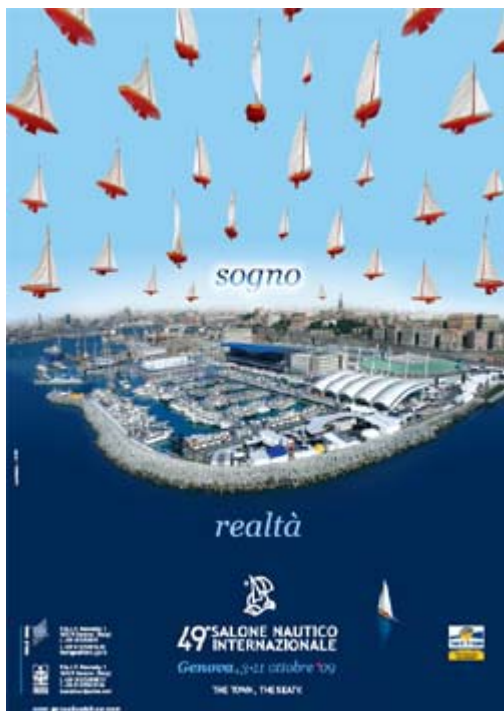


<http://www.advexpress.it/interna.asp?info=121743&sez=43>

Il Salone Nautico va in scena tra sogno e realtà con Firma e Diaferia

22/7/2009

La **49° edizione** del **Salone** che si terrà dal 3 all'11 ottobre alla **Fiera di Genova** sarà al centro di una campagna pubblicitaria firmata dall'agenzia a seguito di una gara, al via a fine agosto con attività di guerrilla e cartoline pubblicitarie. Da settembre tv, stampa, radio e web. Online il sito www.genoaboatshow.com. Budget di **800mila** euro.



1450 espositori di cui il 37% esteri, **2400** barche delle quali 550 sono nuovi modelli posti in acqua, **600** espositori del TechTrade nel padiglione C, **462** battelli pneumatici, **76** imbarcazioni di lunghezza superiore i 24 metri: sono questi i numeri della **49° edizione del Salone Nautico Internazionale** che si svolgerà dal 3 all'11 ottobre alla **Fiera di Genova** e presentati oggi, Mercoledì 22 luglio, durante la conferenza stampa tenuta a Milano.

Il presidente Fiera di Genova **Paolo Lombardi** e il presidente di Ucina **Anton Francesco Albertoni** hanno annunciato oggi, 22 luglio, nel corso di una conferenza stampa a Milano, un accordo per la costituzione di una nuova società con lo scopo di promuovere lo sviluppo e l'infrastrutturazione della Nuova Darsena nautica. Le parti si sono prefisse la costituzione della newco entro il 30

settembre.

Inoltre, Venerdì 2 ottobre sarà inaugurato il nuovo padiglione B firmato **Jean Nouvel** che ha visto l'abbattimento di una parte del vecchio muro paraonde per consentire un collegamento diretto tra la nuova darsena e la darsena di ponente portando a quasi 9 km la lunghezza dei percorsi sul mare.

Paolo Lombardi, presidente Fiera di Genova, ha annunciato: "Il successo del Salone Nautico nel 2008 è sintetizzabile in 3 dati: 150.600 espositivi venduti, 1500 espositori, 315.000 visitatori. Anche quest'anno stiamo lavorando intensamente per una crescita qualitativa del Salone di Genova che per il momento ha creato alleanze con marchi di prestigio come **Rolex**, che sarà l'orologio ufficiale del Salone, con **Allianz** e **Banca Carige**. Altri contatti altrettanto prestigiosi sono in corso e confidiamo di perfezionarli da qui al 3 ottobre."

Il Salone Nautico sarà lanciato, come anticipato da ADVexpress (vedi notizia correlata) da una campagna pubblicitaria realizzata dall'agenzia **Firma** e dalla direzione creativa di **Pasquale Diaferia**, vincitori di una gara a cui avevano preso parte anche **McCann Erickson, The Others, Publilink, LDB** e **Aplus**.

Come ha spiegato ad ADVexpress **Maurizio Galbiati**, responsabile servizio approvvigionamenti e acquisti: "La campagna raffigurante una veduta aerea dell'area genovese riservata al Salone, sovrastata da barche a vela che volano in cielo, avrà come obiettivo quello di rinnovare i valori della nautica toccando le corde del sogno e della realtà e ricordare le date del Salone. La pianificazione, realizzata da Re Media in collaborazione con il Salone, prevede, un prelanco a fine agosto con attività di guerriglia e distribuzione di cartoline in varie città italiane e, da settembre, televisione (reti Rai, Mediaset, Sky, La7), stampa quotidiana e internet, con presenze sia sul sito del Salone che sui vari portali con una campagna banner e giochi. La creatività sarà inoltre diffusa in radio e attraverso cartoline in varie città d'Italia. Grande visibilità sarà data al Salone dai nostri media partner come Rai 2 Sport, Rtl 102.5 e Yatch & Sail. Linea Blu ospiterà inoltre il Salone in una puntata speciale. Il budget ammonta a circa **800mila** euro".

Il team di creativi che ha collaborato al progetto ha lavorato sotto la coordinazione di **Bruna Arena**.

In occasione di questa edizione, il Salone Nautico migliora la propria presenza sul canale Web dotandosi di un sito che offre una vasta gamma di servizi ed è in grado di gestire le attività di promotion. Attraverso il sito Web della manifestazione www.genoaboatshow.com a cura di Special Lab Wmc di Cap, espositori e visitatori possono infatti accedere ad una serie di servizi utili.

Gli espositori possono entrare nell'area riservata per iscriversi, prenotare gli spazi espositivi e per gestire tutti i servizi correlati alla propria presenza all'evento. Gli utenti privati interessati a visitare il Salone, invece, possono utilizzare il sito Web per comprare il biglietto online, individuare anticipatamente gli stand di interesse per poter fissare una visita in anticipo e avere qualsiasi tipologia di informazione sull'evento.

Nel 2008 sono stati registrati 415.000 visitatori al sito Web da 183 paesi, le pagine visitate sono state 3.800.000 e ogni utente si è soffermato all'interno del sito quasi sei minuti, con una media di 9,5 pagine consultate per visita. Il catalogo espositori ha contato oltre un milione di visualizzazioni.