

BelT: campagna di promozione del made in Italy nel mondo. → di Valentina Moro

Descrizione

TAG: Eventi, In Evidenza, Innovazione, belT, Lorenzo Angeloni, Luigi di Maio, promozione del made in Italy

Risale al **29 novembre di quest'anno l'apertura di BelT, la campagna di promozione del made in Italy nel mondo.** Si tratta, di una campagna straordinaria di promozione del Made in Italy con l'obiettivo di fornire ausilio alle esportazioni italiane e all'internazionalizzazione del sistema economico Nazionale. Si chiama **Italy is simply Extra Deck straordinary: belT** un progetto temerario avviato dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale in alleanza con [Ice](#). Quest'ultima è l'Agenzia per la promozione all'estero e per l'internazionalizzazione delle imprese italiane. Il progetto è reso possibile dal **Fondo per la Promozione Integrata previsto dal decreto-legge Cura Italia.**

BelT:campagna di promozione con Focus su 26 Paesi.

La campagna, avrà un Focus preciso su 26 Paesi e gli obiettivi fondamentali sono due. Il primo, è far conoscere al pubblico internazionale i valori, i talenti e le potenzialità dell'Italia. Il secondo, è favorire l'internazionalizzazione delle filiere produttive del nostro Paese modificando i mercati esteri per renderli idonei per le piccole e medie imprese italiane.

La campagna sarà on air dal 29 novembre fino ad agosto 2022. Da novembre 2021 a marzo 2022, verrà strutturata la fase valoriale. Da marzo ad agosto saranno avviate le campagne verticali. La comunicazione sarà veicolata principalmente sui canali digitali e verrà forgiata una nuova identità visuale e linguistica, con **traduzione in 19 lingue**. Comprenderà piattaforme e landing page dedicate, profili social e contenuti originali quali, audio, video e testi. È prevista anche una collaborazione con [Treedom](#), per una deviazione verde. La pianificazione avrà un approccio **digital first** per via dei vantaggi che ne deriveranno, soprattutto per ciò che concerne l'immediatezza delle risposte ai contenuti.

La gestione del progetto è affidata alla coalizione di imprese a tempo determinato composta da **Pomilio Blumm, L'Venture e Triboo**. Coalizione che, ha vinto la gara del valore di circa 50 milioni di euro promulgata dal Ministero degli Affari Esteri.

Intervista al Ministro Luigi di Maio.

→ **Parte oggi Belt, la campagna di comunicazione straordinaria a sostegno del Made in Italy che prende oggi il via in tutto il mondo**, una campagna di nation branding mai realizzata prima per l'Italia, con un approccio nuovo, più complesso, ambizioso che vuole raccontare al pubblico internazionale l'Italia di oggi a 360 gradi, commenta il Ministro degli Esteri Luigi Di Maio al

momento della presentazione della campagna. â??Vogliamo far capire chi siamo prima ancora di cosa produciamo e sappiamo fare. Abbiamo scelto sei valori per raccontare lâ??Italia e gli italiani: attraverso la creativitÃ , di cui lâ??Italia Ã" motore a livello mondiale, il filo rosso che lega le nostre eccellenze, la passione, la tradizione e lâ??innovazione, lo stile, e la diversitÃ â?•.

Ambasciatore Lorenzo Angeloni

Intervista allâ??ambasciatore Lorenzo Angeloni.

Il direttore generale per la Promozione Paese alla Farnesina, lâ??ambasciatore Lorenzo Angeloni dice â??la campagna cade in un momento propizio perchÃ© lâ??export Ã" in aumento rispetto al 2019, con dati record (da gennaio a settembre il valore delle esportazioni ha raggiunto circa 377 miliardi, migliore dei 356 miliardi dello stesso periodo del 2019, lâ??anno dei record, ndr). Lâ??impatto della campagna dipenderÃ da come sapremo coniugare lâ??offerta di Italia che spesso Ã" occasionale e a volte disordinata e che la campagna deve portare a essere sistematica ed esaustiva con la domanda di Italia, anche quella ancora inespressa, che va intuitaâ?•.

Hits: 0

Lâ??articolo [BelT: campagna di promozione del made in Italy nel mondo.](#) proviene da [CIAOUP News & Advertising Influencer.](#)

Categoria

1. MARKETING NEWS

Data di creazione

9 Dicembre 2021

Autore