

ROYAL HIDEAWAY

LUXURY HOTELS & RESORTS

Royal Hideaway presenta le storie di viaggio dei suoi ospiti in una campagna realizzata dal fotografo Francesco Carrozzini

Il grande fotografo ha catturato alcuni momenti speciali, trasmettendo il claim: *The art of fine moments*.

Giugno 2018. – Alcuni hotel sono così raffinati che regalano ai visitatori esperienze memorabili, vissute una volta sola nella vita. Molteplici sono le magiche situazioni che rendono il soggiorno presso gli hotel [Royal Hideaway Luxury Hotels and Resort](#) speciale.

Le emozioni che gli ospiti vivono sono l'ispirazione che sta alla base della **campagna marketing** realizzata da **Francesco Carrozzini**. Il fotografo, figlio di Franca Sozzani, ha catturato gli ospiti in momenti unici per comunicare l'impeccabile natura del marchio Royal Hideaway dalla prospettiva cinematografica, come in un film. L'intera campagna mira a distinguersi dal classico approccio, a cui vengono aggiunti storia, realtà e sensazioni.

Il marchio Royal Hideaway presenta una nuova immagine grazie all'interpretazione artistica del suo motivo conduttore, **The art of fine moments**, tramite fotografie in cui gli ospiti dell'hotel vengono immortalati dall'esperto obiettivo di Carrozzini per personificare le esperienze straordinarie e irripetibili che possono essere vissute in questi hotel.

La campagna ha avuto luogo presso il **Formentor, un hotel Royal Hideaway**, uno stabilimento iconico, ormai parte della storia di Maiorca. Ubicato in una delle isole più importanti dell'area, affacciato sulla spiaggia di Formentor, è stato un crocevia per importanti personaggi, poeti, musicisti e attori come la **Principessa Grace Kelly, la Regina Sofia di Spagna, Jane Birkin, Charles Chaplin o Winston Churchill**.

Un unico concetto: The art of fine moments

Lo storytelling di un brand è strettamente legato alle esperienze dei suoi clienti, per questo motivo Francesco Carrozzini utilizza l'esperienza di Barcelò Hotel Group e l'importanza che viene data agli ospiti delle strutture Royal Hideaway, rendendoli protagonisti di una campagna di comunicazione che sottolinea la forte vena espansiva del brand e rinforza il suo concetto di *The art of fine moments*. Questa idea si traduce in strutture che sono esse stesse l'esperienza della vacanza, grazie alle loro posizioni che consentono di approfondire gli aspetti unici delle destinazioni.

L'artista: Francesco Carrozzini

Solamente un esperto fotografo come Francesco Carrozzini, cresciuto scattando fotografie ad attori, musicisti e artisti, poteva interpretare al meglio l'eleganza e la connessione culturale che definisce il marchio Royal Hideaway. Carrozzini è l'emblema naturale dei valori del brand: curiosità artistica, discrezione, raffinatezza, storia e tradizione familiare. Caratteristiche, queste, che definiscono anche le immagini della campagna, realizzate con una forte ispirazione cinematografica. Si distinguono infatti dal tradizionale approccio visibile normalmente nel settore alberghiero.

ROYAL HIDEAWAY

LUXURY HOTELS & RESORTS

Carrozzini, icona della nuova generazione di fotografi di moda, ha guidato diversi progetti audiovisivi, nominati anche ai Festival di Venezia e Cannes. I suoi ritratti hanno fatto da copertina ad alcune tra le pubblicazioni più importanti nel mondo della moda.

About the Barceló Hotel Group:

Barceló Hotel Group è nato a Palma di Maiorca (Spagna) 85 anni fa ed è la terza catena alberghiera in Spagna e la 42esima al mondo. Barceló Hotel Group vanta un totale di 243 hotel a 4 e 5 stelle, più di 53.000 stanze in 21 paesi. Dal 2016 si presenta con un nuovo modello di business, che consiste in un'evoluzione dell'architettura dei marchi del Gruppo, attraverso quattro nomi: Royal Hideaway, Barceló, Occidental e Allegro.

Il Gruppo è di proprietà della famiglia Barceló da tre generazioni.

Riguardo il brand Royal Hideaway:

"The art of fine moments" è lo slogan che perfettamente definisce il marchio Royal Hideaway Luxury Hotels & Resorts. Posizionato nel segment lusso, la catena alberghiera ha riposizionato alcuni dei suoi più emblematici hotel, focalizzati sul lusso esperienziale: La Bobadilla, a Royal Hideaway Hotel; Hotel Formentor, a Royal Hideaway Hotel; Asia Gardens, a Royal Hideaway Hotel; e Royal Hideaway Sancti Petri, ai quali si aggiunge il nuovo Royal Hideaway Corales Resort.