



PETRONAS & SARDEGNA EXPERIENCE

Analisi di Performance e Brand Integration Narrativa

IL SUCCESSO IN NUMERI



> **190.000**

Visualizzazioni
Organiche YouTube

La miglior performance
digitale della stagione.



> **730.000**

Contatti Diretti
Stimati

Reach combinata TV + Digital
(Utenti Unici + Views).



**MODELLO
MULTI-PIATTAFORMA**

TV Nazionale (Sky + DTT)
+ Coda Lunga Digitale.

IL PROGETTO “SARDEGNA EXPERIENCE”



IL FORMAT

Un tour motociclistico di una settimana sulle strade della Sardegna, trasformando un viaggio di gruppo in un racconto editoriale.

IL RUOLO DI PETRONAS

Main Sponsor & Partner Tecnico. Il brand accompagna 22 moto diverse e i mezzi di supporto.

LA DISTRIBUZIONE

Una strategia integrata su Sky (Canale 809), Digitale Terrestre (Canale 244) e piattaforme digitali.

“Non un semplice parcheggio di loghi, ma una prova su strada reale.”

OLTRE LO SPOT: LA BRAND INTEGRATION NARRATIVA

INTERRUZIONE PUBBLICITARIA



Il brand interrompe
l'esperienza dello spettatore.

INTEGRAZIONE ORGANICA



Petronas non
interrompe il
racconto, **è parte**
del racconto.

- ✓ **CONTESTUALIZZAZIONE:** Il prodotto appare nel momento del bisogno reale (manutenzione).
- ✓ **CREDIBILITÀ:** Non è un attore a parlarne, ma meccanici e piloti durante l'azione.
- ✓ **VALORE:** Il brand è associato alla soluzione tecnica indispensabile.

IL BRAND COME PROTAGONISTA: ESEMPI REALI



Richiesta esplicita durante
la preparazione dei mezzi.

