



Lust auf Italien

Grayling Austria begleitet die PR- und Marketing-Kampagne der Italienischen Zentrale für Tourismus (ENIT).

WIEN. Die Italienische Zentrale für Tourismus, ENIT, ist für die touristische Bewerbung der Reisedestination Italien im Ausland verantwortlich. Für die Bereiche Werbung, On- und Offlinekommunikation sowie Digitalmarketing suchte die Wiener Repräsentanz der ENIT per Ausschreibung eine Fullservice-Agentur in Österreich.

Grayling Austria überzeugte mit einem integrierten Kommunikationskonzept und ist bereits im Juni – also zeitgleich mit der Öffnung der italienischen Grenzen – mit der strategischen Planung und Umsetzung einer Italkampagne gestartet.

Kampagne mit viel ‚dolce vita‘
Gemeinsam mit dem ENIT-Büro in Wien, einem von 28 internationalen Auslandsbüros neben der Generaldirektion in Rom, setzt Grayling in den kommenden Monaten eine digitale Marketingkampagne unter dem Hashtag #reisenachitalien um, mit gut akkordierten Maßnahmen in den Bereichen Video, Social Media, Influencer-Marketing sowie Digital Native Advertising.

„Wir möchten gerade jetzt mit unserer Kampagne auf noch



© ENIT/Grayling/Praxler

unbekanntere, italienische Orte abseits ausgetretener Touristenpfade aufmerksam machen und die Sehnsucht dafür wecken. Grayling hat mit einem passenden Kommunikationskonzept ins Schwarze getroffen und uns überzeugt“, sagt Andrea Colonnelli, Leiter ENIT Wien, über die neue Zusammenarbeit.

Italophiles Team

Andrea Colonnelli, Martha Kammerer (beide ENIT Wien), Sigrid Krupica und Günter Schiester (beide Grayling).

„Wir freuen uns sehr über die neue Zusammenarbeit mit ENIT, die unsere Tourismus-Expertise um eine Facette reicher macht“, freut sich Grayling-CEO Sigrid Krupica und verrät: „Eines können wir schon jetzt sagen: Selten hatte unsere Arbeit so viel mit Urlaub und ‚dolce vita‘ zu tun.“
(red/ls)