



# PANROTAS

PANROTAS

ONLINE

DIGITAL CHANNELS

## 2019 Media Kit



## PANROTAS – We make business opportunities for your company possible

A communication, event, and market intelligence company for the Travel and Tourism industry. Established in 1974, it puts together and customizes events, print publications (including digital versions), news portals, web, websites, and actions and activations in trade fairs, congresses, and social networks.

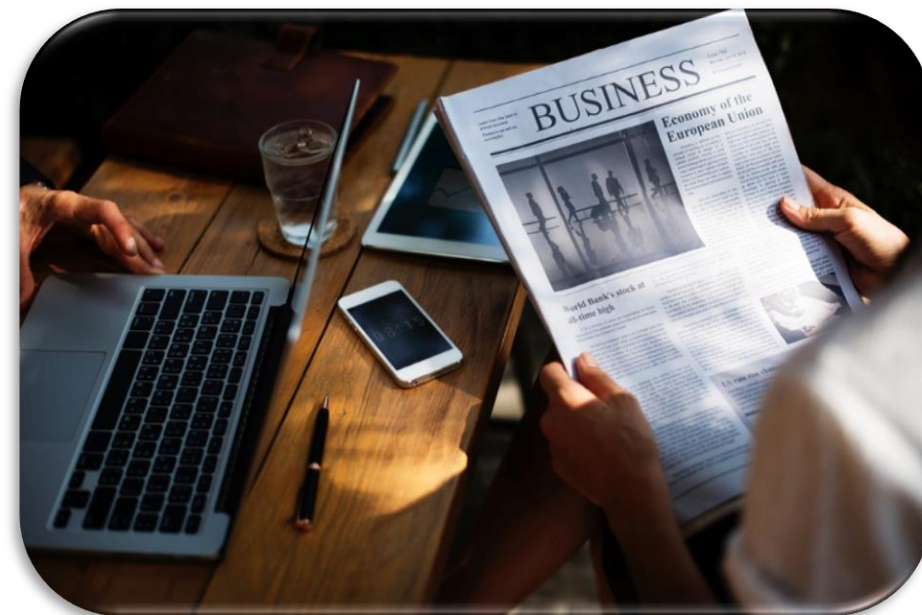
Headquartered in São Paulo, with offices in Brasília, Rio de Janeiro, and Miami, PANROTAS is the leading Corporate Travel content producer, working closely with the industry's production chain, airlines, hotels and hotel chains, car rental companies, cruise lines, distribution and booking services, travel insurance cards, official tourism offices, trade organizations, tech companies, and others.

## WHAT IS IT?

Advertising done as editorial stories.

Created by the client and reviewed by our writers. Usually used to develop advertising content with deeper goals: explain ideas; talk about the product/campaign; generate positive associations.

*According to Walter Longo, former Abril president: “There should be a natural symbiosis between advertising and content. They need to act synergistically and spontaneously, and the ad should not interrupt, but generate interest.” And he added: “The goal is to turn storytelling into story-selling”.*





## MSC YACHT CLUB: UM IATE PARA CHAMAR DE SEU



Para os hóspedes que buscam por uma experiência exclusiva, o MSC Yacht Club é a opção ideal a bordo do novo MSC Seaview. O navio que é a principal novidade da MSC Cruisers para o Brasil nesta temporada traz uma área privilegiada com luxuosas suítes, serviços diferenciados e instalações privadas dedicadas aos viajantes que optam por navegar nesta experiência especial. Descubra um iate dentro do navio. Com ambientes sofisticados, serviço de mordomo e recepção concierge 24 horas, o MSC Yacht Club oferece exatamente o tipo de experiência de primeira classe que os viajantes mais

exigentes esperam. De espaços exclusivos como o Top Sail Lounge e restaurante, piscina e solário, todos os fatores compõem essa viagem luxuosa.