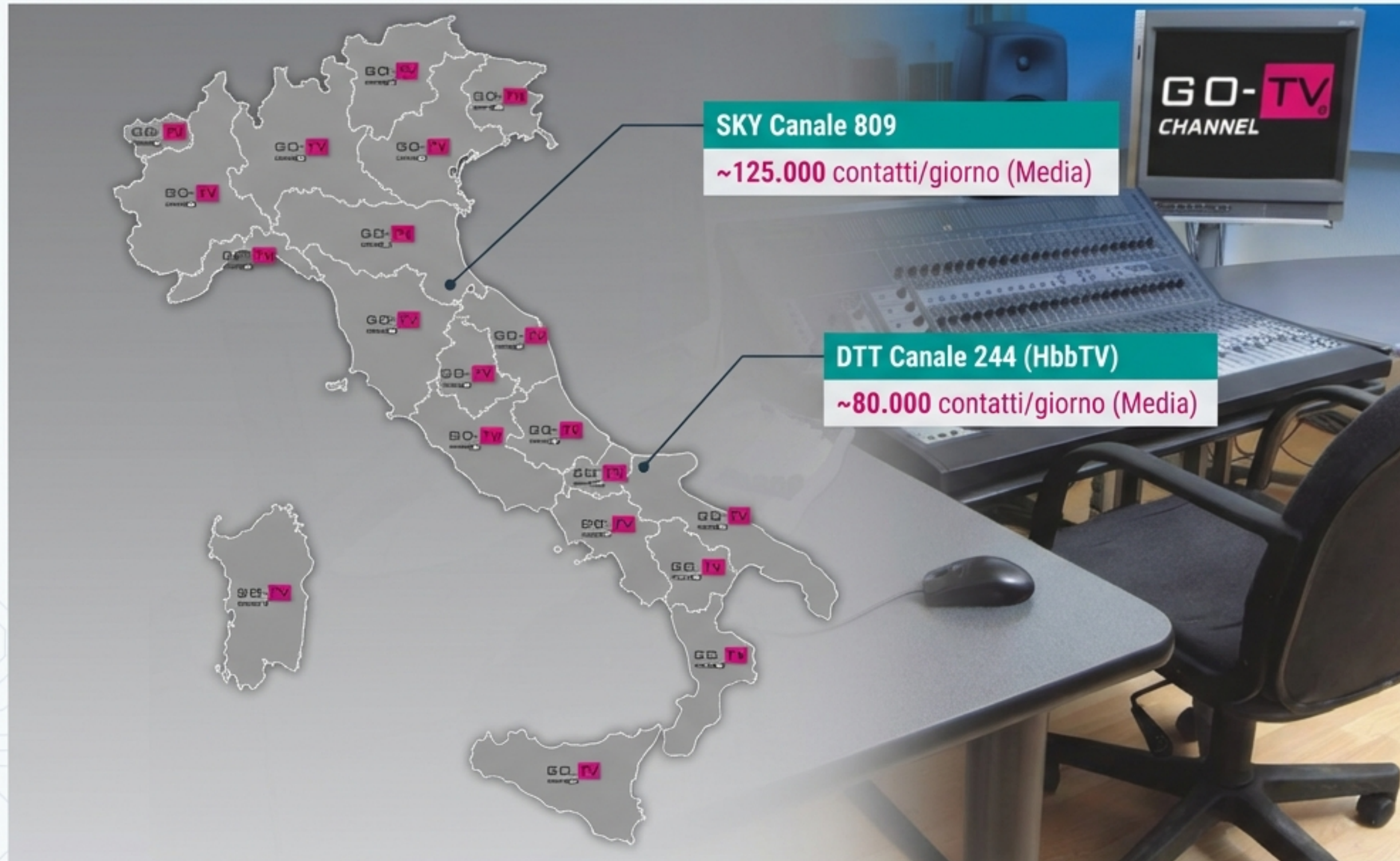


Associazione diretta tra brand
e affidabilità tecnica.

Il brand è presentato come partner indispensabile per la manutenzione di moto e furgone di supporto.



LA PIATTAFORMA GO-TV: POTENZA DISTRIBUTIVA



COPERTURA NAZIONALE

Presenza capillare su piattaforme TV lineari e digitali.

VOLUME

Una base solida di oltre 200.000 contatti giornalieri medi combinati.

LA STRATEGIA DI MESSA IN ONDA

L'EVENTO (PRIME-TIME)



Prima messa in onda in fascia di massima audience per creare impatto immediato.

LA FREQUENZA (REPLICHE)



Ripetizioni distribuite (Mattina, Pomeriggio, Weekend) per intercettare target diversi.

