

Lecce: L'idea dei giovani leccesi riceve l'ok e l'appoggio di "Repubblica Salentina"

Capovolto lo slogan tipo "I love NY", ora è il territorio che ama le persone, con "Salento loves you"

La giovane start up "Landwear" lancia un'operazione di marketing territoriale: il Salento e le sue città ricambiano l'amore che ricevono

Nel 1977 è stata la città della "grande mela" americana a lanciare lo slogan "I love NY" e da lì sono seguite tutte le città del mondo, nessuna esclusa. A Roma, ad esempio, probabilmente la t-shirt più venduta in assoluto oggi è proprio quella con su scritto "I ♡ Rome". Ed oggi, dopo 37 anni di repliche, una giovanissima start up di Lecce, "Landwear – il territorio addosso", con una brillante operazione di marketing territoriale capovolge la formula e dichiara che è il Salento insieme alle sue città ad amare le persone. Può sembrare una cosa da poco ma non lo è. Con questo messaggio infatti il territorio intende esprimere concretamente il proprio affetto sia verso le persone che ci abitano e ci vivono che verso i suoi ospiti, turisti e visitatori. Una nuova campagna, quindi, che opererà via web, sui social network e attraverso una nuovissima e colorata linea di t-shirt su cui sono riportati in grande i messaggi: "Salento ♡ me", "Lecce ♡ me", "Gallipoli ♡ me", "Otranto ♡ me", "Leuca ♡ me" e "Porto Cesareo ♡ me". Per cominciare. I ragazzi, che ovviamente hanno pensato bene di registrare il marchio, si stanno ora occupando della rete commerciale che prevede una decina di punti vendita distribuiti su tutto il territorio. I più attenti avranno poi notato anche la sottile genialità linguistica, ossia che la dicitura "Salento ♡ me" può essere interpretata sia in inglese (Salento loves me) che in italiano (Salento ama me). Sagace.

Ancora una volta stiamo parlando di una storia di giovani e della loro intraprendenza.

"LandWear" ha infatti proposto questa sua nuova idea al consolidato movimento dei ragazzi di "Repubblica Salentina" e ha ottenuto il loro placet e la loro preziosa collaborazione in termini di comunicazione, promozione e operatività commerciale.

«Abbiamo voluto pensare ad un modo originale per far rimanere "addosso" ai turisti la bellezza e la passione di questa terra – raccontano i giovani di Landwear – e volevamo trasmettere il messaggio che il Salento, oltre ad essere amato, è un territorio capace di amare. Così abbiamo ideato una nuova linea di magliette con la personalizzazione delle città e dei luoghi che sono sempre più apprezzati da italiani e turisti provenienti da ogni parte del mondo. Per noi è stato fondamentale il consenso ottenuto da "Repubblica Salentina" (e dalla società "Arianoa") che ha concesso il proprio logo e che ci sta aiutando nella distribuzione delle t-shirt, mostrandosi ancora una volta pronta a sostenere le giovani idee d'impresa del territorio.»

E' un caso che questa idea sia nata proprio nel Salento? Pensiamo di no. E' come se questo territorio, tanto valorizzato e "scoperto" negli ultimi anni, cercasse un modo per ricambiare la grande attenzione che le persone stanno sempre più dimostrando nei suoi confronti. Dalla vittoria per due anni consecutivi, con votazione popolare, del titolo di "Territorio dell'Anno" (2013 e 2014) all'infinita serie di articoli e pubblicazioni sulla stampa internazionale (NY Times, The Guardian, ...), senza trascurare le classifiche pubblicate di recente di Trivago e Tripadvisor che vedono le mete salentine sempre al top delle ricerche e delle richieste.

E ora indovinate un po' qual è l'auspicio di questi ragazzi: vedersi ordinare materiale dalle città di Roma, Venezia, Firenze e, perché no, da New York....

Pro_Salento • Grandi Valori

Lecce: L'idea dei giovani leccesi riceve l'ok e l'appoggio di "Repubblica Salentina"

Scritto da Pro Salento

Giovedì 03 Luglio 2014 19:14 -

Lecce - Tel. 368.7869686

Comunicato stampa