

Airbnb lancia campagna per sostenere #EnjoyRespectVenezia

notizia pubblicata 12 Luglio 2018 alle ore 12:10 nella categoria Turismo Video



Airbnb si schiera a fianco del Comune di Venezia nella sensibilizzazione dei viaggiatori al rispetto per la città lagunare attraverso la campagna animata 'Live like a local in Venice', in cui due personaggi, Mister Venezia e il gatto Lionardo, guideranno il pubblico alla scoperta degli usi e costumi più comuni da conoscere per muoversi con criterio nelle calli e canali.

La campagna di Airbnb è pensata per aiutare a diffondere il messaggio di #EnjoyRespectVenezia sia presso i viaggiatori già in possesso di una prenotazione su Venezia, sia coloro che stanno prendendo in considerazione Venezia come meta, magari informandosi sui social.

I contenuti sono stati selezionati con il contributo dei membri della community di host veneziana e sottoposti per conoscenza alle autorità locali (Comune e Gruppo Veritas).

Si va da un invito a scoprire aree meno conosciute di Venezia, ad aiuti concreti per muoversi fra ponti, calli e imbarcaderi, godendosi le bellezze della città però senza essere d'intralcio ai residenti e agli altri visitatori e rispettandone le fragilità. Una speciale attenzione è stata riservata alla corretta gestione sestiere per sestiere della raccolta differenziata, ai suoi orari così come disponibili da Scoasse, l'applicazione per smartphone sviluppata da Gruppo Veritas.

'Live like a local in Venice' prevede numerosi formati:

Video: un cortometraggio animato, realizzato sia in 2 diverse lingue e sottotitolato in 10, che sarà

disponibile su Facebook, YouTube e Twitter e inviato a tutti i guest Airbnb che hanno effettuato una prenotazione per Venezia nei mesi a venire;

Mail: la comunicazione dedicata a tutti gli ospiti prenotati in arrivo (sono oltre 40.000 i primi guest che saranno raggiunti nei prossimi giorni) presenterà l'iniziativa e inviterà a guardare il video. Lo scorso anno sono state 470.000 le persone che hanno visitato Venezia soggiornando con Airbnb.

Clip: pillole video di breve durata con singoli consigli che saranno diffuse sui social.

Cartoline: pensate per gli host, sono dei poster con i consigli per gli ospiti, da stampare e appendere in casa. Sono disponibili in 10 lingue (italiano, inglese, francese, tedesco, spagnolo, portoghese, russo, cinese, coreano, giapponese).

Print: per il lancio della campagna sono previste anche delle pagine pubblicitarie sui quotidiani.