

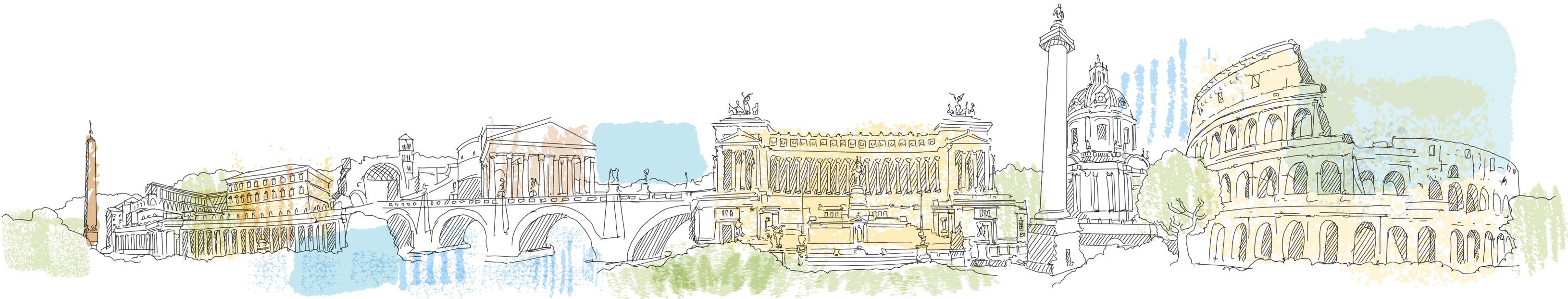
AGENZIA NAZIONALE TURISMO ITALIA

EINE EFFIZIENTE UND SEHR ENGAGIERTE
CONTENT MARKETING-KAMPAGNE

EINE CROSSMEDIALE KAMPAGNE MIT DEM ZIEL, DEN TOURISMUS IN ITALIEN ANZUKURBELN.

Als Folge der Grenzöffnungen in Italien, hatte die **Agenzia Nazionale Turismo Italia** (italienisches Fremdenverkehrsamt) für 2020, eine BtoB Crossmediale Kampagne, mit dem Ziel, den Firmen, das Land für Besichtigungen und Seminare, näherzubringen.

Dieses Ziel wurde, mit Hilfe einer breit angelegten **Native Advertising-Kampagne,** zur Promotion der verschiedenen Regionen des Landes, erreicht.



EINE CROSSMEDIALE KAMPAGNE ZUR STEIGERUNG DER REICHWEITE

**Eine breit angelegte Native Advertising-Kampagne:
Die Komplementarität von Print und Digital auf wort.lu und Luxembourg Times**

LUXEMBOURG TIMES MAGAZINE

WORT.LU



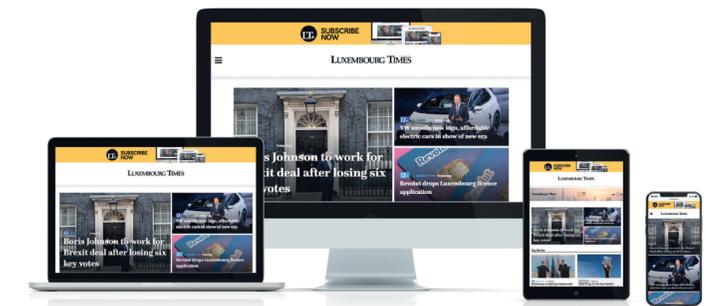
428.809 Unique Visitors pro Woche
1.281.010 Impressions pro Woche
02:02 Min. durchschnittliche Lesedauer



10.000 Exemplare

Vertrieb am Kiosk, Verteilung in strategischen
Businessbereichen oder per Abonnement
an Entscheidungsträger.

