

Il Sole
24 ORE

HOW TO SPEND IT

The New Luxury

dal 18 settembre

POLITICA COMMERCIALE SETTEMBRE 2020

Dal 18 settembre **HOW TO SPEND IT** è tutto nuovo

NUOVA PIATTAFORMA

Il **mondo del lusso** ha il suo **punto di riferimento** nel lettorato del Sole24Ore, professionisti e imprenditori, businessman dell'industria e della finanza. Per questo **HTSI si integra** ancor di più nella ricca offerta multimediale del Gruppo.

brand integration



Magazine



Specials



Nuovo sito, app, social



Libri e podcast



Eventi e talk

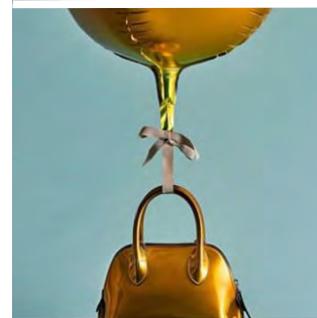
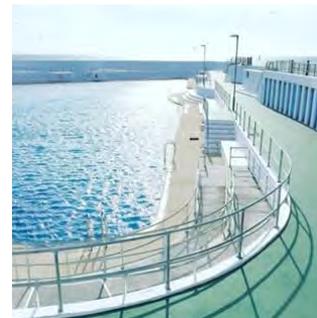


Video Storytelling

Dal 18 settembre **HOW TO SPEND IT** è tutto nuovo

Nuovo sito, app, social

- Nuovo sito integrato all'interno del Sole 24 Ore.
- Ancora più contenuti per dar spazio alla moda, alla cosmesi, ma anche a tutto l'extrasettore, dal design e arte, ad aste e collezionismo, viaggi, tecnologia, auto, barche, alta cucina e vini.
- Accanto agli articoli e ai servizi, fortemente improntati **all'EXPERIENCE**, le due specificità del canale HTSI saranno **VIDEOSTORIES** e **GALLERY** fotografiche.
- Il magazine è sempre disponibile **nell'app del quotidiano Il Sole 24 Ore** e in uno **sfoglio web dedicato**.
- **Instagram** sarà il luogo di elezione dove espandere la creatività e la progettualità digitale.



Dal 18 settembre **HOW TO SPEND IT** è tutto nuovo

Libri e podcast

Htsi sviluppa la sua offerta di lettura e di ascolto con le Guide dello stile (l'eleganza maschile e femminile, la casa e il ricevere, investire in arte), in differenti format. Un galateo del buon vivere in versione 5.0



Eventi e talk

Interviste e approfondimenti sul mondo del lusso e dello stile. On e off line



Video Storytelling

Le **experience** dei nostri partner. Coerentemente con la vocazione di HTSI allo **storytelling**, nuovi format di storie d'azienda, fatto di dietro le quinte e reportage video e fotografici.



IMG_1436

IMG_1455



**POLITICA COMMERCIALE
DAL 18 SETTEMBRE 2020**

HOW TO SPEND IT

**24ORE
SYSTEM**

Dal 18 settembre **HOW TO SPEND IT** è tutto nuovo

PARTNER OPPORTUNITY

Due le direttrici:

○ **ADVERTISING PARTNERSHIP STAMPA E DIGITAL:**

La sezione digital di HTSI non rientrerà nella pianificazione in ROS del Sole24ore.com **ma verrà pianificata a sponsoring settimanale** per permettere ai brand di valorizzare il contenuto con i formati display del Sole24ore.com

○ **BRANDED CONTENT su 2 fronti:**

- **NUOVI FORMAT DIGITAL «CREATI PER» IN COLLABORAZIONE CON LA REDAZIONE DI HOW TO SPEND IT**
- **PRODOTTI ON DEMAND FISICI E DIGITAL – COFFEE TABLE, BOOK SPONSORING, HOW TO EVENT.**



Dal 18 settembre **HOW TO SPEND IT** è tutto nuovo

BRANDED CONTENT

Tutti i nuovi format di Branded content della piattaforma sono pensati per ospitare la narrazione di brand partner nella formula «**Creato per**».

Saranno anche pensati dei percorsi editoriali a cui i Brand potranno affiancarsi attraverso **modalità di sponsorizzazione dedicate** su **format speciali**, per soddisfare esigenze di comunicazione puntuali o costruire progetti speciali con un percorso di racconto più ampio e multiformato.

Una narrazione efficace e coinvolgente che aiuta a posizionare, educare ed informare, nel più esclusivo contesto editoriale.

«CREATO PER» DIGITAL

Produzione ad hoc di Branded Content: articoli, gallery, video, backstage e branded podcast

BOOK

Libri e Coffe Table Books con distribuzione studiata insieme al partner.
Backstage

«How To Event»: Eventi on demand

realizzazione di appuntamenti ed eventi sia in location fisica che su piattaforma digitale con costruzione del palinsesto di contenuti e ospiti e comunicazione a supporto del progetto.



Dal 18 settembre **HOW TO SPEND IT** è tutto nuovo

BRANDED CONTENT DIGITAL

I format **Branded Content Digital «CREATI PER»** permettono ai Partner di costruire il contenuto con la redazione di HTSI, usando un linguaggio e un messaggio affine al brand. Si potranno declinare in CONTENUTI VIDEO, FOTOGALLERY O PODCAST con **tre FORMAT** suggeriti dalla redazione o con Format studiati con i singoli Brand:

HOW TO STORIES: video e/o podcast e/o fotogallery . Storytelling come guide allo stile, appuntamenti di taglio editoriale costruiti su temi condivisi e sponsorizzati dal brand con opportunità di product placement.

COMPANY TOUR: Video e/o podcast e/o fotogallery .HTSI nei luoghi dove nasce il lusso per un racconto di brand che parte dal *made in*.

BACKSTAGE: Video e/o podcast e/o fotogallery . Il racconto di un momento significativo di un brand: una sfilata, un evento, uno shooting con lo sguardo di **HTSI**

