

Tour de Pologne e Madonna di Campiglio, un binomio vincente

Tullio Serafini: "La Polonia rappresenta il nostro primo mercato straniero invernale"

Il Tour de Pologne non è solo la più prestigiosa manifestazione sportiva dell'Est Europa ma anche un'ottima piattaforma marketing per realtà europee che attraverso questo evento riescono ad entrare in contatto con il pubblico polacco che segue la manifestazione sulle strade e in televisione grazie alle dirette di TVP1.

E' questo il caso dell'Azienda per il Turismo di Madonna di Campiglio che ha investito nel Lang Team per la promozione turistica in uno dei suoi mercati chiave, la Polonia.

"Il mercato polacco per il nostro territorio rappresenta il primo mercato straniero per la stagione invernale. Il 40% della nostra clientela invernale è straniera. Il 25% della clientela straniera è polacca. Consolidare questo mercato da un lato e rivolgerci sempre più ad una clientela "premium" è per noi un duplice obiettivo; il Tour de Pologne è il mezzo ideale per entrare in contatto con un pubblico ampio e amante dello sport ma anche per azioni di PR di alto livello." Spiega Tullio Serafini, presidente dell'Azienda per il Turismo che assieme al direttore Matteo Bonapace e alla PR Loredana Bonazza hanno incontrato i giornalisti presenti al Tour de Pologne alle terme di Bukovina, sui monti Tatra.

"La collaborazione con il Lang Team e il Trentino è nata anni fa quando la corsa ha fatto tappa a Madonna di Campiglio nel 2013. In quell'occasione ci siamo conosciuti e a distanza di qualche anno ci siamo ritrovati quando Lang l'anno scorso è venuto a Madonna di Campiglio e a Riva del Garda per girare dei video promozionali di grande impatto. Cesare è un uomo assolutamente vulcanico che trasmette una grande energia positiva a chi ha la fortuna di frequentarlo." spiega Serafini.

Durante la serata di incontro con i giornalisti il team di Madonna di Campiglio ha presentato l'offerta turistica del territorio e il significato del nuovo payoff "Where Mountains Meet Humans". La serata è stata anche un'ottima occasione per parlare di bike.

"La visita del team di Madonna di Campiglio ci ha fatto enormemente piacere. E' sempre importante che i nostri partner possano vedere con i loro occhi il Tour de Pologne e il nostro set up per fare vivere agli ospiti e ai tifosi la gara al meglio. Madonna di Campiglio rappresenta un brand premium nel turismo. L'abbinamento con loro è una dimostrazione ulteriore che il Tour de Pologne è una piattaforma importante per chi vuole entrare nel mercato polacco dalla porta principale. Non vediamo l'ora di potere sviluppare progetti comuni per il prosieguo della collaborazione" spiega Agata Lang, vice presidente del Lang Team.