

# **PIANIFICAZIONE MEZZI PER LA PROMOZIONE DELLA VIA FRANCIGENA**

# STRATEGIC STATEMENT

## MISSION

La mission è attivare l'interesse per la Via Francigena attraverso una campagna pubblicitaria indimenticabile e innovativa che combina formati ad alto impatto nei principali snodi e punti di contatto insieme ad una presenza digitale e un targeting accurato. Miriamo a coinvolgere il pubblico attraverso un'esperienza omnicomprensiva ed un mix di canali on e off line. Vogliamo creare un legame emotivo con il target, posizionando la Via Francigena come esperienza unica, in grado di ispirare e connettere le persone attraverso la passione per il cammino e l'avventura del viaggio.

## VISION

La nostra visione è quella di veicolare con i giusti mezzi immagini e racconti memorabili e coinvolgenti che lascino un'impronta duratura nella mente degli utenti.

# OBIETTIVI DELLA CAMPAGNA

- 1 Incremento Awareness
- 2 Rafforzamento emotivo verso il brand
- 3 Generare interesse e curiosità
- 4 Avvalersi di un targeting accurato
- 5 Creare contenuti rilevanti e organici per i motori di ricerca

# STRATEGIA OUTDOOR

La campagna promuoverà la Via Francigena attraverso una rete selezionata di impianti digitali ad alta visibilità.

Previsti schermi digitali IGPDecaux all'aeroporto di Heathrow (GB), all'interno del Terminal 5, e soluzioni digitali nella stazione ferroviaria di Santiago de Compostela.

Grazie al circuito Urban Vision, la campagna sarà inoltre presente su grandi formati digitali posizionati nei principali snodi urbani europei e nordeuropei. A Londra, nel cuore di Chelsea, è previsto un esclusivo banner a doppia esposizione su King's Road. A New York, invece, l'imponente installazione The Cube — una struttura a tre facciate con sei maxi schermi — domina l'incrocio tra la 7th Avenue, Broadway e la 47th Street, nel cuore pulsante di Times Square.

## CANALI

**\*PARIGI,LONDRA,MONACO, AMSTERDAM, NORVEGIA, DANIMARCA, SVEZIA, NEW YORK, SANTIAGO DI COMPOSTELA**



# OOH - OVERVIEW

MEZZI	COPERTURA	DESCRIZIONE	DETTAGLIO	Editore	FORMATO	TIPOLOGIA	QUANTITA'	DURATA
OOH	HEATHROW (GB)	DIGITAL IN AEROPORTO	Schermi IGPDecaux Partenze:	IGPDecaux	Schermi digitali HD LCD di circa 40"	Schermi	130	14
OOH	SANTIAGO DE COMPOSTELA	DIGITAL IN STAZIONI	Concessionaria Global España Santiago de Compostela Stazione,	Global	17,20 m²/unità	Rivestimenti	2	28
OOH	SANTIAGO DE COMPOSTELA	DIGITAL IN STAZIONI	Concessionaria Global España Santiago de Compostela	Global	Mupi	Schermi	3	7
OOH	SE	MAXI SCHERMI	Urban Vision Svezia: Reservation   1 maxi	Urban Vision	1680 x 720 px 2960 x 240 px	Impressions	1.277.144	14
OOH	DK	MAXI SCHERMI	Urban Vision Danimarca: Reservation   Circuito	Urban Vision	2688x1344 px 2688x1536 px	Impressions	690.411	14
OOH	NO	MAXI SCHERMI	Urban Vision Norvegia: Reservation   Maxi	Urban Vision	1152x2112px 1080x1920cm	Impressions	1.361.775	14
OOH	NL	MAXI SCHERMI	Amsterdam Rembrandtplein   1 maxi schermo	Urban Vision	109 sqm	SOW	16.7%	14
OOH	DE	MAXI SCHERMI	Munich Stachus Passagen	Urban Vision	31 sqm	SOW	6.25%	14
OOH	UK	MAXI SCHERMI	Urban Vision King's Road- Unique dual aspect	Urban Vision	Venue Types Vertical Billboard	SOV	100%	14
OOH	FR	MAXI SCHERMI	Paris Citadium Caumartin Nel cuore del	Urban Vision	41 sqm	SOV	10%	14
OOH	US	MAXI SCHERMI	New York The Cube imponente installazione	Urban Vision	380 sqm	SOV	10%	14

