Il branded content di The Jackal per Best Western: "Se nei film facessero le scelte giuste"

«Certi film sono capolavori indiscutibili, ma lo abbiamo pensato tutti che su quella zattera ci potevano stare in due». È questo il copy del video branded content che Best Western, gruppo alberghiero con 160 hotel in Italia, ha affidato a **The Jackal,** web creator da milioni di follower. Nasce così «Se nei film facessero le scelte giuste» un “film sui film”, 3 minuti esilaranti pubblicati oggi online e sui social.

Best Western ha già sperimentato le produzioni in branded content in televisione. Per questo esordio di branded content online ha puntato su The Jackal – Ciaopeople, partendo dal claim della campagna di brand “A ognuno il suo Best”.

Best Western ingaggia il pubblico con una riflessione: “C’è sempre una scelta migliore per te”.

“Abbiamo scelto The Jackal per la capacità di intercettare molteplici pubblici in target con la nostra variegata offerta di Hotel, per il grande seguito e la notorietà cresciuta online ma ormai affermata in modo trasversale e per il senso di ironia e leggerezza con cui conquistano l’audience in ogni produzione.” dichiara **Sara Digiesi**, Chief Marketing Officer di Best Western Italia.

Il video, della durata di 3 minuti, cita, ironizza e trasforma le scene clou e i drammatici finali di film campioni di incasso del cinema internazionale. Ed è così che i quattro amici decidono di affrontare insieme il criminale di “Non aprite quella porta”, Jack e Rose in Titanic si ritrovano a galleggiare uno accanto all’altra sulla porta di legno, il promesso sposo di “Una notte da leoni” si gode l’aperitivo sulla terrazza dell’hotel, Fabio in Matrix opta per la pillola rossa, il gruppo in cerca di avventura trascorre il weekend nell’albergo Best Western, non nella decrepita abitazione protagonista de “La Casa” e le inquietanti gemelle di Shining non riescono a convincere Ciro-Danny a giocare con loro. Imperdibile il finale: un crescendo con la spassosa parodia di “The Ring” nel quale, un esasperato Fru, si rifiuta in modo categorico di guardare la vecchia cassetta VHS.

La call to action in chiusura invita tutti a raccontare “La scelta giusta che poteva cambiare tutto.”

Per la campagna di lancio The Jackal e Best Western Italia hanno scelto i canali social "owned": Youtube, Facebook, anteprima Instagram Stories con swipe up sul video e

condivisione Twitter.
In parallelo la campagna programmatic assicurerà con video pre-roll da 15 secondi, una vasta e differenziata copertura su un circuito di siti di news, sport, travel e spettacolo-tv.
Credits:
Regia: Francesco Ebbasta
DOP: Giovanni Ragone
Head of Branded content: Vincenzo Piscopo
Account: Elisabetta Graziano
Senior Art Director: Alfredo Felaco
Talent: Fabio Balsamo, Gianluca Fru, Ciro Priello, Simone Ruzzo
Produttore: Simone Russo
Responsabile produzione: M. Chiara De Gregorio