

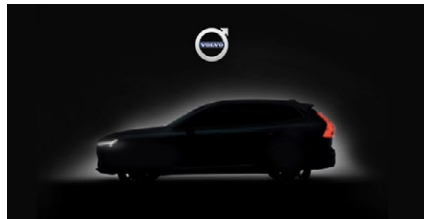
Creatività & Marketing

DUE SERATE IN CUI LA VETTURA SARÀ PRESENTATA IN ANTEPRIMA

Prodea Group, dopo una gara, firma i reveal di Volvo XC60 a Roma e a Bologna

Dopo il lancio avvenuto in occasione del Salone internazionale dell'automobile di Ginevra lo scorso mese di marzo, **Volvo** approda sul mercato italiano facendo toccare con mano, dopo il grande successo della XC90, il suo ultimo gioiello **XC60** in 'stile svedese', votato alla sicurezza e alla praticità. **Prodea Group**, l'agenzia torinese fondata da **Marco Cicchetti** e **Corrado Camilla**, è una delle due agenzie che si sono aggiudicate la gara indetta da **Volvo Car** per il tour di presentazione del nuovo modello

e ha realizzato gli eventi previsti nelle città di Roma e Bologna, appuntamenti che seguono quello inaugurale di Milano. A Roma la nuova XC60 sarà svelata agli ospiti presso la Lanterna di Fuksas: la vettura sarà posizionata centralmente all'interno della sala e il momento di reveal sarà annunciato sui grandi schermi LED, sugli stessi verrà anche mostrato il video emozionale e di prodotto. A Bologna l'evento invece si svolgerà nella storica e spettacolare corte



vivere un'esperienza di reveal tecnologica ed immersiva, tramite 6 grandi schermi LED posizionati sul perimetro della corte ed un grande cubo centrale creato con schermi LED. L'evento è previsto

sempre alla sera tramite inviti dedicati a VIP, giornalisti e clienti selezionati: a Roma e Bologna è prevista una fase pomeridiana aperta al grande pubblico. Alle serate di presentazione della nuova Volvo XC60 saranno presenti le dj Melanie Estella, artista italo olandese, e la dj Agness.



CAMPAGNA OUTDOOR

CENTRO CONVENIENZA ARREDI SBARCA A ROMA

'Lupa, compragliela 'na cameretta ai gemelli': è quanto si legge su uno dei cartelloni che annunciano per il 25 maggio la prossima apertura - all'interno del Centro Commerciale RomaEst - di un punto vendita **Centro Convenienza Arredi**, il decimo per l'azienda e il primo a Roma e nel Centro Italia.

L'azienda di arredamento made in Italy che ha fatto

del 'bello che costa poco' il suo cavallo di battaglia, ha scelto un linguaggio ironico e leggero per parlare ai cittadini della Capitale e dintorni, rivolgendo improbabili consigli per arredare la casa a personaggi noti e amati dai romani, attingendo al mondo dello sport, della politica, della storia e dello spettacolo. La creatività è realizzata internamente.

email marketing
email platform
performance marketing

ketchupadv.com