# STAMPA

Tre pagine complete sul Boston Herald, che ha una copertura capillare in Nord America (Massachusetts, Maine, New Hampshire, New York, Rhode Island e Vermont). Tre pagine su Le Parisien Weekend, il settimanale incluso ogni venerdì nel quotidiano Le Parisien. Ogni settimana, presenta una sezione di apertura intitolata "Good News", un dossier di approfondimento e una guida per il fine settimana. Inoltre, 3 pagine su El Economista Weekend (sabato) che offre una sezione dedicata all'evasione, e 3 rispettivamente su Pleasure e SVD Perfect Guide (supplemento allegato ogni settimana a SVD) Print.

## CANALI

**Boston Herald**

BORSEN.  
**PLEASURE**  
INTERIOR

**SvD  
PERFECT  
GUIDE**

**week-  
end**  
Le Parisien

**elEconomista**

# STAMPA - OVERVIEW

MEZZI	COPERTURA	DESCRIZIONE	DETTAGLIO	Editore	FORMATO	TIPOLOGIA	QUANTITA'
STAMPA	US	TESTATA GIORNALISTICA	SOLE24ORE Boston Herald Stampa	BOSTON HERALD	Pagina intera		3
STAMPA	FR	TESTATA GIORNALISTICA	SOLE24ORE Le Parisien Weekend Stampa	LE PARISIENNE WEEKEND	Pagina intera		3
STAMPA	ES	TESTATA GIORNALISTICA	SOLE24ORE El Economista Week End (sabato) Sezione Evasion	EL ECONOMISTA WEEKEND	Pagina intera		3
STAMPA	DK	TESTATA GIORNALISTICA	SOLE24ORE PLEASURE Print	PLEASURE	Pagina intera		3
STAMPA	SV	TESTATA GIORNALISTICA	SOLE24ORE SVD Perfect Guide (supplemento allegato ogni	SVD PERFECT GUIDE	Pagina intera		3

# WEB: SITI E CANALI VERTICALI

Ogni rivista è stata selezionata per la sua autorevolezza, forte presenza e capillarità nei rispettivi mercati. Le attività previste includono una combinazione di social ignition (su Facebook e Instagram) e display advertising ROS, con un focus specifico per ciascun paese. Le iniziative saranno attivate negli Stati Uniti (NY) con ELLE ed Esquire; in Francia (IDF) con ELLE e L'Équipe; in Germania (DE) con ELLE ed Esquire; in Spagna (ES) con ELLE ed Esquire; nel Regno Unito (LDN) con ELLE ed Esquire; e in Svizzera (CH) con ELLE ed Esquire, con geo-targeting dalla Germania. In Italia, invece, l'attività si concentrerà su Elle Decor In viaggio, dove l'ADV e la social ignition si affiancheranno a una strategia di Branded content.

## CANALI

HEARST DISPLAY ROS E SOCIAL IGNITION 6 PAESI (DUE RIVISTE CIASCUNO) + HEARST ELLE DECOR IN VIAGGIO  
PACCHETTO DIGITAL (BRANDED CONTENT + SOCIAL)

### ELLE DECOR IN VIAGGIO LA PIATTAFORMA DIGITALE

Sul digitale, il canale Travel di [elledecor.it](http://elledecor.it) diventa **In Viaggio**, arricchendosi di approfondimenti e diventando l'atterraggio naturale per i progetti legati al digitale. Il progetto sarà amplificato anche attraverso un ricco **storytelling social su Instagram**.

