Lastminute.com lancia "Love every minute", la prima campagna TV pan-europea

Quando ad aprile abbiamo raccontato che **Bravofly / Rumbo group** si apprestava a cambiare nome in Lastminute.com avevamo anche ipotizzato importanti investimenti in comunicazione per lanciare il nuovo brand name. E oggi infatti è stato lanciato il primo **spot televisivo di 40 secondi** che verrà trasmesso a livello europeo per comunicare la nuova identità del gruppo.
Lo spot, già on air in **Italia, Uk e Francia,** vuole coinvolgere il pubblico incoraggiando gli spettatori a trarre il meglio da ogni singolo istante del proprio tempo libero con il nuovo payoff: '**love every minute – live lastminute.com**' .
La campagna mira a posizionare **lastminute.com** come il brand di riferimento per i viaggi e il tempo libero e celebra il fermento e l'euforia di vivere appieno ogni minuto della vita e in ogni circostanza, nel weekend, in vacanza, per una serata fuori o per un momento di relax.
È la prima volta che il brand investe in maniera così importante in uno spot TV su diversi mercati europei e la campagna ha l'intento di **incrementare la visibilità del marchio** e dei suoi prodotti e, allo stesso tempo, di portare traffico di qualità ai siti e alle app del gruppo in Europa.