

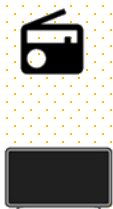


**CAMPAGNA BRANDING**



- welcome
- il network Best Western
  - brand e posizionamento
  - sviluppo
- Best Western acquisisce WorldHotels
- performance in Italia – 2018 e forecast 2019
- marketing strategy 2019
- partnership con Rai

2017



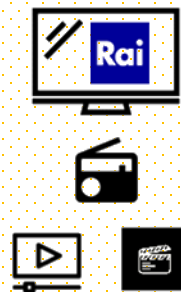
95.000.000 contatti lordi

2018



100.000.000 contatti lordi

2019

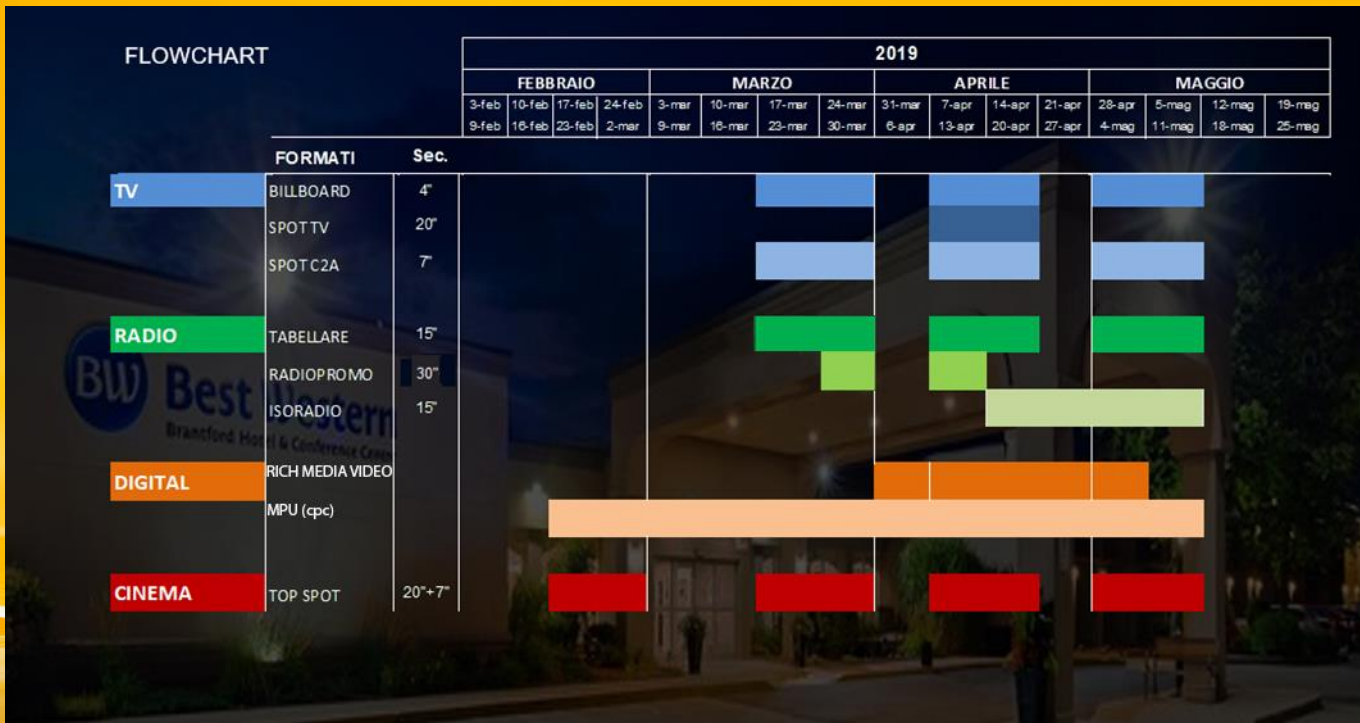


quasi 195.000.000 contatti lordi

# VALORE AGGIUNTO DELLA PARTNERSHIP

- grande copertura
- affinità
- multicanalità
- sviluppo dei formati

# MEDIA MIX & TIMING



Rai

WELCOME TO  
TODAY'S  
BEST WESTERN

BW | Best Western.  
Hotels & Resorts

# Pianificazione MEDIA RAI BEST WESTERN 2019

## Luca Poggi

Vice President Lombardy region rai pubblicità

Rai Pubblicità



Vib



Sadie



Residency

Best Western PLUS

Aiden

BW Premier  
COLLECTION  
by BEST WESTERN

GL



Sure Hotel  
COLLECTION  
by BEST WESTERN

# LA NOSTRA OFFERTA CROSSMEDIALE



**L'istituzione del CINEMA\***

**20 | 600**

Mio. contatti anno | Schermi

Rai Radio 1

Rai Radio 2

Rai Radio 3

Rai Isoradio

**La RADIO sempre on-air**

**7 | 14%**

Mio. contatti giornalieri | Copertura

Rai Radio Tutta Italiana | Rai Radio Techete'

Rai Radio Live | Rai Radio 2 Indie

Rai Radio 1 Sport

Rai 1 | Rai 2 | Rai 3 | Rai 4

Rai Gulp | Rai Sport



Rai News 24 | Rai Movie

**La TV Nazionale**

**37.4 | 72%**

Mio. contatti giornalieri | Copertura

Rai Premium

Rai Italia | Rai Storia | Rai 5 | Rai YoYo



**L'unconventional DIGITAL\***

**59,5 | 6,1**

Mio. Video views | Mio. Di U.U.