IL RISULTATO

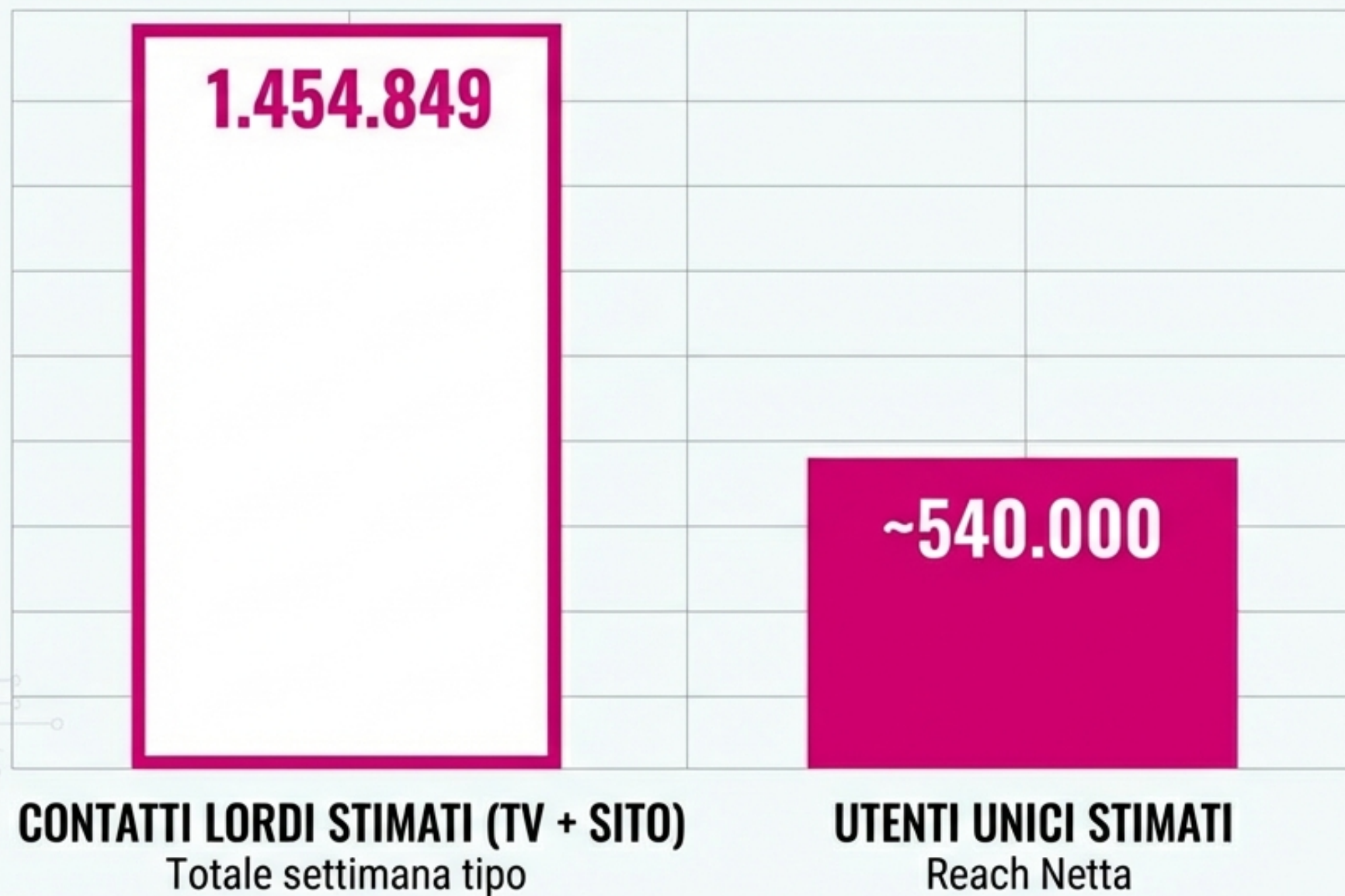


Copertura dell'intero bacino d'ascolto settimanale dell'emittente.

Il brand è presentato come partner indispensabile per la manutenzione di moto e furgone di supporto.



