

CONCORSI

## ATC collabora con Fini per il contest “Con noi a Modena”



Nuovo cliente e nuovo incarico per Linea ATC Brand Design and Communication, che firma il contest promosso da Fini “Con noi a Modena”, on air dal 5 febbraio al 30 aprile. L’attività, destinata alle insegne della grande distribuzione e associata alla gamma “I Granripieni”, è gestita dall’agenzia sia off che online e comprende la realizzazione dei materiali pop, del sito dedicato e della

creatività per gli annunci Facebook. ATC ha dato un contributo importante alla strategia proponendo un concept e una meccanica attinenti al posizionamento del brand, fortemente ancorato ai valori dell’italianità e dell’autentica cucina modenese. Ogni settimana, infatti, il consumer partecipa all’estrazione di un weekend a Modena scegliendo la propria experience tra i tre diversi temi dell’arte, dei motori e della buona tavola. Il premio giornaliero consiste invece in un buono Amazon da 100 euro.

EVENTI

## Radio Italia partner del “Lorenzo Live 2018”



Partito il 12 febbraio dal Forum di Assago il tour di Jovannotti, che lo vedrà protagonista di ben 65 date, 40 delle quali già sold out in 11 città italiane, avrà come partner Radio Italia. Così, oltre ad aver sostenuto l’uscita dell’album “Oh Vita” e il singolo di lancio del nuovo lavoro di Jovannotti, programmato in alta rotazione sulle proprie frequenze, l’emittente ha sviluppato per la promozione del tour un massiccio piano di comunicazione dedicato,

coordinato e distribuito su tutti i propri mezzi: radio, tv, sito e social. Visibilità garantita anche attraverso una campagna affissioni e su stampa terza. Radio Italia ha inoltre riservato agli ascoltatori la possibilità di vincere i biglietti per i live e in occasione della prima data del tour è stata allestita la “Radio Italia Social Room”, salotto social dove influencer, vip e amici di Lorenzo si sono incontrati per condividere tutte le emozioni del suo live.

EVENTI

## Prodea Group per la convention nazionale di Yves Rocher

Prodea Group, agenzia di comunicazione leader nel settore degli eventi e nella gestione di attività promozionali, ha firmato la convention nazionale 2018 di Yves Rocher, brand francese leader nel campo della cosmetica. Svoltasi il 6 e 7 febbraio, all’interno dell’A-tahotel Expo Fiera di Milano Rho-Però l’agenzia ha allestito uno spettacolare Led 10x3 e una scenografia dal forte impatto green in stile Yves Rocher. La convention è stata caratterizzata da una componente digital – pensata e creata ad hoc – per permettere a tutti i partecipanti di condividere sui propri canali social i differenti momenti della giornata e arrivare, grazie alle dirette fa-

cebook, ad espandere la Yves Rocher Experience a più di 9000 persone. La convention è stata anche l’occasione per lanciare la nuova linea Hydrà Végétal, presentata attraverso proiezioni olografiche in 3D dei prodotti direttamente sugli schermi degli smartphone degli ospiti.