Rai Play

\*Digital & Cinema possibilità di offerte geolocalizzate

\*Digital: Audiweb 2.0, Novembre 2018, Webtrekk, Gennaio 2019





35-64	Passaggi	Contatti	Grp's
	559	85,6 Mio	325



35-64	Passaggi	Contatti	Grp's
	546	45,4 Mio	173



Formati	Impression	Click (CPC)
Floor Ad	1.500.000	-
Spot Video	300.000	-
Medium Rectangle	-	8.000



	Passaggi	Contatti	Schermi
A	117.404	2,05 Mio	595

\*Stime e tariffe base omologo anno precedente, suscettibili di variazioni; ipotesi Montalbano da verificare dopo uscita listini di periodo; salvo venduto;









Migliore performance degli ultimi 13 anni

Un autunno da record per Rai che insieme a La7 è l'unico editore a segnare share in crescita vs 2017  
Sui nuovi Spendenti l'ascolto RAI si consolida ulteriormente

**AUTUNNO  
2018 / INVERNO  
2019**

9 settembre-  
19 gennaio

ALL TIME	INDIVIDUI	vs 2017	SPENDENTI 3.0
	37,2	+0,5	36,7
	30,8	-3,0*	28,7
	4,2	+0,9	4,6
	7,8	-0,1	9,4
	6,5	-0,4	6,8
	13,5	+0,7	13,8

NOTA: Altre tv Include altri editori minori (SHR% <1%) e tutte le reti rilevate ma non pubblicate | \* delta Mediaset senza 20 e Focus cha aggiungono circa 1,5 SHR%

## Scenario ascolti TOTALE EDITORI – ALL TIME

Nella fascia di maggior ascolto le crescite di RAI sono le più marcate e aumentano la distanza vs MDS in forte difficoltà

**AUTUNNO  
2018 / INVERNO  
2019**

9 settembre-  
19 gennaio

	PRIME TIME	INDIVIDUI	vs 2017	SPENDENTI 3.0
		38,1	+1,4	37,9
		31,1	-4,2*	29,3
		4,9	+1,1	5,1
		8,9	-0,1	10,4
		5,8	-0,1	6,0
		11,3	+0,4	11,3

NOTA: Altre tv Include altri editori minori (SHR% <1%) e tutte le reti rilevate ma non pubblicate