### SERVIÇOS EXCLUSIVOS

No MSC Yacht Club, os viajantes têm um tratamento diferenciado desde o momento de sua chegada, com check-in exclusivo e prioritário. Um mordomo, sempre disponível a qualquer hora do dia ou da noite, o acompanhará à suíte, onde terá à disposição um mobiliário completo de cortesia. Ao longo do trajeto, ainda será apresentado à recepção

concierge, disponível durante as 24 horas do dia. É que tal mergulhar nas águas tranquilas de uma piscina privada, relaxando em um solário, apreciando bebidas premium e refeições gourmet? O MSC Yacht Club proporciona tudo isso, além de toda a infraestrutura e entretenimento do restante do navio.

### SUÍTES DESLUMBRANTES

As luxuosas acomodações do MSC Yacht Club, localizadas em uma área privilegiada do navio – a proa – oferecem um conforto inigualável a bordo do MSC Seaview, graças à meticulosa atenção aos mínimos detalhes. Os cômodos MyFirst Memory, junto a um menu de travessia Dorland, roupa de cama e toalhas de banho feitas de algodão egípcio, banheiro com mármore e bebidas à-la-carte em todos os restaurantes e bares do navio são apenas alguns dos benefícios ao hóspede que viaja nesta parte do navio, mas não para por aí. Que tal um quarto com sua própria banheira privada de hidromassagem na varanda? A suíte Royal te oferece essa regalia.

### LUXO RELAXANTE

O hóspede do MSC Yacht Club tem acesso ao MSC Aurea Spa, um paraíso de tranquilidade e conforto. Com seu interior luxuoso de pedra natural, madeira nobre e ricos mosaicos, é o ambiente perfeito para restaurar o equilíbrio natural da mente e do corpo. O viajante ainda desfruta de inúmeros benefícios, como o uso da área termal e de um espaço ideal para receber qualquer um dos diversos tratamentos e massagens disponíveis no catálogo desse spa balneário de primeiro mundo.

### DESTINOS

No Brasil, além do MSC Seaview, o MSC Fantasia também oferece o luxo e a sofisticação do MSC Yacht Club. Pelo mundo, os hóspedes encontram o MSC Yacht Club no Caribe, nos Estados Unidos, na Europa, nos Emirados Árabes Unidos, na Índia, na China e no Japão. ■

28 de novembro a 4 de dezembro de 2018 – PANROTAS | 27



## BEST WESTERN E PESSOAS QUE FAZEM HISTÓRIA

São as histórias pessoais que tornam as experiências inesquecíveis a Best Western Hotels & Resorts mergulha mais profundamente no lado humano da hospitalidade com a série 'Todo Hóspede Tem uma Jornada'. A primeira parte da série, chamada de 'Todo Guerreiro de Estalagem Tem uma Jornada', compartilha as histórias dos viajantes de negócios de hoje e destaca os membros do Programa Best Western Business Advantage. Já no final do ano, a empresa ainda oferecerá uma visão das jornadas dos membros do Best Western Rewards – famílias, casais, animais de estimação, excursionistas, entre outros.

Uma prévia da iniciativa pode ser vista no nosso canal do YouTube. **Acesse via QR CODE ou pelo link:**  
[bit.ly/best-western-campanha](http://bit.ly/best-western-campanha)



Embora os resultados extraordinários de nossa transformação possam ser vistos por meio de nosso portfólio dinâmico de marcas, expansão da presença nos principais mercados e reconhecimento do setor, são realmente os hóspedes por trás da marca que definem a Best Western de hoje", disse o presidente e CEO da Best Western Hotels & Resorts, David Kong.



### TUDO NOVO DE NOVO

Cabe lembrar que a recém-lançada série 'Todo Hóspede Tem uma Jornada' é, na verdade, uma continuação da campanha 'Best Western de Hoje'. Em 2018 a Best Western Hotels & Resorts apresentou ao setor de viagens para representar o passado rico e colorido da rede enquanto celebrava o sucesso dos dias atuais. A iniciativa incluiu uma série especial 'Por trás das marcas', que aumentou a conscientização sobre o portfólio contemporâneo e diversificado da Best Western e ofereceu aos viajantes uma visão da evolução da empresa.

