

**ON AIR LA CAMPAGNA DI RE/MAX ITALIA
PER CELEBRARE L'OPEN HOUSE DAY NAZIONALE
CON UN'ATTIVITA' DI CO-MARKETING CON WALT DISNEY**

Milano, 24 marzo 2010 – **RE/MAX Italia** - che fa capo al più diffuso network internazionale di franchising immobiliare - **lancia una campagna istituzionale multicanale ad hoc per annunciare l'Open House Day nazionale del 27 marzo 2010.**

Questa edizione dell'Open House Day nasce sotto l'egidia di un sodalizio, quello tra Walt Disney Studios Home Entertainment e RE/MAX che lo scorso gennaio ha sponsorizzato l'uscita sul mercato dell'home video del film campione d'incassi UP.

La campagna studiata per comunicare l'appuntamento con l'Open House Day (formula introdotta per la prima volta in Italia da RE/MAX per visitare gli immobili che aderiscono all'iniziativa senza alcun appuntamento per l'intera giornata, ottimizzando i tempi e soddisfacendo la curiosità e le esigenze di chi cerca casa) - ha infatti come **filo conduttore l'immagine della casa-mongolfiera, simbolo quest'ultimo che contraddistingue nel mondo il marchio del noto network immobiliare.** E come nel film il protagonista, l'anziano Carl Fredricksen 'porta' in volo, insieme al boiscout Russel, la propria casa nel luogo dei sogni, così RE/MAX trova la casa dei sogni nel posto desiderato.

E per suggellare questo speciale sodalizio a tutti coloro che visiteranno gli immobili aperti il **27 marzo 2010** verrà **consegnato in omaggio il quaderno illustrato Disney Pixar UP.**

La nuova campagna pubblicitaria, studiata intorno al **claim "Vendi e trova casa a tempo di record con RE/MAX"** vuole sottolineare che il 27 marzo rappresenta un'opportunità da cogliere al volo per visitare gli immobili senza vincoli di tempo o impegni di appuntamento, con l'assistenza professionale di consulenti immobiliari RE/MAX.

Oltre alla campagna stampa pianificata dagli affiliati sulla stampa locale come vetrina degli immobili in mostra, la comunicazione fa leva su alcuni canali per promuovere l'Open House Day nazionale, puntando su mezzi come l'on-line e la radio.

Infatti la campagna sarà declinata **on line** con **banner** sui principali **portali specializzati di settore** e su alcuni portali **generalisti** (come google e pagine gialle) e anche attraverso una comunicazione mirata sulla propria pagina di **Facebook** di **RE/MAX Italia**, a riprova dell'importanza assunta dai social network.

La comunicazione si arricchisce inoltre di uno **spot**, proposto in tre versioni, volto alla visibilità del brand sull'emittente radiofonica RDS in **onda questa settimana.**

La campagna pubblicitaria - **ideata dall'agenzia di pubblicità In Action**, in stretta **sinergia con il dipartimento marketing di RE/MAX Italia**, che ne cura anche la pianificazione - sarà **on air fino al 27 marzo 2010**, giorno dell'Open House Day Nazionale.

E' stata svolta inoltre un'attività **ad hoc di direct mailing** per informare dell'evento coloro che si sono rivolti al network perché interessati all'acquisto di una casa.

RE/MAX Italia www.remax.it

Re/Max Italia fa capo a Re/Max International Inc., il più diffuso network internazionale di franchising immobiliare che conta 7 mila agenzie affiliate e oltre 100 mila consulenti immobiliari in 72 Paesi nel mondo. Nell'ambito del Gruppo, Re/Max Italia si è conquistata un posto di leadership, tra i Paesi dove è presente il network a livello internazionale, per la crescita annuale del network di agenzie affiliate sul territorio nazionale. Re/Max Italia conta oggi una rete oltre 200 agenzie affiliate su tutto il territorio nazionale e 1.400 consulenti immobiliari.

Ufficio Stampa RE/MAX Italia

RdP Strategia e Comunicazione srl

tel. 02 7490794 - fax 02 70006596 - rdp@rdp.it