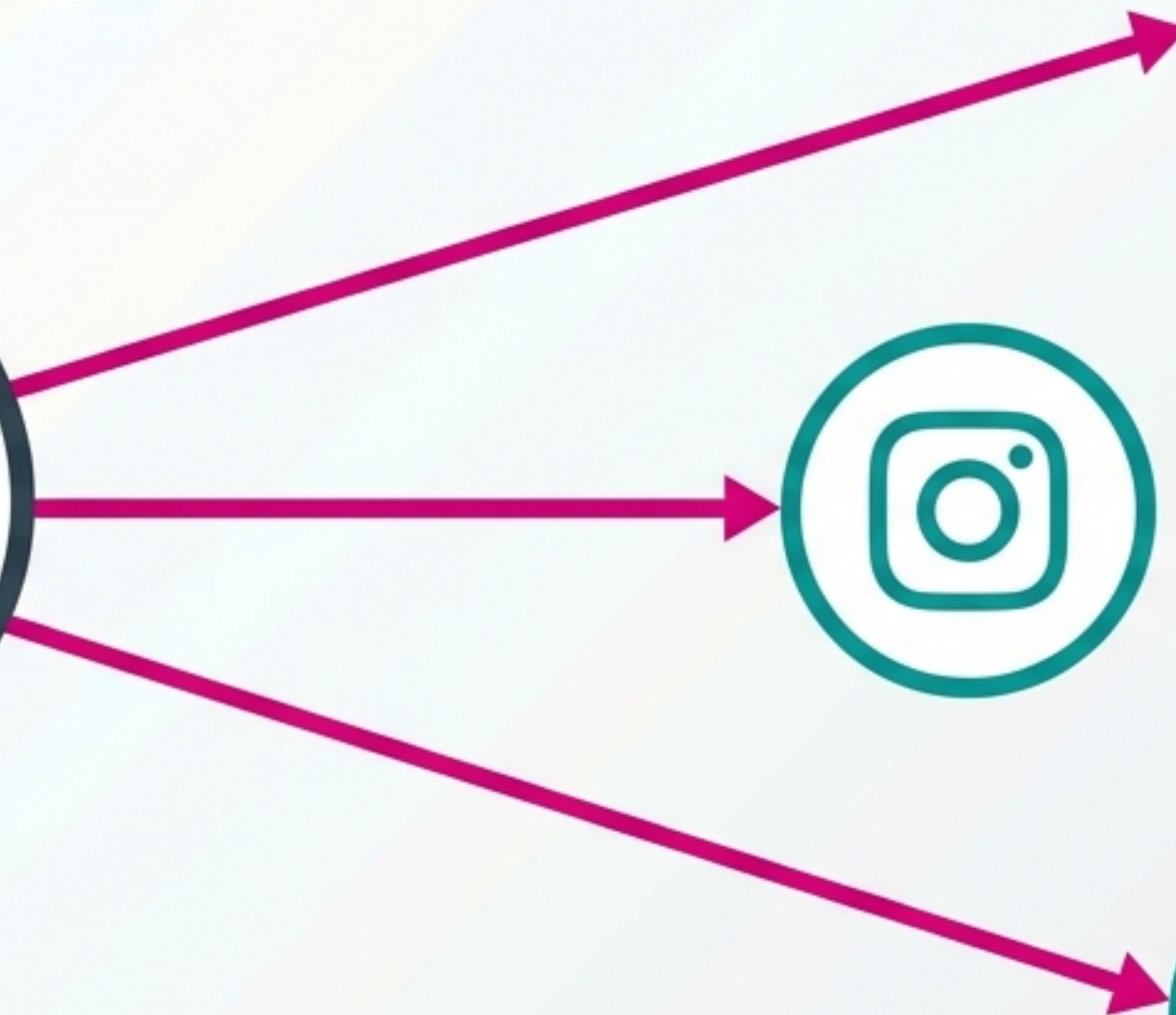
PERFORMANCE TV: I DATI SETTIMANALI



INSIGHT:

La puntata ha intercettato l'intero bacino settimanale potenziale del canale.

L'ECOSISTEMA DIGITALE: THE LONG TAIL



YOUTUBE:

Per la community e fruizione on-demand (76k+ iscritti).



SOCIAL:

Per la promozione e clip brevi (164k+ views recenti).



STREAMING SITO:

Per la fruizione live via web (85k contatti/mese).

La TV crea l'evento, il Digitale estende la vita del contenuto.

RECORD DI PERFORMANCE SU YOUTUBE



> **190.000**
VISUALIZZAZIONI ORGANICHE

- ✓ **BEST IN CLASS:** La miglior performance digitale dell'intera stagione.
- ✓ **QUALITÀ:** Visualizzazioni non sponsorizzate, indice di alto interesse.
- ✓ **EVERGREEN:** Un contenuto che continua a generare valore nel tempo.

IMPATTO TOTALE: TV + DIGITAL

$$540.000 + 190.000 = > 730.000$$

Utenti Unici TV Stimati

 Visualizzazioni YouTube

REACH COMBINATA

Stima di visibilità potenziale cross-piattaforma (TV Lineare + On Demand).

PERCHÉ HA FUNZIONATO: KEY TAKEAWAYS



CREDIBILITÀ NARRATIVA

Integrazione tecnica
reale vs. Spot
pubblicitario forzato.



COPERTURA STRUTTURATA

Il mix di Prime-Time
(Impatto) e Repliche
(Frequenza) ha saturato
il bacino.



QUALITÀ EDITORIALE

Produzione televisiva
professionale che eleva
la percezione del brand.

NOTA METODOLOGICA: CRITERI DI ANALISI



FONTI DATI: Dati medi forniti dall'emittente (Contatti/Giorno Sky e DTT).

PROIEZIONE: Applicazione di un indice 'nazionale' di variazione settimanale (proxy Auditel) per stimare la curva di ascolto dal Lunedì alla Domenica.

DEFINIZIONI:

- **Contatti Lordi:** Somma totale delle esposizioni.
- **Utenti Unici (Reach):** Stima dei singoli individui raggiunti al netto delle duplicazioni, basata su modelli di frequenza.

