



FEEL DIFFERENT. FEEL RED.

## **Francorosso: al via una grande narrazione.**

Un vacanza racconta tante storie, le storie sviluppano emozioni, quindi una vacanza è naturalmente un insieme ricchissimo di emozioni. Ma non è solo questo, una vacanza può scatenare cambiamenti potenti, portare consapevolezza e quindi regalare nuovi orizzonti ai protagonisti. Questo è ciò che accade nella nuova campagna Francorosso in cui viene data voce ed espressione alle piccole grandi storie che sono capaci di cambiarti la vita per sempre.

Tutto parte dal payoff di Francorosso “*Feel Different. Feel Red.*”, una promessa di vivere un’esperienza speciale, perché unica, proprio come ognuno di noi. La vacanza Francorosso è il luogo ideale per riappropriarsi dei propri desideri: il posto in cui lo spazio fisico e quello utopico possono convivere per definire una gamma di mondi possibili. E pure senza voler ricorrere ad una lettura semiotica del *concept*, non è forse vero che in vacanza ci concediamo il tempo per pensare a noi, per riflettere con maggior ponderatezza sulle nostre scelte, per guardare con maggior lucidità alle cose lasciate un po’ in disparte?

Questo è ciò che accade ai protagonisti della nuova campagna consumer di Francorosso che sarà in onda dal 12 aprile sulle principali emittenti radiofoniche nazionali per un mese e, in parallelo, sui più importanti siti grazie ad un piano *digital* della durata di 3 mesi, che collezionerà circa 25 milioni di *impression*. La gestione creativa è dell’Agenzia TBWA, in collaborazione con Francorosso, e la pianificazione è di Maxus.

La campagna di comunicazione arriva dopo un anno di grande cambiamento per il marchio Francorosso: dal riposizionamento all’introduzione del prezzo dinamico, dal restyling dei cataloghi agli innovativi format per i SeaClub, il tutto condotto prestando la massima attenzione al mercato delle agenzie, in un’ottica di totale condivisione del percorso di trasformazione. D’altra parte anche questa campagna si rivolge al cliente invitandolo a scegliere Francorosso in agenzia di viaggi.

Glauco Auteri, Direttore Marketing e Comunicazione di Francorosso, dichiara: “*Sono entusiasta e fiducioso che questa campagna lascerà un segno molto positivo nel settore. Abbiamo lavorato con passione su elementi comunicativi nuovi per abbinare il valore della marca Francorosso alle agenzie di viaggi con uno stile che non passerà inascoltato. Anche le scelte fatte in pianificazione riteniamo siano efficaci: è una grande campagna di posizionamento del brand Francorosso.*”

Torino, 10 aprile 2015

**Ufficio Stampa e Relazioni  
Pubbliche | Alpitour World  
Simona Nocifora**

cell 335 6500961  
simona.nocifora@alpitourworld.it