

COMUNICATO STAMPA

Jesolo, 26 maggio 2020

Jesolo, una nuova immagine per ripartire

Presentati in conferenza stampa la nuova brand identity, il portale jesolo.it e il video clip *Here comes the sun*

Si è svolta questa mattina a Jesolo, presso la Sala Tiepolo 1 del **Kursaal Congress Center** e in **diretta sui canali social** della città, la conferenza stampa in cui è stato presentato il lavoro svolto in questi mesi per il rilancio della comunicazione e della promozione turistica di Jesolo.

Un lavoro curato dalla **RTI di Destination Design** composta da Itur, Ideazione e Studiowiki, iniziato nel gennaio scorso e proseguito durante la fase di *lockdown*. Una presentazione che oggi ancora di più ha il sapore del rilancio per una località che ogni anno vanta oltre 5 milioni e mezzo di presenze.

Ha aperto i lavori il **Sindaco di Jesolo Valerio Zoggia**: “Jesolo riparte dopo questi mesi di riposo forzato con nuovo slancio e uno sguardo che è già proiettato al futuro. La nuova brand e il nuovo portale della destinazione turistica sono la risposta alla necessità di ripartenza, di un cambiamento dopo il lungo periodo di pausa. Di fatto partiamo dalla creazione di una nuova identità grafica per aprire una nuova fase della promozione turistica della città, delle sue peculiarità, dei suoi punti di forza. Se l’esperienza recente ci ha insegnato qualcosa è la necessità, ora più che mai, di puntare a una differenziazione dell’offerta turistica che valorizzi tutti gli aspetti della destinazione che l’ospite può fruire. La nuova brand con il suo logo e il portale online, un mondo digitale in cui il turista può immergersi per scoprire cosa Jesolo è in grado di offrire a 360°, diventano l’anno zero del futuro turistico della città. Da qui si parte per costruire gli anni a venire”.

HERE COMES THE SUN: IL VIDEOCLIP

È stato presentato il **video clip** che chiude la campagna ***Here comes the sun***. Il video è stato realizzato attraverso il montaggio di materiale d’archivio raccolto dalle principali cineteche italiane (**Istituto Luce di Roma, Home Movies-Archivio Nazionale del Film di Famiglia di Bologna, Cineteca veneta**) e dai cittadini (**Giuseppe Artesi e Luca Mosetti**) in questi due mesi, accompagnato dalle note della canzone dei Beatles reinterpretata da alcuni gruppi di musicisti del territorio.

Here comes the sun è stata una campagna virale che ha accompagnato Jesolo fuori da questo momento difficilissimo. Protagonisti cittadini, operatori, turisti affezionati e una vera e propria task force di influencer veneti. La destinazione ha così comunicato tutta la sua coesione sociale con l'obiettivo di **consolidare un posizionamento di valore**.

La nota canzone dei Beatles nelle sue parole dispiega un inno alla rinascita, all'estate che finalmente ci ritrova dopo il lungo inverno: *"ecco che arriva il sole / e dico che va tutto bene"*.

La campagna, che prevedeva una foto da casa con il richiamo al simbolo per eccellenza della città, la **paperella del Lido di Jesolo-Venezia**, ha avuto centinaia di condivisioni e contenuti creati su Facebook e su Instagram, con testimonial d'eccezione dal mondo dello spettacolo e dello sport che hanno voluto dedicare a Jesolo un gesto di affetto e vicinanza. Tanti i post e i messaggi anche da parte dei turisti affezionati alla località in Italia e all'estero.

Il video clip racconta in 60 secondi una storia lunga e affascinante: la storia di Jesolo. Alla colonna sonora hanno partecipato: **DNA Trio Acustico** (Alice Risolino - voce; Davide Pasqual - chitarra/voce; Nicolò Cibirin - chitarra/voce), **GEMS Project** (Veronica Ortenzi - voce; Samuele Sgnaolin - chitarra; Serena Donà - basso; Giovanni Girotto - batteria), **Anna Borin** – voce, **Carlo Borghesio** – voce, **Erika Stevanato** – voce, **Margherita Pettarin** – voce. L'arrangiamento musicale è stato curato dai DNA Trio Acustico e dai GEMS Project.

Il videoclip apre la comunicazione turistica di Jesolo alla fase di rilancio e riattivazione del mercato già a partire da questa estate 2020.

UN MARCHIO CHE RACCONTA IL FASCINO DEL SUO TERRITORIO

Per disegnare la **nuova identità di marca di Jesolo** si è cercato un equilibrio fra la progettualità sviluppata in studio e l'identità del luogo: colori, sapori, profumi, distintivi del territorio compreso tra la foce del Sile, la foce del Piave e la Laguna Nord di Venezia, Patrimonio Mondiale UNESCO.

"Partendo dal logo istituzionale di Jesolo abbiamo lavorato su morbidezza, armonia e sottrazione – spiega **Federico Alberto, direttore creativo di Studiowiki**. Nelle lettere compaiono ombre più scure che danno profondità e movimento e che richiamano metaforicamente le luci e le ombre che il sole nel suo scorrere disegna sul paesaggio. Un marchio che si presta bene ad essere declinato a texture, a maglia più fine o larga, a seconda dell'emozione che si vuole trasmettere".

