

Lonely Planet

per



COMUNE DI
FIRENZE

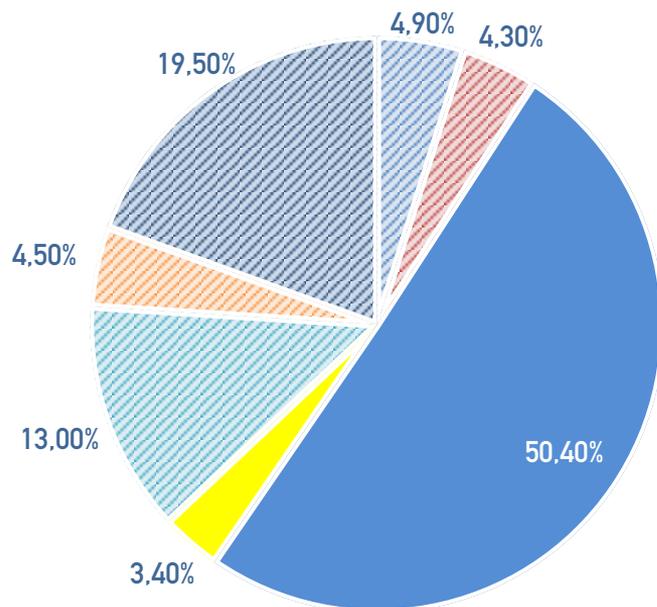


Lonely Planet

Lonely Planet dal 1973 ispira e consiglia i viaggiatori indipendenti di tutto il mondo con l'idea di fondo che viaggiare è un'attività fondamentale che ci aiuta ad avere consapevolezza del mondo in cui viviamo.

Da oltre 30 anni EDT pubblica le Lonely Planet in italiano e oggi il suo catalogo conta più di 270 titoli compresi i libri fotografici e i frasari dedicati alle lingue del mondo.

Lonely Planet in Italia



- Mondadori Electa
- Rough Guides - Feltrinelli
- Lonely Planet - EDT
- Marco Polo - EDT
- Touring Club
- White Star - National Geo.
- Others

Una guida su due è Lonely Planet

Un rapporto di fiducia che si rinnova da oltre 28 anni



Indipendenti

Autorevoli

Aggiornati

Non convenzionali

=

Fiducia

Una community di appassionati

Chi sceglie Lonely Planet sceglie uno stile di vita, infatti Lonely Planet non è solo un trademark, ma un lovemark, un marchio che crea lealtà e fiducia nei suoi consumatori.

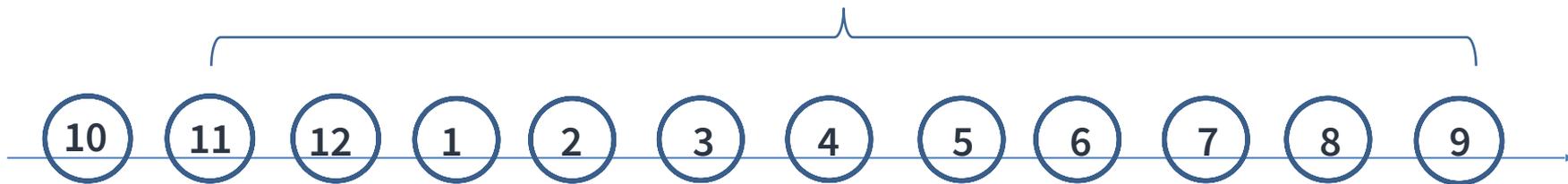
Ogni giorno centinaia di lettori ci scrivono via mail, ci contattano tramite i social media, condividono con Lonely Planet fotografie e storie dei loro viaggi, si confrontano con noi e tra loro attraverso i nostri canali.



2020/2021

BEST IN TRAVEL
2021

un anno di campagna



Lancio BIT 2021 - 27 ottobre ore 23

- comunicazione stampa,
- contenuti native,
- social campaign,
- evento.

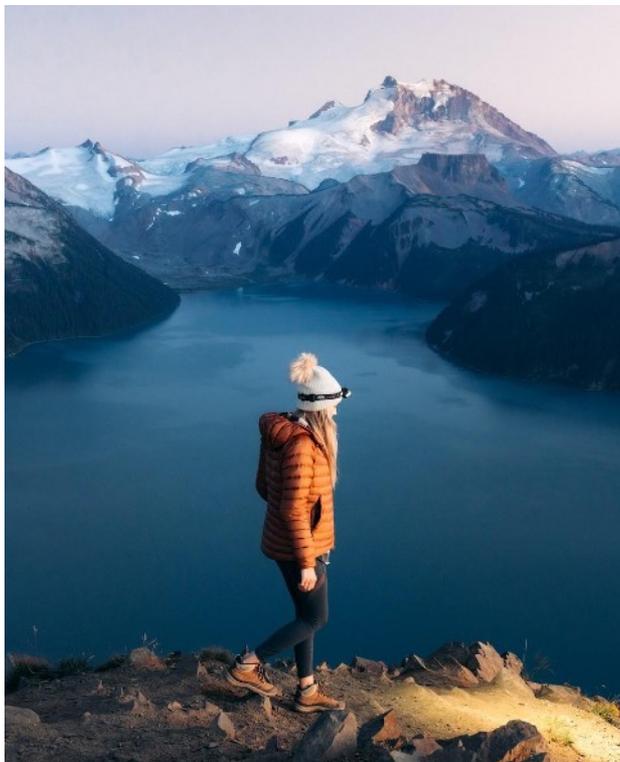


BEST IN TRAVEL 2021



Non abbiamo mai vissuto un anno come questo.

