Best Western Italia: la campagna integrata 2019 in esclusiva sui canali RAI

Accanto alle consolidate pianificazioni digital, **Best Western Italia** sigla una nuova collaborazione che prevede la presenza su tutti i mezzi Rai.
La campagna è iniziata al cinema e sui canali digital – RaiPlay e il canale Youtube Rai - il 14 febbraio e approderà in tv e in radio il 17 marzo per un periodo di oltre due mesi. Sui canali generalisti e specializzati Rai verranno utilizzati formati speciali come billboard, fuori break e spot di 7 e 20 secondi.
A fare da endorsement al contenuto commerciale di Best Western Italia sono grandi eventi editoriali e fiction Rai tra cui Il nome della Rosa, Il commissario Montalbano, Meraviglie di Alberto Angela, i TG della sera, Passaggio a nord ovest, Geo & Geo e Kilimangiaro per il focus su viaggi e turismo. Non manca lo sport con la Finale di Coppa Italia, una selezione di partite della fase finale di Champions League e la Nazionale Italiana con le qualificazioni a Euro 2020.
“Con la sua proposta multipiattaforma Rai Pubblicità ha saputo assicurarci frequenza, reach e affinità in linea con i nostri obiettivi di comunicazione del 2019 – afferma **Sara Digiesi**, Chief Marketing Officer di Best Western Italia – Approdiamo al mezzo televisivo in un momento in cui il palinsesto garantisce varietà e molteplicità di contenuti, manteniamo la comunicazione su radio e cinema mezzi già testati con un ritorno significativo, sperimentiamo il digitale di Rai nel quale crediamo molto”.
“Abbiamo creato un progetto crossmediale che coinvolge tutti i mezzi in modo strategico e sinergico, afferma **Luca Poggi** Vice President Sales Lombardy Region Rai Pubblicità - ottimizzando la comunicazione e rafforzando il posizionamento del brand Best Western, grazie ad una elevata copertura, un alto livello di engagement sul target di riferimento e una brand integration dei contenuti. La realizzazione insieme al team di Best Western di una creatività esclusiva, qualifica Rai Pubblicità come one-stop-shop, continua Poggi, non più quindi solo venditori di spazi pubblicitari, ma veri e propri partner che lavorano a supporto del marketing dei clienti”.