

# AGENZIA NAZIONALE TURISMO ITALIA

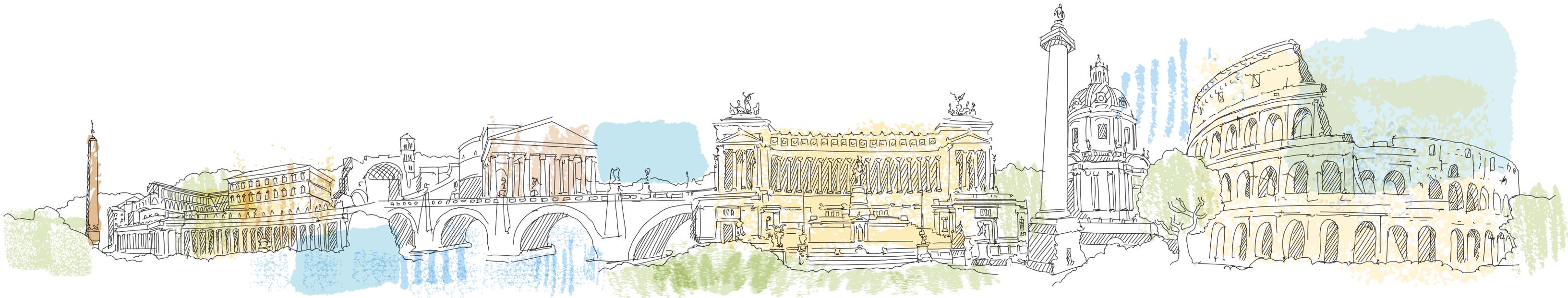
UNE CAMPAGNE DE CONTENT MARKETING  
EFFICACE À FORT TAUX  
D'ENGAGEMENT

## UNE CAMPAGNE CROSSMÉDIA POUR BOOSTER LE TOURISME VERS L'ITALIE

**Suite à la réouverture des frontières en Italie,**

**Agenzia Nazionale Turismo Italia** (Office de Tourisme en Italie) a lancé une campagne BtoB crossmédia en 2020 pour inciter les entreprises à visiter l'Italie et y organiser des séminaires.

**Pour atteindre cet objectif,** le client a choisi de mettre en œuvre une stratégie reposant sur le **native advertising** afin de promouvoir les différentes régions de l'Italie.



# UNE CAMPAGNE CROSSMÉDIA POUR AUGMENTER L'AUDIENCE

Un dispositif native advertising puissant :  
Une complémentarité print & digitale sur wort.lu et l'écosystème Luxembourg Times.

## LUXEMBOURG TIMES MAGAZINE

### WORT.LU



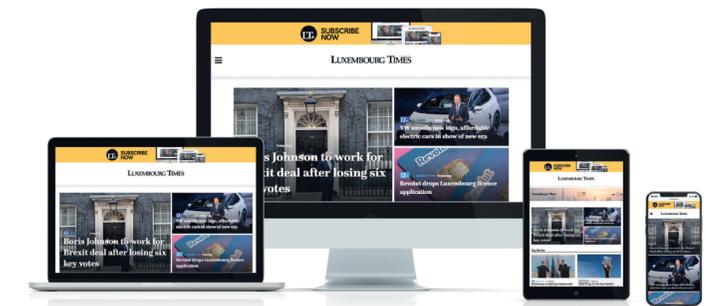
**428.809** utilisateurs uniques par semaine  
**1.281.010** pages vues par semaine  
**02:02 min** temps moyen de lecture



**10.000** exemplaires

Distribution en kiosque, dans des lieux business stratégiques et par abonnement à des décideurs.