Mentre il pianeta cerca di ripartire e di trovare nuovi modi per viaggiare in sicurezza, Lonely Planet ha scelto di premiare le nuove idee di viaggio in un mondo che è cambiato.



Best in Travel 2020: key results

Best in Travel è la nostra campagna di comunicazione globale più importante per un semplice motivo: attira l'attenzione in tutto il modo.

- Copertura media nazionale e internazionale con più di 5.800 contenuti,
- Una reach di oltre due miliardi di persone in tutto il mondo *
- selezione rassegna stampa Italia, <https://drive.google.com/drive/folders/1XE6AYZQ-Plj7pc3RNmc9WVradMQ-WV9l?usp=sharing>

*Dati elaborati da Precise, Cision e Meltwater.



**Abbiamo cambiato
la classifica di
viaggio più famosa
al mondo.**

Abbiamo scelto impegnarci su un nuovo concetto di viaggio, dando visibilità a itinerari intelligenti, tour operator solidali e tutte le migliori esperienze per ogni tipo di viaggiatore.

Le tre nuove categorie:

Comunità

Una celebrazione delle comunità più attive in giro per il mondo che lavorano per preservare i propri valori.

Diversità

Le storie di successo più importanti di persone e luoghi che hanno promosso i valori di diversità e inclusione.

Sostenibilità

Le migliori attività, tour operator, personalità e destinazioni che hanno reso la sostenibilità una realtà per ogni tipo di viaggiatore.

COMPLIMENTI FIRENZE (Italia)

BEST IN TRAVEL
2021

Unica città presente in Best in Travel 2021 in 2 categorie:

- COMUNITÀ: [Girl in Florence](#)

Il blog di Georgette Jupe [Girl in Florence](#) offre ai viaggiatori un legame più profondo con la città più importante d'Italia dal punto di vista culturale, vista attraverso gli occhi di artisti e artigiani locali, negozi indipendenti e residenti stranieri.

- SOSTENIBILITÀ: [Le vie di Dante](#)

Percorso spirituale sulle orme del Sommo Poeta, il Cammino di Dante è un magnifico esempio di slow travel che si snoda dalla sua tomba a Ravenna alla sua casa natale a Firenze.



Opportunità per la destinazione partner:

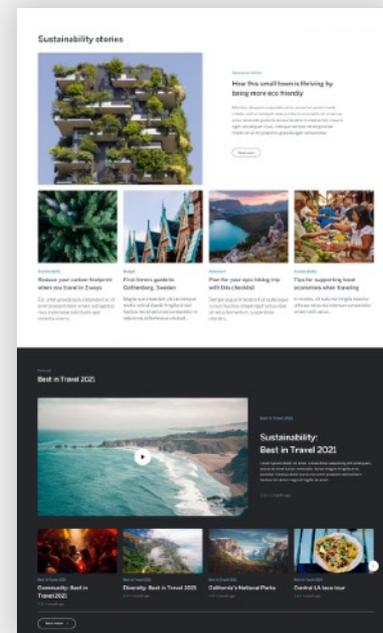
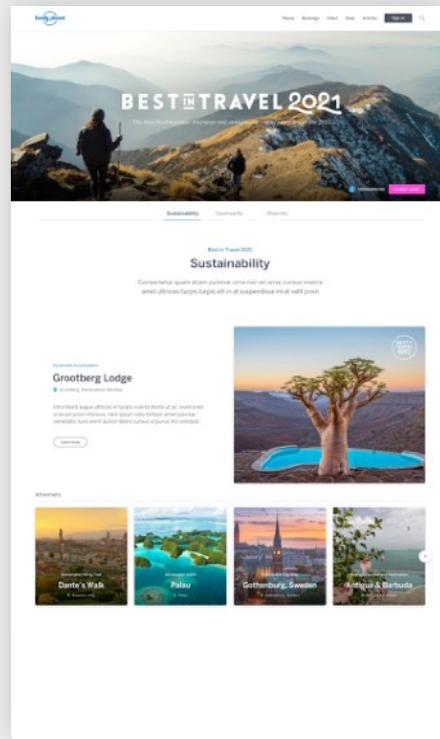
- Sponsorizzazione destination page
- Articoli native dedicati
- Display advertising
- Social media campaign
- Contest
- Press e blog tour
- Custom publishing (print e digital)
- Events



‘Best in Travel’ hub

Il mini-sito dedicato ha il ruolo di “hub” del progetto e mostra i vincitori e i motivi che hanno loro permesso di ottenere questo straordinario risultato, ma anche video, articoli e molto altro. La nuova versione dell’hub verrà pubblicata in contemporanea con il lancio della campagna, previsto per il 27 ottobre 2020.

