Le Filippine si preparano al Visit Year 2015 con una campagna digitale

Archiviata una stagione positiva (i dati del 2014 parlano di **17.688 arrivi dall'Italia**, contro i 16.740 registrati nell'anno precedente) le **Filippine** annunciano una **campagna di promozione digitale realizzata con Interface Tourism**. Al centro dell'iniziativa c'è una parola chiave, **divertimento**, con una **campagna fortemente orientata sui social**, a partire dal lancio di una pagina facebook dedicata , in italiano, che sarà arricchita di applicazioni, giochi, visual social marketing e programmi di fidelizzazione. I Paesi interessati da questa campagna, che prenderà il via ufficialmente il 3 novembre, nell'ambito del World Travel Market di Londra sono **Italia**, **Regno Unito, Francia e Spagna**. La nuova comunicazione digitale prende il via alla vigilia del **Visit Philippines Year 2015**, incentrata sulle tematiche arte, cultura, avventura, business e lifestyle. L'obiettivo della campagna di comunicazione digitale è quella di **accogliere 10 milioni di visitatori internazionali nel 2015**.