LUXTIMES.LU

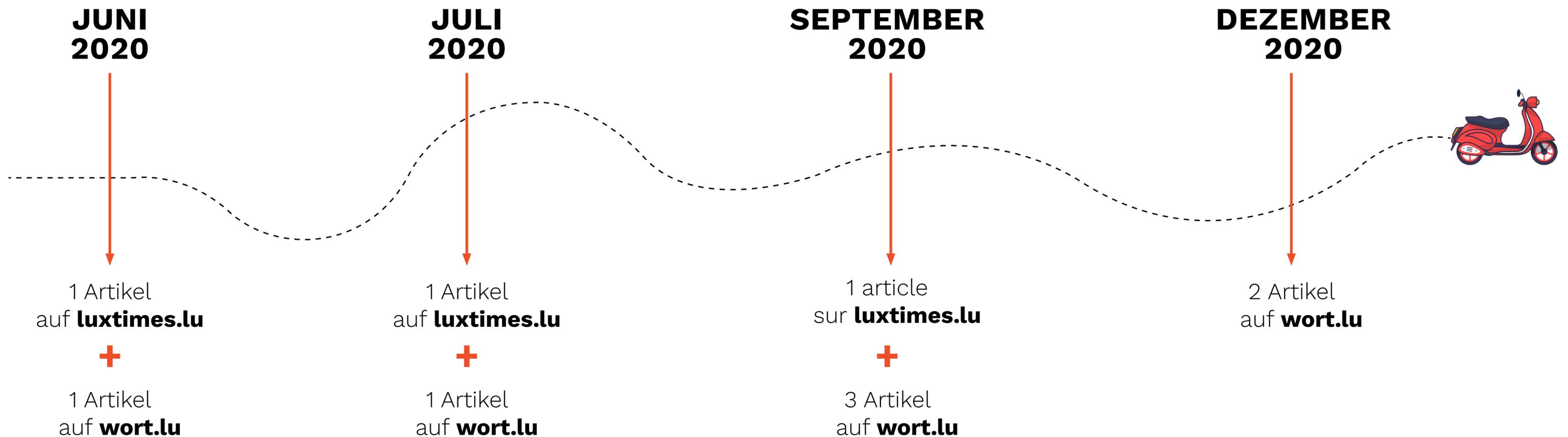


32.578 Unique Visitors pro Woche
78.615 Impressions pro Woche
01:41 Min. durchschnittliche Lesedauer

Quelle: Google Analytics Juni 2020

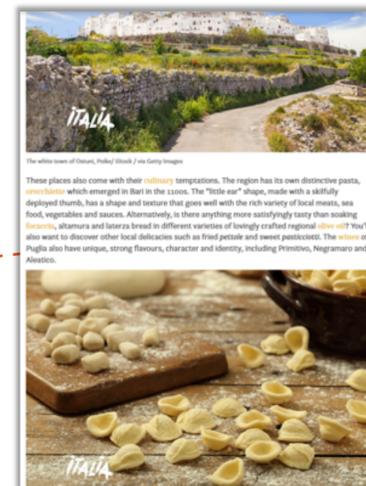
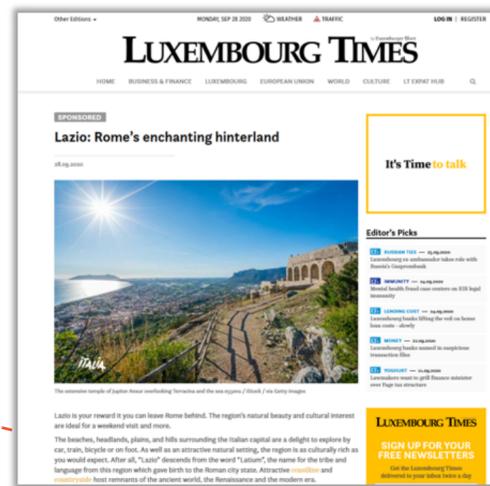
EINE CROSSMEDIALE KAMPAGNE IN ZWEI WELLEN

Agenzia Nazionale Turismo Italia hatte seine Kampagne auf 10 Native Beiträge, zwischen Juni und Dezember 2020, aufgebaut.



EINE KAMPAGNE. DIE DEN LESER MITREISSEN SOLLTE

Engagierter Journalismus, schöne Fotos und Ikonographie, um die Schönheiten und Vorzüge Italiens hervorzuheben.



