

A un anno dalla campagna, *Come and Say G'day*, i viaggiatori internazionali continuano a crescere

23 ottobre 2023*** La campagna globale di Tourism Australia, *Come and Say G'day*, lanciata l'anno scorso nei principali mercati turistici di tutto il mondo per sostenere il recupero del comparto turistico ha ispirato molti viaggiatori internazionali a viaggiare in Australia.

A un anno dal lancio, Ruby, la canguretta souvenir, nonché Brand Ambassador della campagna, è apparsa nei più importanti banner pubblicitari del mondo, da New York a Londra, da Singapore a Chengdu e a Pechino, invitando i futuri viaggiatori a visitare l'Australia mentre mostra alcuni dei paesaggi più iconici e mozzafiato del Paese.

Phillipa Harrison, Managing Director di Tourism Australia, ha commentato che sebbene "*Come and Say G'day*" sia ancora in corso, è stato possibile notare il suo impatto positivo nei principali mercati di Tourism Australia: "Quando *Come and Say G'day* venne lanciata a ottobre 2022, il numero dei visitatori internazionali in Australia era al 50% circa dei livelli pre-pandemici. I dati più recenti, relativi agli arrivi di luglio 2023, mostrano che sono gradualmente risaliti a circa l'80%, rispetto lo stesso mese del 2019".

"Questa costante ripresa è una buona notizia per il nostro settore, e siamo fiduciosi che la nostra campagna continuerà a generare un sempre più alto interesse per l'Australia, mentre lavoriamo nel distinguerci in un mercato globale molto competitivo. La campagna è servita ad aumentare l'interesse globale di una vacanza in Australia, e rispetto al 2019, sempre a livello globale, c'è stato un aumento del 10% nella ricerca online dei voli verso la destinazione."

"Questi dati dimostrano che *Come and Say G'day* sta svolgendo un ruolo importante mentre cerchiamo non solo di tornare ai livelli del 2019, ma di ritornare a una crescita sostenibile che il nostro settore ha sperimentato nel decennio precedente alla pandemia."

"Sono parte della campagna 190 partnership, con compagnie aeree e operatori del settore, e il feedback di questi sulla campagna è positivo perché hanno riscontrato un aumento d'interesse per una vacanza in Australia", ha concluso Phillipa Harrison.

Susan Coghill, Chief Marketing Officer di Tourism Australia, ha commentato che la campagna *Come and Say G'day* ha ottenuto il successo desiderato a livello internazionale: "Come and Say G'day è una campagna incredibilmente versatile che ha funzionato bene nei mercati di lingua inglese e non, inoltre è stata anche declinata con un'edizione speciale per la FIFA Women's World Cup 2023™ riuscendo a catturare l'attenzione globale sull'Australia".

Eva Seller, Regional General Manager Continental Europe di Tourism Australia, ha rilasciato che: "La campagna '*Come and Say G'day*' declinata per il mercato italiano con '*L'Australia ti aspetta per darti il G'day*' ha performato molto bene anche nel mercato italiano, che si posiziona tra i 15 mercati chiave in termini di arrivi e spesa media per viaggio. L'anno fiscale concluso a luglio 2023 ha riportato buoni risultati in termini di ripresa. Gli arrivi italiani a luglio '23 hanno registrato 56.100 visitatori rispetto ai 77.000 di luglio 2019, registrando così una ripresa del 72% rispetto al 2019."

[Qua](#) sono disponibili le Immagini di Ruby, la canguretta souvenir, nei banner pubblicitari mondiali.



COMUNICATO STAMPA



FINE

Contatti ufficio stampa:

Lavinia Rossi, PR Manager, Tourism Australia Italy c/o Tourism Hub – T: +39 (0)3497251221 – E: lavinia@tourismhub.it

Viola Munzar, PR Manager, Continental Europe, Tourism Australia – T: +49 (0) 69 2740 0697 – E: vmunzar@tourism.australia.com

Ulteriori informazioni e immagini sulla destinazione sono disponibili [qui](#).