\* delta mediasegno su base 2017 Focus che aggiunge circa 1,5 SHR%



# Le 10 fiction più viste del 2018

#1

**IL COMMISSARIO MONTALBANO**

nuovi episodi



Ind > 6.9 M | 29.5%

#2

**L'AMICA GENIALE**



Ind > 6.9 M | 29.5%

#3

**DON MATTEO 11**



Ind > 6.8 M | 28.7%

#4

**DE ANDRÈ PRINCIPE LIBERO**



Ind > 6.2 M | 24.8%

#5

**IL CAPITANO MARIA**



Ind > 5.9 M | 25.3%

#6

**LA VITA PROMESSA**



Ind > 5.6 M | 25.2%

#7

**NERO A METÀ**



Ind > 5.4 M | 23.3%

#8

**ROMANZO FAMILIARE**



Ind > 5.2 M | 22.1%

#9

**L'ALLIEVA 2**



Ind > 5.1 M | 21.9%

#10

**NON DIRLO AL MIO CAPO 2**



AMR | SHR



Rai

# LO SPORT

I numeri del calcio, e non solo, nel bouquet Rai ...



Rai 1

UEFA CHAMPIONS LEAGUE  
JUVENTUS – MANCHESTER U  
7 novembre 2018  
AMR 6.034.000



Rai 1

UEFA NATIONS LEAGUE  
POLONIA - ITALIA  
14 ottobre 2018  
AMR 8.170.000



Rai 2

CAMPIONATO MONDIALE  
PALLAVOLO MASCHILE  
ITALIA - SERBIA  
26 settembre 2018  
AMR 3.154.000



Rai 2

CAMPIONATO MONDIALE  
PALLAVOLO FEMMINILE  
SERBIA - ITALIA  
20 ottobre 2018  
AMR 5.881.000

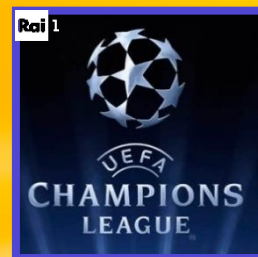
Rai Pubblicità



# LO SPORT DI RAI

## I GRANDI NUMERI DEL CALCIO RAI

Gli Azzurri sono un'esclusiva RAI, capace di intercettare il più alto numero di telespettatori



**7,7 mio**  
am individui

**44,1%**  
sh individui



**5,6 mio**  
am individui

**33,3%**  
sh uomini



**5,0 mio**  
am individui

**27,8%**  
sh uomini



**6,4 mio**  
am individui

**36,6%**  
sh uomini

Picco di **8,5 mio** con la partita *Polonia-Italia* il 14 ottobre

I primi quattro match trasmessi su Rai1 hanno raggiunto **oltre 24,5 mio di**

La finale del 9 maggio Juventus-Milan ha raggiunto **oltre 10 mio di** audience con

Gli Azzurri conquistano ascolti tre volte superiori a quelli ottenuti dalle altre Nazionali su MDS

**contatti**

**+51%** sugli Uomini





Rai



Rai Pubblicità





**BW** | **Best Western®**  
Hotels & Resorts

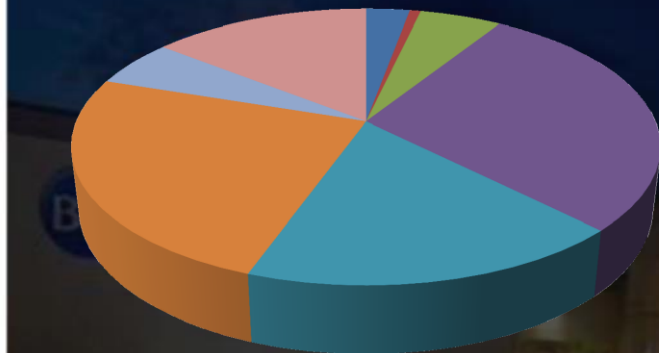
**559 comunicati**

**FORMATI:**

- Billboard
- Spot 7"
- Spot 20"



## Ingombro per canale televisivo



Rai 1	16
Rai 2	4
Rai 3	30
Rai Movi	160
Rai Premi	100
Rai New	138
Rai Sport	31
Rai 4	80