Layout und Onlineschaltung aller Beiträge ausgeführt von Régie.lu

EINE ERSTE WELLE MIT DEM SCHWERPUNKT DIGITAL

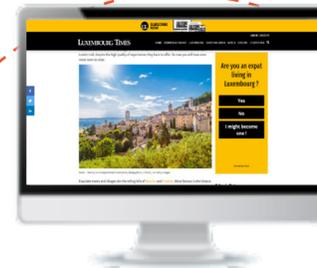
Zwischen Juni und Juli, erschienen auf wort.lu und luxtimes.lu, 4 Native Beiträge, zur Entdeckung der Hauptregionen Italiens.



Vom 15.06 bis 19.06
Emilia - Romagna
luxtimes.lu



Vom 22.06 bis 26.06
Friuli - Venezia - Giulia
wort.lu



Vom 06.07 bis 12.07
Umbria - Marche
luxtimes.lu



Vom 13.07 bis 19.07
Tuscany
wort.lu



DIE VORZÜGE

■ Eine Kampagne **in drei Sprachen**
(DE / FR / EN)

■ Jeder Artikel erschien **während einer Woche** auf 3 Websites.

■ Eine **Premium-Platzierung**
in Assoziation mit jeder Kampagne

DIE ZWEITE CROSSMEDIALE WELLE

Während September erschienen, 3 Native Beiträge auf luxtimes.lu, ein Artikel im Luxtimes Magazine, mit dem Ziel der Reichweiten-Steigerung.



21.09
Milan
Luxembourg Times
Magazine



Vom 14.09 bis 20.09
Molise
luxtimes.lu



Vom 20.09 bis 27.09
Puglia
luxtimes.lu



Vom 28.09 bis 04.10
Lazio
luxtimes.lu



DIE VORZÜGE

- Eine ausschließlich **englischsprachige Print- und Digital-Kampagne**
- Jeder Beitrag erschien **während einer Woche** auf allen Websites.
- Eine **Premium-Platzierung in Assoziation** mit jeder Kampagne

DIE LETZTE DIGITALE WELLE AUF WORT.LU

Im Dezember erschienen 2 Native Kampagnen auf wort.lu, mit dem Ziel, eine einkommensstarke Leserschaft zu erreichen.



Vom 07.12 bis 13.12
Rome
wort.lu



Vom 21.12 bis 27.12
Milan
wort.lu



DIE VORZÜGE

- Eine ausschließlich **Deutsch und Französischsprachige** Kampagne
- Jeder Artikel erschien **während einer Woche** auf allen Websites.
- Eine **Premium-Platzierung in Assoziation** mit jeder Kampagne

EINE GELUNGENE CROSSMEDIALE KAMPAGNE

Die Vielfältigkeit der Themen und Regionen wurden von den Website-Besuchern von luxtimes.lu, wort.lu und Leser des Luxembourg Times Magazine, aufmerksam verfolgt und geschätzt.

- Insgesamt war die Kampagne ein großer Erfolg, mit einem **weit überdurchschnittlichem CTR von mehr als 20%**.
- Eine **außerordentlich hohe Lesedauer (+30%)**, höher als die durchschnittliche Lesedauer pro Woche, bezeugt ein sehr hohes Interesse.



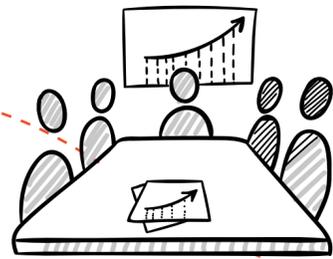
“

What I like about the campaign is the visibility through the whole year and the flexibility of the team: the commercial, the project manager and the journalists. We changed several time the publication scheduling due to the pandemic evolution and I really appreciated it. I also appreciated your willingness to work with different inputs from our side.

”

*Alfonso Santagata, Manager ENIT-Italian
National Tourist Board Brussels*

REGIE.LU: VIELSEITIGE EXPERTISE FÜR EINEN KOMPLETTEN SERVICE



Medienstrategie
zur Planung
der Kampagne



**Redaktion und
Übersetzung**
aller Beiträge



**Design und
Onlineschaltung**
aller Artikel



**Verwaltung
und Monitoring**
der Print- und Digital-Kampagnen

MEHR INFOS?

KONTAKTIEREN SIE UNS!



(+352) 4993 9000



info@regie.lu



www.regie.lu

regie.lu