#### I CONTENUTI

- Itinerari da scoprire in Italia e all'estero
- Cartoline da luoghi sconosciuti o fin troppo noti
- Nuovi hotel di design e grandi hotel che hanno fatto la storia
- Bar e ristoranti
- Negozi e indirizzi per lo shopping



HEARST



Esquire

ELLE

# WEB - SITI E CANALI VERTICALI

MEZZI	COPERTURA	DESCRIZIONE	DETTAGLIO	Editore	FORMATO	TIPOLOGIA	QUANTITA'	DURATA
			Display ROS		(1000x250), Grand Angle (300x600),			
WEB	DE	SITI E CANALI VERTICALI	Hearst ELLE Social Ignition (Facebook + Instagram)	HEARST	Standalone Images	Reach	316.832	28
WEB	DE	SITI E CANALI VERTICALI	Hearst ELLE Display ROS	HEARST	1000x250, 300x600, 320x150, 300x250	Impressions	131.579	28
WEB	DE	SITI E CANALI VERTICALI	Hearst Esquire Social Ignition (Facebook + Instagram)	HEARST	Standalone Images	Reach	316.832	28
WEB	DE	SITI E CANALI VERTICALI	Hearst Esquire Display ROS	HEARST	1000x250, 300x600, 320x150, 300x250	Impressions	131.579	28
WEB	ES	SITI E CANALI VERTICALI	Hearst ELLE Social Ignition (Facebook + Instagram)	HEARST	Standalone Images	Reach	665.261	28
WEB	ES	SITI E CANALI VERTICALI	Hearst ELLE Display ROS	HEARST	970x250, 300x600, 300x250, 728x90 or 970x90	Impressions	219.780	28
WEB	ES	SITI E CANALI VERTICALI	Hearst Esquire Social Ignition (Facebook + Instagram)	HEARST	Standalone Images	Reach	665.261	28
WEB	ES	SITI E CANALI VERTICALI	Hearst Esquire Display ROS	HEARST	970x250, 300x600, 300x250, 728x90 or 970x90	Impressions	238.095	28
WEB	UK (geo Londra)	SITI E CANALI VERTICALI	Hearst ELLE Social Ignition (Facebook + Instagram)	HEARST	Standalone Images	Reach	311.891	28
WEB	UK (geo Londra)	SITI E CANALI VERTICALI	Hearst ELLE Display ROS	HEARST	970x250, 300x600, 300x250, 728x90 or 970x90	Impressions	122.850	28
WEB	UK (geo Londra)	SITI E CANALI VERTICALI	Hearst Esquire Social Ignition (Facebook + Instagram)	HEARST	Standalone Images	Reach	311.891	28
WEB	UK (geo Londra)	SITI E CANALI VERTICALI	Hearst Esquire Display ROS	HEARST	970x250, 300x600, 300x250, 728x90 or 970x90	Impressions	122.850	28
WEB	CH	SITI E CANALI VERTICALI	Hearst ELLE Social Ignition (Facebook + Instagram)	HEARST	Standalone Images	Reach	114.285	28
WEB	CH	SITI E CANALI VERTICALI	Hearst ELLE Display ROS	HEARST	320x100, 970x250, 300x250	Impressions	62.500	28
WEB	CH	SITI E CANALI VERTICALI	Hearst Esquire (Geo-targeting from DE) Social Ignition (Facebook + Instagram)	HEARST	Standalone Images	Reach	604.268	28
WEB	CH	SITI E CANALI VERTICALI	Hearst Esquire (Geo-targeting from DE)	HEARST	1000x250, 300x600, 320x150, 300x250	Impressions	42.105	28