### FUTURO JÁ CHEGOU!

Estamos animados para um ano de inovação contínua, trazendo a empresa para uma nova era e compartilhando nossa jornada com os viajantes", afirma David Kong, e, de fato, vem muita coisa por aí: frutos das boas práticas de empresa reconhecidas em 2018. A Best Western comprovou seu compromisso com a modernização no ano passado ao ser reconhecida pela Fast Company como uma das empresas mais inovadoras do mundo. Ela também se dedicou à diversificação, como a primeira do setor a introduzir duas marcas boutique (Sadie HotelSM e Aiden HotelSM), que concorrem nos segmentos de alto e de alto escalão médio, respectivamente. A rede continuou a fazer valiosas melhorias em seu programa de fidelidade Best Western Rewards, oferecendo mais recompensas e reconhecimento para associados Elite, além de generosas promoções para membros de todos os níveis. Assim, o

programa de fidelidade ficou entre os cinco melhores no 'Melhores Programas de Recompensas Hoteleiras de 2017-2018' do News & World Report, pelo 10º ano consecutivo. À medida que continuamos flexíveis e pensamos estrategicamente no próximo ano, continuaremos atendendo às expectativas dos viajantes de hoje e de nossos proprietários de hotéis. E estamos focados em elevar a percepção de nossa marca por meio de iniciativas como a série 'Todo Hóspede Tem uma Jornada', disse Dorothy Dowling, vice-presidente sênior e diretora de Marketing da Best Western Hotels & Resorts.

### PLENA EXPANSÃO

A Best Western Hotels & Resorts tem planos de expansão global: 610 projetos de hotéis estão atualmente na pipeline internacional da rede. Mais de 50% serão novas construções. Na América do Norte, a Best Western Hotels & Resorts planejou 954 hotéis com 351 mil quartos, mais da metade deles para as marcas Best Western e Best Western Plus. Fora da América do Norte, mais 246 locais internacionais com mais de 25 mil quartos estão sendo implementados. Na Europa, haverá cerca de 150 novos hotéis. Hoje, a Best Western oferece marcas principais e associadas em todo o mundo. Essa diversidade oferece aos operadores de hotéis, desenvolvedores e investidores a oportunidade de selecionar o conceito certo para seu próprio produto. Ao mesmo tempo, o portfólio diversificado torna mais fácil para os viajantes reconhecerem o hotel certo. ■

