

OLTRE 100 MILIONI DI CONTATTI AL SERVIZIO DELLE AZIENDE CLIENTI DI RHEX: E' ON AIR SUI MEDIA LA CAMPAGNA PROMOZIONALE DI RIMINI HORECA EXPO

Rimini, 22 ottobre 2012 – Porsi al servizio delle aziende clienti di RHEX – Rimini Horeca Expo – offrendogli visibilità e nuovi pubblici.

Con questo obiettivo, Rimini Fiera ha lanciato un'articolata promozione sui media per un forte segnale di sostegno dei mercati di riferimento di RHEX (Rimini Fiera 23-26 febbraio 2013), la manifestazione che fonde in un unico, innovativo evento le precedenti esperienze di SIA Guest e Sapore.

Articolata su due step – espositori e visitatori – la campagna raggiungerà complessivamente oltre 100 milioni di contatti lordi.

E' già "on air" sui principali media specializzati con il coinvolgimento dei più grandi Gruppi editoriali, tra gli altri, Bema Editrice, DDA, Edifis, Edinterni, Global Trade Media, Il Sole 24 Ore, Mida, Reedbusiness, Tecniche Nuove, TTG Italia, Tuttopress, autentici partner di RHEX. Vedrà poi il prezioso supporto dei media specializzati di riferimento delle più autorevoli associazioni di settore (da Ehma a Federalberghi, a Fipe, Fic, Italgrob, solo per citarne alcune).

Oltre ai media specializzati, la campagna coinvolgerà anche la grande stampa: quotidiani, radio, tv, web, out of home.

Proprio in questi giorni è visibile (in partnership con il Gruppo Class) sui 201 schermi del circuito televisivo del Gruppo posizionati ai gate d'imbarco negli aeroporti di Milano – Malpensa e Linate – e Roma – Fiumicino e Ciampino: ogni giorno, 50 spot catturano l'attenzione del pubblico internazionale. Il Gruppo Class racconterà di RHEX anche sul web e su alcuni dei suoi media cartacei, dal quotidiano **Italia Oggi** a **Milano Finanza** a **Gentlemen**.

Sempre in tema di stampa economica, RHEX si è affidata a **LA REPUBBLICA / AFFARI&FINANZA** con l'obiettivo di offrire ai lettori focus e approfondimenti su quanto ruota intorno al canale **H0.RE.CA.** e alla manifestazione.

Ai nastri di partenza oggi la promozione con **QN – Il Resto del Carlino, La Nazione e il Giorno** -: su **QUOTIDIANO.NET** una campagna web che sventa per originalità e concretezza d'obiettivo richiama in questi giorni l'attenzione su RHEX..

Prossime operazioni con i media locali e regionali, una grande campagna radio e tv nei mesi di dicembre e gennaio, un fortissimo coinvolgimento dei social e dunque anche l'imprescindibile sostegno virale alla manifestazione

completano la campagna che è stata **firmata dallo studio Tassinari/Vetta** in collaborazione **con l'Agenzia Relè** e **pianificata da Barabino & Partners**, società leader in Italia nella comunicazione d'impresa **che di RHEX cura anche le media relation nazionali**, mentre **quelle regionali e locali sono affidate a Nuova Comunicazione Associati.**