- Rai 1
- Rai 2
- Rai 3
- Rai Sport + HD
- Rai Movie
- Rai Premium
- Rai News 24

Rai

**Rai Premium**

La fiction e intrattenimento top  
della tv generalista

**Rai Movie**

Il canale *all movie* con le crescite  
più importanti sul profilo giovane

**Rai News 24**

La prima scelta degli italiani tra i  
canali all-news

**Rai Sport + HD**

Il canale sportivo grazie al  
palinsesto ricco di eventi

Rai Pubblicità



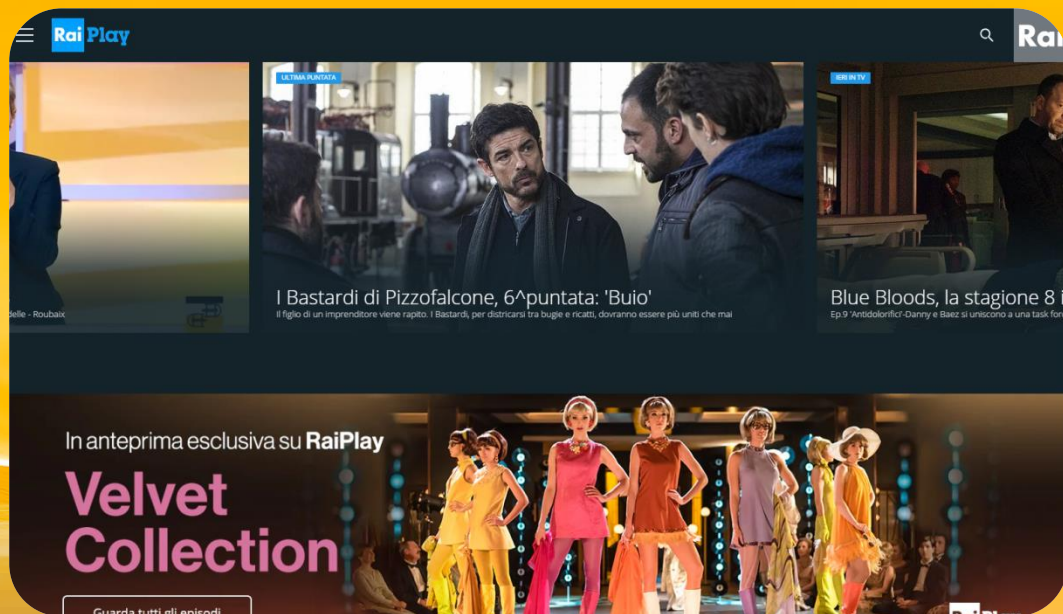
**BW** | Best Western.  
Hotels & Resorts

1.800.000 impressions RaiPlay

Formati previsti

- Floor AD
- Spot Video
- Medium Rectangle (8.000 click)