### LUXTIMES.LU

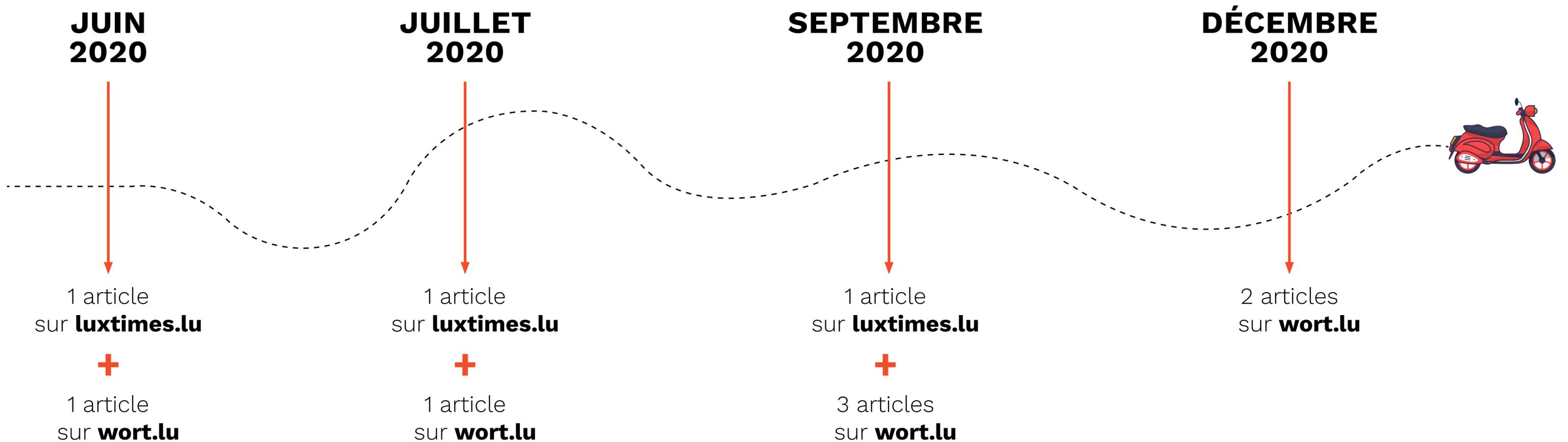


**32.578** utilisateurs uniques par semaine  
**78.615** pages vues par semaine  
**01:41 min** temps moyen de lecture

Source : Google Analytics Juin 2020

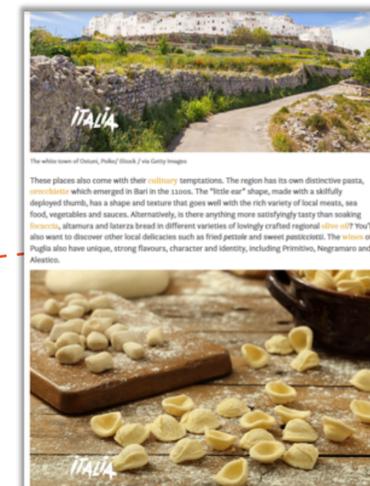
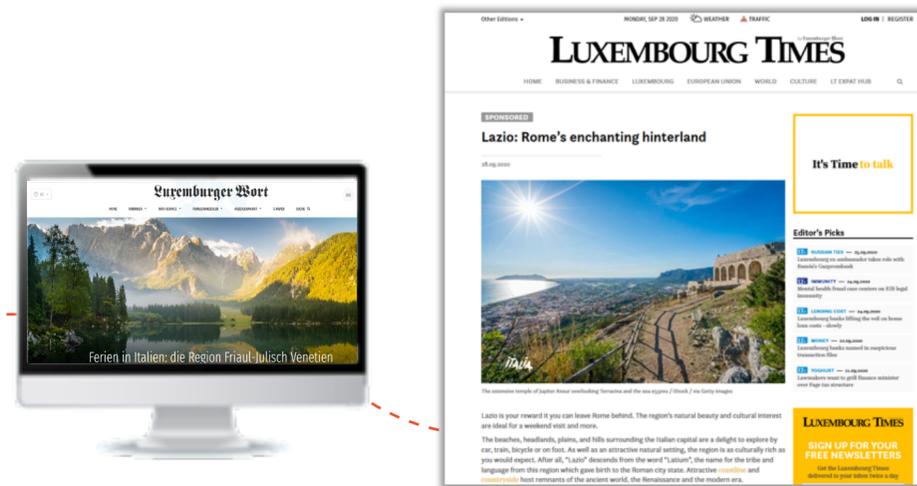
## UNE CAMPAGNE CROSSMÉDIA EN DEUX VAGUES

Agenzia Nazionale Turismo Italia a construit sa campagne autour de 10 articles native répartis de juin à décembre 2020



# UNE CAMPAGNE CRÉÉE POUR SÉDUIRE LES LECTEURS

Des articles engageants, de belles photos et iconographies pour mettre en valeur les beautés et les atouts de l'Italie.



Design et mise en ligne des articles réalisés par les équipes de Regie.lu.

