinvolgesse lo staff interno del Comune che già aveva svolto uno straordinario lavoro per la realizzazione del portale turistico e per la gestione dei social comunali. Dall'esperienza di Blossom, dalla conoscenza del territorio dello staff alassino, dalle immagini dei fotografi del territorio è scaturito un piano editoriale che per i prossimi mesi si prefigge lo scopo di rilanciare l'immagine di Alassio, per ora, presso il target naturale della nostra tradizione turistica, piemontesi e lombardi, con la prospettiva, man

mano che riapriranno i confini di allargare sempre più la sfera d'azione, ricalibrando il messaggio e magari articolandolo in più lingue. È un progetto che nasce con l'intento di far tesoro delle esperienze e delle risorse materiali e umane, maturate nel corso degli anni, per un rilancio dell'immagine della nostra splendida città”.