# RaiPlay: la piattaforma Rai Digital



**6,1**  
milioni  
utenti unici



**59,5**  
milioni  
video views



**3h**  
**22'**  
tempo speso

**77%** VOD  
**23%** LIVE



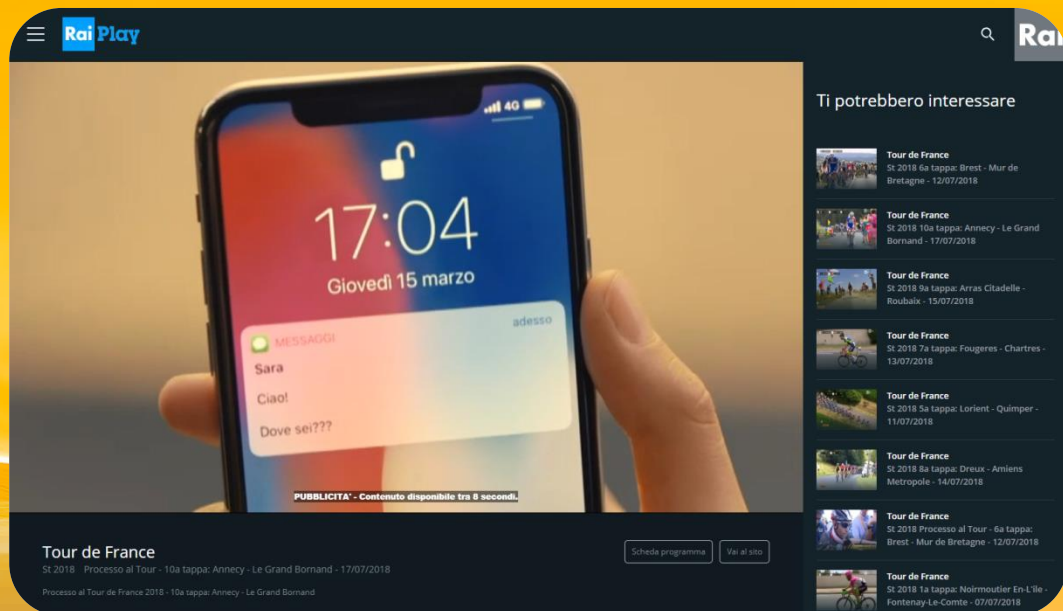
**target**  
di alta  
qualità



**52%** del  
traffico da  
mobile



# RaiPlay: Video Advertising di qualità



Impaginazione ADV

1

un solo inserzionista per break

Video Spot

90%  
viewability

70%  
vtr

# 546 passaggi Radio

Spot tabellari e radio promozioni



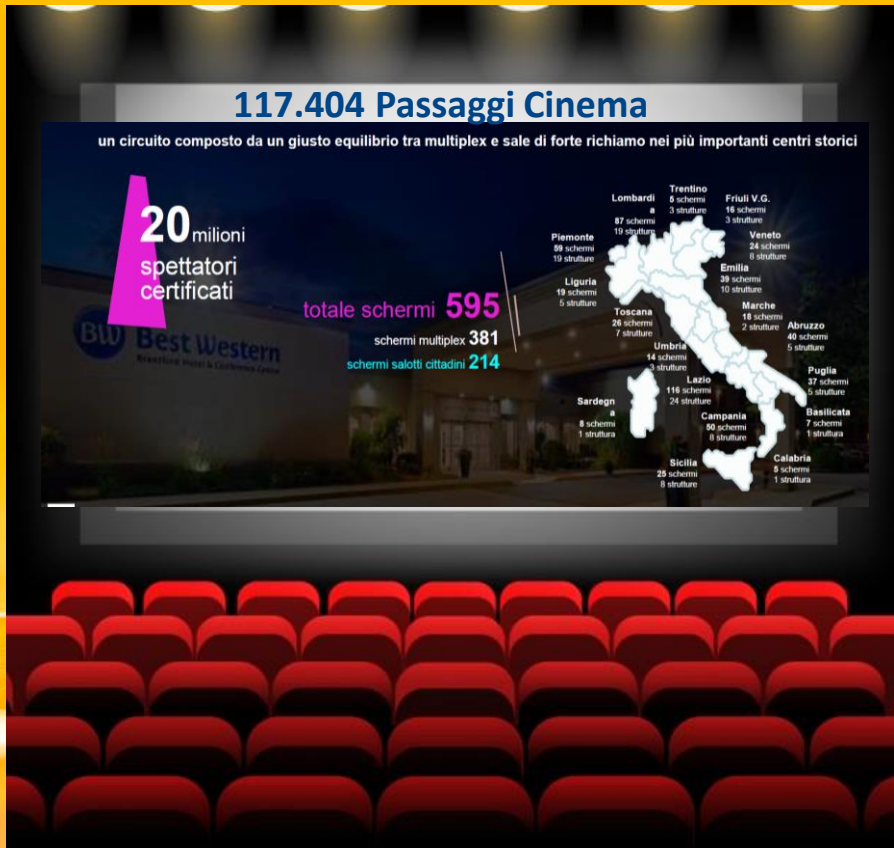


# 117.404 Passaggi Cinema

un circuito composto da un giusto equilibrio tra multiplex e sale di forte richiamo nei più importanti centri storici

**20** milioni  
spettatori  
certificati

totale schermi **595**  
schermi multiplex **381**  
schermi salotti cittadini **214**



Il **70%** della popolazione Italiana adulta guarda Rai

- VIDEO SPOT 20”