Partendo dall’hub, gli utenti potranno scoprire di più sui premiati e accedere ai contenuti personalizzati creati da Lonely Planet.



Opportunità per il partner:

- è la classifica di viaggio più attesa al mondo,
- nuovo format, che si adatta ai mutati scenari in ambito turistico, con un forte fattore valoriale,
- questa edizione sarà esclusivamente digitale, chiunque vorrà leggerla dovrà collegarsi al sito dove saranno presenti i contenuti del partner,
- solo in Italia lo scorso anno il progetto ha avuto una copertura media di 278 pezzi raggiungendo 18 milioni di persone con media value di 588.000 €,
- traffico sul sito italiano 240.000 pagine viste.
- sull'hub dedicato il partner sarà presente con i propri contenuti fino ad ottobre 2021 (= 1 anno di campagna). Gli articoli dedicati alla destinazione restano invece presenti sul sito di Lonely Planet Italia per sempre, anche dopo la fine del periodo di campagna.

Eventi di lancio: abbiamo ipotizzato due diversi momenti

1) 27 ottobre 2020 dalle ore 20.

Ravenna, Mercato Coperto (<https://mercatocopertodiravenna.it/>)

Concept: gli ospiti (principalmente rappresentanti delle destinazioni premiate, stampa e influencer travel, food & lifestyle) verranno invitati a una degustare una cena di prodotti del territorio. Alle 23, orario di scadenza dell'embargo a livello globale, ci sarà un momento di presentazione delle classifiche, con intervento da parte delle destinazione premiate e dei partner del progetto.

2) 28 ottobre 2020 dalle ore 12.

Firenze, location tbc (Salone dei Cinquecento?), coinvolgimento delle istituzioni, stampa e professionals.

Visibilità per il partner:

- Presenza di un rappresentante della destinazione in qualità di relatore nel corso di ambo momenti,
- Possibilità di proiezione video e distribuzione agli ospiti presenti di materiale promozionale dedicato.

Proposta di visibilità:

Spingere i viaggiatori italiani a visitare Firenze in qualunque periodo dell'anno creando una narrazione che insista su temi concertati con il partner.

A titolo esemplificativo:

- > parchi e giardini,
- > turismo sostenibile e responsabile (#EnjoyRespectFirenze),
- > il turismo per famiglie,
- > arte e cultura (Firenzecard),
- > percorsi in bicicletta,
- > enogastronomia,
- > tradizioni e artigianato locale.

BEST IN TRAVEL
2021



**Direct email
marketing e digital
Advertising**



Microsite



**Social media
coverage**

Proposta di visibilità: mercato Italia

Il piano di comunicazione messo a disposizione della destinazione comprende:

- sviluppo di un articolo native dedicato long form (6.000 battute spazi inclusi) con contenuti concertati con il partner, inserito nell'hub dedicato come contenuto correlato,
- possibilità di embeddare video e contributi fotografici forniti dalla destinazione,
- ADV in domination sul native inclusa (formati 300x250 - 728x90). L'utente che leggerà il native dedicato all'Australia, visualizzerà nel periodo di campagna, solo display adv della destinazione,
- lancio del native attraverso una DEM dedicata (70.000 utenti attivi),
- lancio del native attraverso un social pack dedicato (1 post Facebook, 1 post Twitter, 1 post IG in feed e 4 IG Stories)
- sottotitolazione del video dedicato in italiano,
- presenza con uno speech + visibilità agli eventi di lancio di ottobre 2020.

Inoltre l'hub dedicato a Best in Travel 2021 beneficerà del lancio editoriale dedicato al progetto: 1 DEM e un social pack per ciascuna categoria (Comunità, Diversità e Sostenibilità), attività di ufficio stampa, coinvolgimento media e influencer.

Posizionamento nell'hub dedicato

Soraya Abdel-Hadi

Through her Soraya.earth blog and Instagram, Soraya Abdel-Hadi is tackling a question that has been on the minds of all eco-conscious travelers: how do I combine a love of travel with a desire to protect the Earth? For her, honesty is the best place to start.

"If you choose to do any sort of travel, there will be a footprint," says Soraya. To reduce its size, she encourages people to compromise and look at every part of their trip: how they travel, where they stay, even what destination they choose. But the most important aspects are the choices they make after they've arrived: do they choose local providers? Are they conscious about their social media posts?

"Take a very mindful approach to every decision you make, and that includes your storytelling: whose stories you tell and how you tell them," she says. "Sustainable travel is not just about how you get

Related Places

Namibia

Related Stories

How this small town is thriving by being more eco-friendly

How this small town is thriving by being more eco-friendly

How this small town is thriving by being more eco-friendly

native | articolo correlato

Posizionamento nell'hub dedicato dettaglio vincitore native | articolo correlato

Valorizzazione : 10,000 € + IVA

GRAZIE

Lonely Planet Italia | EDT srl

Via Pianeza 17, 10149 Torino

www.lonelyplanetitalia.it

www.ulissefest.it

Eleonora Bianco

e.bianco@edt.it | +39 338 4444238