



15 marzo 2021
The Pill Magazine
www.thepillmagazine.com

THE PILL

FEATURES

NEWS

REVIEWS

MAGAZINE

STORE

CERCA

ENGLISH

IOG è pronta a comunicare l'outdoor

Le migliori aziende italiane rafforzano la comunicazione dei loro valori e della cultura outdoor attraverso i canali digitali dell'associazione.



Sito internet, canali social Facebook, Instagram e LinkedIn, integrati da una newsletter con distribuzione pianificata diretta ai negozianti specializzati e in prospettiva al consumatore finale. Italian Outdoor Group, l'associazione che nell'ambito di **Assosport** raccoglie i migliori brand italiani dell'outdoor, preme sull'acceleratore della comunicazione mediante la propria piattaforma digitale. Al via in questi giorni un intenso programma di comunicazione **B2B** e **B2C** con la partecipazione attiva di 12 fra i principali brand del settore e con il supporto di un'agenzia specializzata.

L'obiettivo è duplice: da un lato comunicare notizie brand e novità di prodotto alla distribuzione specializzata e dall'altro sensibilizzare l'ampio pubblico degli appassionati sulla cultura dell'outdoor, in un momento in cui il desiderio di vivere esperienze sportive o ricreative a contatto con la natura sembra essere in crescita esponenziale.

Sono attualmente 12 i brand che hanno aderito al programma di comunicazione definito per il 2021, espressione delle diverse categorie merceologiche outdoor e in grado di offrire una panoramica di informazioni molto ampia, destinata a stimolare l'interesse sia della distribuzione che dell'utilizzatore finale per la qualità dei contenuti proposti.

"Dopo il successo della campagna Outdoor Italia, lanciata lo scorso anno a supporto degli operatori outdoor colpiti dagli effetti della pandemia che ha segnato il lancio della piattaforma, abbiamo voluto dare continuità al dialogo creatosi con i molti appassionati outdoor che hanno avuto modo di iniziare a seguire Italian Outdoor Group sui social, dimostrando di apprezzare i contenuti di qualità proposti dalle aziende associate" ha dichiarato Gunther Acherer, **Presidente IOG**.



“Costruire per IOG un’identità forte e riconoscibile, capace di generare ispirazione e coinvolgimento in un pubblico di appassionati in costante crescita, per supportare il lavoro della distribuzione e diffondere nel nostro paese la cultura dell’attività sportiva e ricreativa a contatto con la natura. E’ questo lo scopo principale che si prefigge l’associazione nell’affrontare la sfida della comunicazione mediante un proprio sistema integrato gestito in forma diretta con l’utilizzo dei moderni strumenti digitali” ha specificato **Vittorio Forato**, marketing manager **AKU** e responsabile IOG per le attività di comunicazione. *“Non solo però presentazione delle novità di prodotto o delle tante attività sul campo realizzate dalle maggiori aziende dell’outdoor, ma anche un impegno comune dei brand in termini prospettici, immaginando la possibilità di grandi campagne a tema dirette a stimolare nel pubblico e anche nelle istituzioni una sempre maggior consapevolezza sull’importanza del rapporto uomo-natura, come uno dei presupposti fondamentali per il benessere e la crescita sociale”* ha continuato Forato, ricordando che proprio la promozione della cultura dell’outdoor è uno dei principi sui quali si basa l’associazione e sul quale è chiamata quindi responsabilmente ad impegnarsi.