

Ryanair “racconta” le bellezze lombarde ai viaggiatori stranieri

Pubblicato: Giovedì 15 Luglio 2021



Il turismo in Lombardia riprende quota. E lo fa anche grazie a una serie di partnership che la Regione ha stretto con alcune delle più importanti compagnie aeree internazionali. L’ultima, in ordine di tempo, è quella con il vettore irlandese **Ryanair**.

Parte proprio in questi giorni una campagna di comunicazione, che proseguirà sino alla fine della terza settimana di agosto, per rafforzare il posizionamento internazionale della destinazione Lombardia, in particolare per attrarre turisti sulle tratte dal Regno Unito, dalla Germania e dalla Polonia.

“Il turismo – dice **Lara Magoni**, assessore regionale al Turismo, Marketing Territoriale e Moda – sta cambiando e dopo la pandemia i servizi e le offerte digitali saranno ancora più importanti che in passato. La multicanalità nella comunicazione e la collaborazione con i vettori sono esperienze innovative che stanno portando risultati positivi e che sono certa diventeranno punti fissi delle strategie di promozione del futuro, anche visto il grande peso che il PNRR darà a innovazione e digitalizzazione. In tal senso, la collaborazione con le compagnie aeree e gli aeroporti è fondamentale per intercettare i visitatori: basti pensare che in Lombardia il 60% delle presenze è dato dal turismo internazionale”.

La campagna coinvolgerà i principali canali digitali in un’ottica multicanale con **l’obiettivo di trasformare le intenzioni di viaggio in prenotazioni**.

Ryanair metterà a disposizione i propri social media per far conoscere la Lombardia e far sì che le persone condividano le informazioni sui vari social media. I

noltre, sulla piattaforma ‘Try Somewhere New’ di Ryanair saranno pubblicati **articoli e contenuti per valorizzare le destinazioni lombarde**. Previsto anche un concorso da promuovere sulle stazioni radio del Regno Unito. Saranno messi in palio biglietti Ryanair per vincere voli Ryanair per raggiungere Milano Bergamo o Malpensa. Coinvolgimento anche degli influencer, con la condivisione di esperienze e luoghi da esplorare nella regione. E ancora: sul sito ryanair.com, il primo al mondo per traffico con 1,1 miliardi di visitatori unici al mese, saranno inseriti dei banner promozionali, immagini, testi e loghi per promuovere la destinazione Lombardia, anche con tariffe speciali sui biglietti. La Lombardia apparirà anche sul banner in homepage dell’APP Ryanair, oltre a una email della compagnia irlandese dedicata alla Lombardia, con l’invio di suggestioni sulle principali eccellenze da visitare ed esperienze da vivere sul territorio. Infine, l’iniziativa ‘Ryanair Abandoned Basket’: mirata ai clienti che hanno effettuato una ricerca sul sito web sulla Lombardia, senza poi effettuare alcuna prenotazione. Le azioni previste, un paio di email e una notifica push, hanno dimostrato un alto tasso di conversione.

Chiara Ravara, Head of Sales and Marketing di Ryanair: “Ryanair e Regione Lombardia – sottolinea Chiara Ravara, Head of Sales and Marketing di Ryanair – hanno condotto una campagna congiunta di grande successo già nel 2019 che ha portato ad un incremento considerevole di prenotazioni verso la regione. E quest’anno vogliamo rinnovare la nostra collaborazione con l’obiettivo di dare un nuovo impulso alla ripresa del turismo e del traffico in Lombardia, dove abbiamo due importanti hub del nostro network, Milano Bergamo e Milano Malpensa”. Una collaborazione, quella tra Lombardia e Ryanair, che, come ha ricordato Chiara Ravara, ha già funzionato: il primo esperimento, tra novembre e dicembre 2019, ha prodotto una crescita delle prenotazioni da Londra Stansted a Milano Bergamo del

26% rispetto all'anno precedente. **La rotta su Milano Malpensa ha raggiunto addirittura una crescita del 43% per lo stesso periodo.** Oltre 3.000 prenotazioni dirette sono state generate dai canali dedicati, mentre la visibilità sui social media ha visto 3.8 milioni di impression e una total reach di 2.4 milioni di contatti.

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it