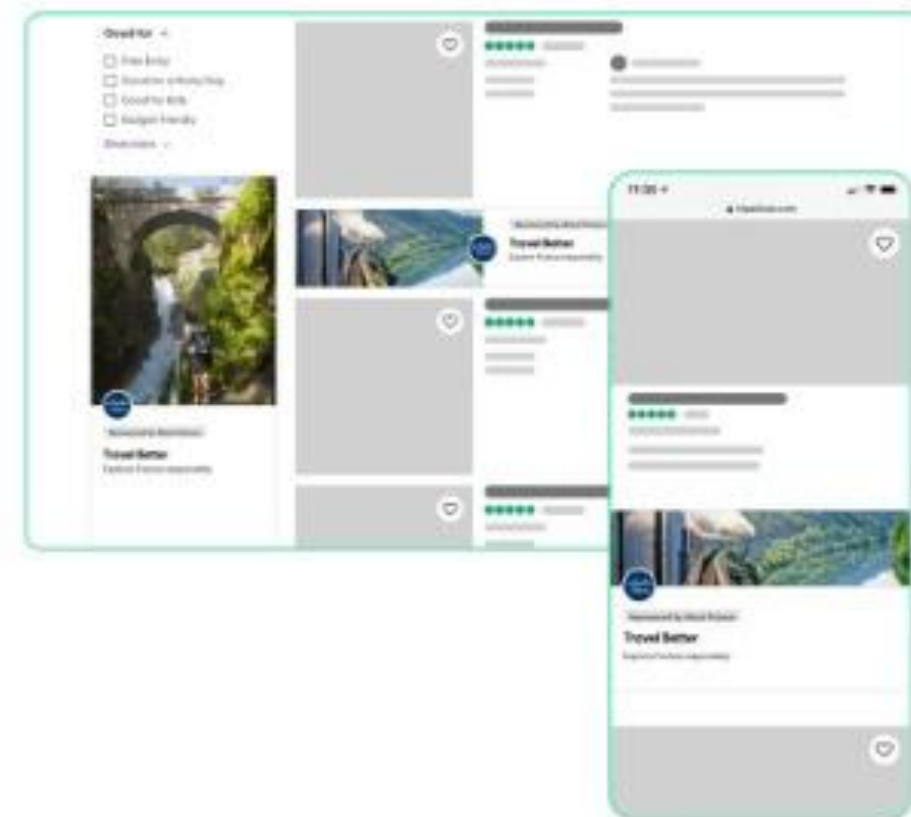
# WEB: SITI DI SETTORE

Annunci nativi sponsorizzati su TripAdvisor e accesso all'ampia audience globale di Visit Italy.

La piattaforma turistica offre un piano editoriale completo che combina contenuti informativi e promozionali, pensati per valorizzare la destinazione su scala internazionale. Il pacchetto include: podcast, articoli redazionali, branded content, newsletter, reel, vlog, sette itinerari tematici e due comunicati stampa rivolti al mercato USA. Un mix strategico per presidiare più touchpoint e coinvolgere un pubblico attento e profilato.

**CANALI**

TRIPADVISOR, VISIT ITALY:



# WEB - SITI DI SETTORE

MEZZI	COPERTURA	DESCRIZIONE	DETTAGLIO	Editore	FORMATO	TIPOLOGIA	QUANTITA'	DURATA
WEB	INTERNAZIONALE	SITI DI SETTORE	PIATTAFORMA online di viaggi TripAdvisor Media Group Display advertising, banner, Native Ads	TRIPADVISOR	Sponsored placements, banner ads	TBD	TBD	TBD
WEB	INTERNAZIONALE	SITI DI SETTORE	Piattaforma di Turismo con audience globale VISIT ITALY editoriale, social	VISIT ITALY	Pacchetto "Tailored Article 2 Branded Article 3 RealEmotionali	Utenti	5.000.000,00	medio lungo termine

# WEB: TESTATE GIORNALISTICHE

Campagna di display advertising, banner e native ads su The Guardian, con una pianificazione mirata al target travel e affini. Il progetto prevede un presidio strategico su tutte le piattaforme (desktop, mobile, tablet), con audience targeting su segmenti specifici come Adventure Travel, Travelling Solo, Ethical & Green Holidays, Europe Travel e Outdoor Enthusiasts. Inclusa anche un'attività di contextual targeting nella sezione Travel e una operazione di takeover tramite il formato "Fabric".

**CANALI**

THE GUARDIAN.

# The Guardian

# KPI WEB - OVERVIEW

MEZZI	COPERTURA	DESCRIZIONE	DETTAGLIO	Editore	FORMATO	TIPOLOGIA	QUANTITA'	DURATA
WEB	INTERNAZIONALE (86 Milioni browser unici raggiunti)	TESTATA GIORNALISTICA	Gruner + Jahr Deutschland GmbH The Guardian Desktop, Mobile, Tablet Display advertising, banner, Native Ads. Audience Targeting: Adventure Travel, Travelling Solo	THE GUARDIAN	BB: 970 x 250 (max expansion left/down: 970 x 500)	Impressions	1.915.000,00	TBD

# BUDGET COMPLESSIVO

**€ 905.026,12    IVA INCLUSA**