

NEWS

 ■ **Creatività & Marketing** | Gare
 21/11/2012

RACCOMANDA



Bit 2013, gara a quattro per uno spot virale

Sei un Architetto?

Molti Clienti della tua Città Ti stanno cercando. Fatti trovare.

Professionisti.it/Architetti

Scegli Tu! ▶

L'interesse del grande pubblico per la Borsa internazionale del turismo 2013 dovrà germogliare online già dai prossimi giorni per riversarsi, il 16 e il 17 febbraio, presso la Fiera di Milano (i primi due giorni saranno dedicati solo agli addetti ai lavori). È quanto afferma Emanuela Forlin, exhibition manager: "Entro la prossima settimana sapremo chi delle quattro agenzie in gara si aggiudicherà l'incarico di produrre un video da diffondere sul web e il cui obiettivo sarà coinvolgere l'utenza. Per questa edizione abbiamo puntato molto sul digital, che assorbe un terzo del budget complessivo, pari a circa 300 mila euro". L'agenzia Iaki ha invece firmato la campagna social che trasforma in un gioco l'attesa per la Bit. Sarà disponibile da domani 'Che viaggiatore sei?', il gioco-quiz di Facebook ideato da Iaki per coinvolgere i visitatori di Bit 2013 in modo innovativo. La matita di Marco D'Ambrosio, in arte Makkox, che disegna anche per Internazionale, Il Post e Liberazione, ha illustrato le 300 notizie-curiosità (come la "La torre Eiffel è 15 cm più alta d'estate" o "In cima all'Everest c'è copertura 3G"). L'utente deve sceglierne alcune per poi passare alla scoperta virtuale di quattro percorsi: Natura, Avventura, Cultura e Gusto. Durante la manifestazione l'app si trasformerà in una vera e propria guida mobile che usa i dati raccolti precedentemente per suggerire percorsi di visita personalizzati. "Tra i viaggiatori che, con 30 mila presenze, hanno visitato Bit 2012, il 72% utilizza internet, social network e forum e il 23% è protagonista di un passaparola attivo: la pagina Facebook di Bit conta oltre 6 mila utenti - spiega Emanuela Forlin, exhibition manager - "Anche quest'anno comunichiamo le due anime complementari della manifestazione: una consumer, l'altra trade". Il coinvolgimento di quest'ultima ha preso il via a luglio con una campagna internazionale il cui claim è 'Ogni stretta di mano fa crescere il tuo business'. "A ridosso della fiera partirà anche la campagna above the line per il grande pubblico. Questa volta il pay off è 'The new way to exhiBit'. Per il secondo anno consecutivo l'intero progetto di comunicazione è affidato a Expansion Group, l'agenzia guidata da Giorgio Piccioni, mentre la pianificazione è curata da Fiera Milano.