My point, payoff semplice dalla semantica aperta che, riprendendo il punto del logo istituzionale del Comune, che diventa promessa di una vacanza intorno all'ospite.

È previsto per il mese di giugno il **restyling dell'ufficio IAT** di Piazza Brescia, che oltre a importanti novità presenterà al suo interno il bookshop, ulteriore strumento di valorizzazione della marca Jesolo. **Sono nove i temi che accompagnano il logo, rappresentativi di altrettanti segmenti dell'offerta turistica: beach, fun, outdoor, food e wine, culture, shopping, wedding, events, sport.**

JESOLO.IT IL PORTALE DELLA DESTINAZIONE TURISTICA

È stato lanciato il **portale jesolo.it**, luogo digitale di costruzione dell'identità della destinazione turistica.

Il lavoro è stato sviluppato con attenzione alla *user experience* dell'utente; la progettazione è partita dall'idea di "mettersi nei panni del turista", quindi uno strumento che non fosse solo vetrina delle bellezze e delle opportunità del territorio, ma una vera e propria guida per organizzare al meglio la propria vacanza.

A partire dalla regola delle 3D: **destagionalizzare, differenziare e delocalizzare**; si aggiunge **digitalizzare**. Per poter vivere a Jesolo un turismo slow e in totale in sicurezza.

Questo go live è l'inizio di un lavoro: un momento fondamentale per la località. Jesolo.it è integrato con il **Destination Management System (DMS) regionale Deskline 3.0**, che opera sul **portale regionale veneto.eu** e verso il quale la destinazione Jesolo si pone in completa interoperabilità. La filiera turistica potrà commercializzare tutti i suoi servizi: dalla ricettività alberghiera ed extra alberghiera fino al pacchetto turistico.

Un portale che si integra e contribuisce a comporre l'articolata offerta turistica regionale. Stiamo parlando del "**sistema veneto**", la prima regione turistica italiana con **70 milioni di turisti all'anno**. Venezia e le sue spiagge, mare di elezione della Mitteleuropa, passando per le Alpi venete, per arrivare alle grandi Città d'arte, e al turismo enogastronomico delle colline del Prosecco.

Inizia ora un grande lavoro da affrontare insieme alla filiera turistica. Il portale con il suo DMS sarà **presentato il prossimo 3 giugno a tutti gli operatori jesolani** con l'obiettivo di agevolare il contatto diretto tra domanda e offerta e facilitare la disintermediazione.

Alla conferenza hanno partecipato **ENIT (Agenzia Nazionale del Turismo)** e **Regione Veneto**.

Così **Maria Elena Rossi, direttrice marketing di ENIT**: "L'idea del video e l'evoluzione che ha portato alla nascita della nuova brand identity di **Jesolo** rappresentano un segnale positivo di ripartenza e un **buon esempio per tutti**. **Jesolo non si è arresa** e ha continuato a lavorare nel modo giusto, insistendo sui valori quando non era possibile lavorare sul prodotto. Se è sempre giusto far parlare il territorio lo è ancora di più nei momenti di difficoltà. **L'Agenzia nazionale del turismo** è più che mai all'ascolto del Sistema Italia e in contatto costante con le Regioni, pronta al rilancio del brand turistico Italia nel mondo. **Enit**, proprio per aiutare il

sistema Italia, lancia ogni 15 giorni il **Bollettino per la ripartenza** con tutti i dati aggiornati e ufficiali del turismo italiano. All'interno del bollettino sono presenti gli strumenti europei della ripartenza a cui è possibile accedere per poter rilanciare il settore”.

“La prima industria del Veneto è il turismo, un comparto che conta **oltre 70 milioni di presenze e 18 miliardi di fatturato annuo** – ha dichiarato a chiusura dei lavori **Federico Caner, Assessore regionale al turismo** -. La crisi che stiamo vivendo è un pericolo non solo per le imprese del settore turistico; si tratta di un'emergenza che potrebbe mettere a repentaglio anche il lavoro stagionale di migliaia e migliaia di operatori che, dalle Dolomiti alle spiagge, potrebbero trovarsi senza un lavoro. Per questo motivo la Regione Veneto sta coordinando un'**importante campagna social** di promozione turistica per premere sull'acceleratore al fine di recuperare il tempo perso, salvare la stagione estiva e garantire una **vacanza sicura ai turisti** che sceglieranno di trascorrere le loro ferie nella nostra regione. Il punto di partenza di una vacanza sicura passa anche attraverso l'informazione e l'accoglienza turistica, la promozione e la commercializzazione: in sintesi attraverso i nostri IAT. Jesolo riparte con una nuova brand identity ed entra nella **grande rete del DMS Veneto**: un sistema di governance del turismo che oggi conta **83 uffici di informazione ed accoglienza turistica** (IAT) collegati tra loro e che **garantiscono l'interoperabilità**, e un'**immagine coordinata e unitaria** del modello di accoglienza turistica veneto”.

Elisa Di Padova

Ufficio stampa Area Comunicazione – Jesolo.it

M. 331 1988412

comunicazione@jesolo.it

Ufficio stampa Città di Jesolo

Meneghini & Associati

M. + 039 347 1010498 / T. + 039 0421 359135

ufficio.stampa@comune.jesolo.ve.it