



28 ottobre 2020

Outdoor Magazine

www.outdoormag.sport-press.it



HOME MARKET PEOPLE SPORT EVENTI PRODOTTI BEST OF THE DAY IL MAGAZINE



GRANDE SUCCESSO PER LA CAMPAGNA #OUTDOORITALIA DI IOG

OUTDOOR MAGAZINE / GRANDE SUC...

In questo articolo si parla di:

ASSOSPORT





28 Ottobre 2020

È durata **tutta l'estate** la **campagna digital #OUTDOORITALIA**, lanciata dall'Italian Outdoor Group di **Assosport**, l'associazione che raggruppa i migliori marchi dell'outdoor italiano per promuovere i territori naturalistici del Belpaese. L'obiettivo dell'iniziativa, che si è conclusa oggi, era quello di valorizzare l'ampia varietà paesaggistica di cui gode, con le immagini dei luoghi o direttamente attraverso la voce delle persone che vi operano. I numeri del successo riportano **più un milione di impression dal sito e dai canali social**, oltre 24.000 like e più di 40.000 interazioni per 166 post pubblicati.

Al momento del lancio a giugno, l'estate si prospettava critica per il settore del turismo, così l'IOG è **voluta andare in soccorso di singole o piccole realtà**, che rischiavano di essere dimenticate, con un supporto a distanza sull'online. Sono stati coinvolti i protagonisti di strutture che ogni giorno regalano esperienze uniche come professionisti, guide alpine, gestori di rifugi, consorzi, enti di promozione, atleti e brand ambassador, che hanno promosso e sostenuto il turismo e la pratica delle attività all'aria aperta insieme a 14 brand associati. IOG **ha dato voce a chi** in montagna, collina, mare o lago **offriva un'esperienza di pratica outdoor** attraverso la propria attività, promuovendola e dandole visibilità con fotografie dal grande impatto visivo e brevi racconti della loro storia.

Per l'occasione sono stati creati non solo un **sito specifico dedicato**, ma anche profili social su **Facebook** e **Instagram** e un canale **YouTube** che permettessero la promozione online. A questi si sono aggiunti i post pubblicati periodicamente anche dai marchi outdoor che hanno partecipato all'iniziativa, contribuendo così a dare una maggiore visibilità alla campagna.