26 | PANROTAS – 28 de novembro a 4 de dezembro de 2018

8 | PANROTAS – 17 a 23 de abril de 2019

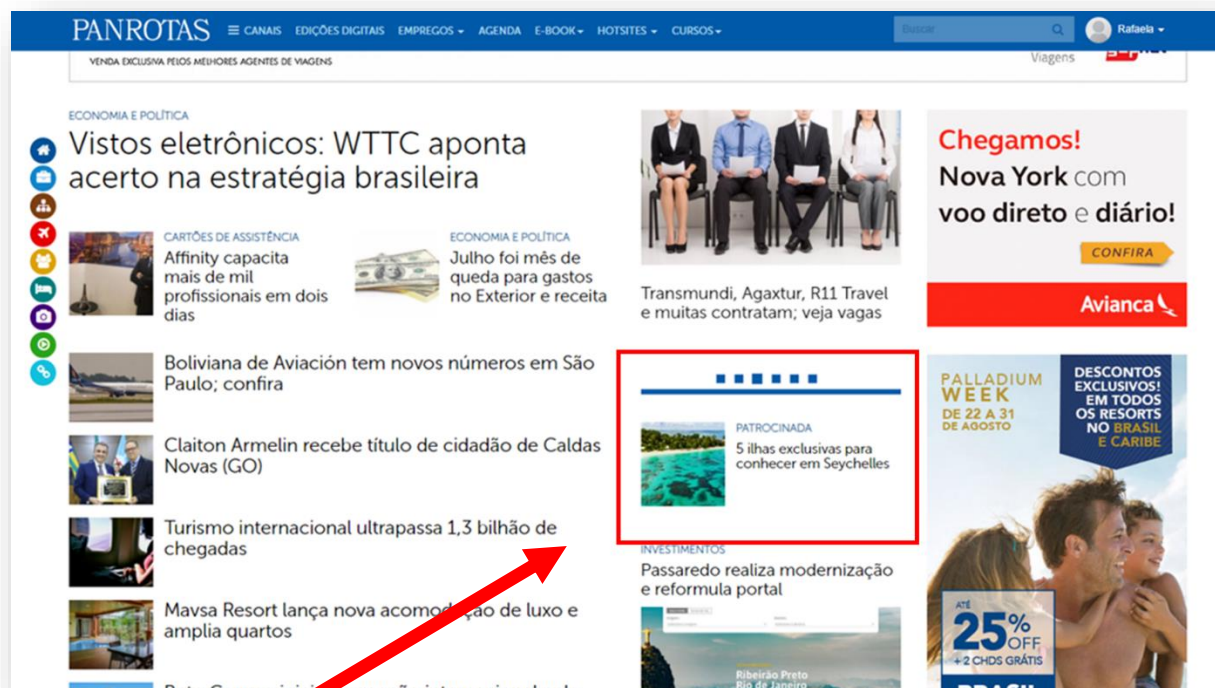
17 a 23 de abril de 2019 – PANROTAS | 9

MSC ADVERTORIAL

BEST WESTERN ADVERTORIAL

## INCLUDING:

- A post on PANROTAS Web Portal.
- Three days featured on the Portal.



## SEYCHELLES ADVERTORIAL

## WHAT IS IT?

Content linked to the brand's universe.

A four-hand solution between client and PANROTAS to find innovative solutions to convey the brand message.

It's a quality, relevant editorial aligned with the client's goals.

Strategic communication aimed at the target audience.

Content produced by PANROTAS to suit the channels' visual identity with the client's approval.



## WHAT IS IT?

Incentivized Content – Produced by PANROTAS's writers, looking for themes that generate associations with the brand according to each client's strategy.

The screenshot shows the PANROTAS corporativo website. The main article is titled "Confira cinco tendências que nortearão as viagens de incentivo" (Check out five trends that will guide incentive travel). The article discusses the importance of incentive travel for team building and productivity. It mentions that incentive travel is not just about fun, but also about learning and professional development. The article is dated 18/04/2017 and is by Karine Dall'Alto. There are social media sharing icons for Facebook, Twitter, and LinkedIn. Below the article, there are sections for "LIDAS" (Featured) and "EMPREGOS" (Jobs). The "LIDAS" section includes a link to "Uma TMC Digital B.I. Integrado ao ERP em tempo real" and a link to "LOCADORAS DE VEÍCULOS". The "EMPREGOS" section includes a link to "Mercado" and a link to "Aviação".

The screenshot shows the PANROTAS corporativo website. The main article is titled "300.000 hotéis" (300,000 hotels). The article discusses the importance of corporate events and how they can be used to build a strong corporate culture. It mentions that corporate events are not just about fun, but also about learning and professional development. The article is dated 12/01/2017 and is by Felipe Constantino. There are social media sharing icons for Facebook, Twitter, and LinkedIn. Below the article, there are sections for "LIDAS" (Featured) and "EMPREGOS" (Jobs). The "LIDAS" section includes a link to "HT" and a link to "TRANSMERICA". The "EMPREGOS" section includes a link to "Mercado" and a link to "Aviação".