## UNE PREMIÈRE VAGUE PORTÉE PAR LE DIGITAL

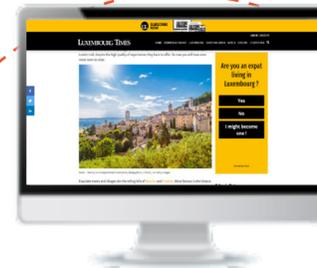
Entre juin et juillet, 4 articles native advertising ont été diffusés sur wort.lu et luxtimes.lu pour faire découvrir les principales régions d'Italie.



du 15/06 au 19/06  
**Emilia - Romagna**  
**luxtimes.lu**



du 22/06 au 26/06  
**Friuli - Venezia - Giulia**  
**wort.lu**



du 06/07 au 12/07  
**Umbria - Marche**  
**luxtimes.lu**



du 13/07 au 19/07  
**Tuscany**  
**wort.lu**



## LES POINTS FORTS

■ Une campagne **en trois langues**  
(DE / FR / EN)

■ Chaque article est **diffusé pendant une semaine** sur les sites

■ Un **slot emplacement premium associé** à chaque campagne

## UNE SECONDE VAGUE CROSSMÉDIA

En septembre, 3 articles native advertising ont été diffusés sur [luxtimes.lu](http://luxtimes.lu) et 1 article native dans Luxembourg Times Magazine pour augmenter le reach de la campagne.



21/09  
**Milan**  
Luxembourg Times  
Magazine



du 14/09 au 20/09  
**Molise**  
[luxtimes.lu](http://luxtimes.lu)



du 20/09 au 27/09  
**Puglia**  
[luxtimes.lu](http://luxtimes.lu)



du 28/09 au 04/10  
**Lazio**  
[luxtimes.lu](http://luxtimes.lu)

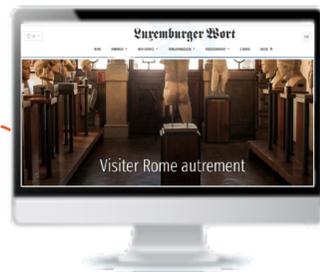


## LES POINTS FORTS

- Une communication exclusivement en **anglais** en **print** et **digital**
- Chaque article est **diffusé pendant une semaine** sur les sites
- Un **slot emplacement premium associé** à chaque campagne

## UNE DERNIÈRE VAGUE DIGITALE SUR WORT.LU

**En décembre, 2 articles native advertising ont été diffusés sur wort.lu pour engager une audience à haut pouvoir d'achat.**



du 07/12 au 13/12  
**Rome**  
**wort.lu**



du 21/12 au 27/12  
**Milan**  
**wort.lu**



## LES POINTS FORTS

- Une communication exclusivement en **allemand** et **français**
- Chaque article est **diffusé pendant une semaine** sur les sites
- Un **slot emplacement premium associé** à chaque campagne

## UNE CAMPAGNE CROSSMÉDIA RÉUSSIE

La diversité des sujets et la découverte des régions italiennes proposés ont permis d'engager les internautes et lecteurs de luxtimes.lu, wort.lu et Luxembourg Times Magazine.

- L'ensemble de la campagne a montré de très bon résultats, avec des **CTR largement supérieurs à la moyenne + 20%**.
- Des **temps de lecture élevés (+ 30%)**, supérieurs au temps de lecture moyen par semaine, démontrent également un fort taux d'engagement.



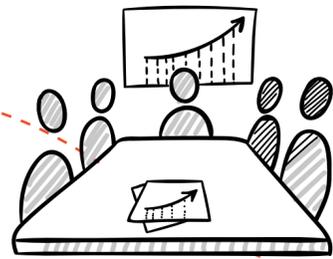
“

*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.*

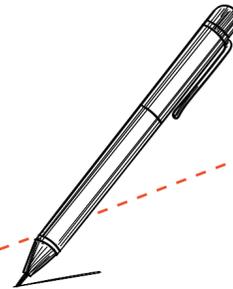
”

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

# REGIE.LU : DES EXPERTISES MULTIPLES POUR UN SERVICE TOTALEMENT INTÉGRÉ



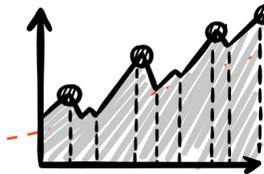
**Stratégie média**  
pour planification  
de la campagne



**Rédaction et traduction**  
des articles



**Design et mise en ligne**  
des articles



**Gestion et monitoring**  
des campagnes  
print et digitales.

# PLUS D'INFORMATIONS ?

---

CONTACTEZ-NOUS

 (+352) 4993 9000

 [info@regie.lu](mailto:info@regie.lu)

 [www.regie.lu](http://www.regie.lu)

**regie.lu**