

[http://www.mediakey.tv/index.php?id=leggi-news&tx_ttnews\[tt_news\]=6589&tx_ttnews\[backPid\]=69&cHash=2775f78ead](http://www.mediakey.tv/index.php?id=leggi-news&tx_ttnews[tt_news]=6589&tx_ttnews[backPid]=69&cHash=2775f78ead)

Sono aperte le iscrizioni.

Quest'anno concorrono anche le campagne integrate, gli eventi, il packaging e il direct marketing.

Press&Outdoor KeyAward

Cerca:

DATABASE OPERATORI VIDEO IN EVIDENZA: Produzioni 2008 Prodotti per i professionisti Showreel Cannes 2008 Spot online



24 febbraio 2009

Bibione. La formula contro la crisi

Categoria: Comunicazione



Bibione, la prima località balneare del Veneto per numero di presenze - 6 milioni nello scorso 2008 - ha adottato una formula di contrasto alla crisi nel settore del turismo. Innovazione nell'offerta e nella ricettività, sviluppo di progetti di comunicazione ed intrattenimento e una grande capacità di anticipare ed interpretare le esigenze del mercato hanno portato Bibione ad ottenere un successo sempre maggiore.

Innanzitutto, il concorso "VINCIBIBIONE2009", veicolato attraverso il catalogo 2009 ed il sito internet, dà la possibilità a tutti di partecipare e aggiudicarsi una delle 10 fantastiche vacanze di una settimana per 4 persone.

Oltre al concorso, Bibione vanta un vero e proprio fiore all'occhiello nella sua strategia di comunicazione integrata: il portale www.bibione.com.

L'idea di fondo, infatti, è di presentare ai clienti in modo diretto l'offerta complessiva, assieme all'informazione costante sul territorio. Il punto di forza è sicuramente il codice deontologico condiviso da tutti gli attori, che consente di presentare un'offerta sempre chiara, completa e aggiornata.

Un investimento reso possibile dall'accorpamento degli operatori bibionesi, che ha visto così registrare 3 milioni di contatti solo nel 2008. Bibione è riuscita a creare stabili rapporti di fiducia con i propri clienti, offrendo loro disposizione un valido strumento di informazione e di relazione. Vero e proprio valore aggiunto.

Il caso di eccellenza www.bibione.com è stato il tema del TFP Summit - Turismo Formazione e Professioni - tenutosi a Milano lo scorso 19 febbraio. Una case history di successo nel panorama italiano della promozione e del marketing territoriale.

Bibione infatti si posiziona in controtendenza rispetto alle altre località turistiche, dedicando grande attenzione e considerevoli investimenti nella comunicazione on-line, oggi mezzo sempre più accreditato tra chi vuole informarsi e decidere delle proprie vacanze.

8 km di sabbia dorata, il mare più pulito, una spiaggia per prendere il sole, nuotare, giocare, fare sport, i migliori alberghi, residence, camping e villaggi turistici immersi nel verde, ad un passo dalle bellezze del Veneto. Scoprire Bibione significa conoscere tutto ciò che rende unica una vacanza in questa località di mare che ha fatto dell'eccellenza e della qualità il comune denominatore della propria offerta turistica: il mare ed il litorale hanno, infatti, ottenuto 17 Bandiere Blu (di cui 13 consecutive dal 1996 al 2008) e la certificazione ambientale EMAS. Bibione è infatti il primo polo turistico in Europa che si è dotato del Sistema di Gestione Ambientale applicato al territorio, il rigido regolamento per il turismo sostenibile applicato in Europa.

Marinella Schillirò
TEND
Marketing e Comunicazione
[schilliro\(at\)tend.it](mailto:schilliro(at)tend.it)

« Anna Rita N amplia la propria... L'Università Statale di Milano... »
<- Indietro a: News

Il gruppo
Mediakey

News

Newsletter

Le testate

Gli operatori

Gli eventi

Per abbonarsi

Contatti

Job opportunities

Archivi

Area Riservata