

Derby Blue sulla metro milanese: un intero vagone brandizzato per tutto il mese di marzo

20230310122214trenom5milano-derbyblue1-91c17fd3

La nuova generazione dei succhi di frutta **Derby Blue Senza Zuccheri Aggiunti** sale a bordo della metropolitana di Milano. Per tutto il mese di marzo, **un treno della linea M5** (linea lilla) sarà **brandizzato con immagini, colori e claim del marchio di Conserve Italia**, che in occasione dei **25 anni della bottiglia blu** ha rivoluzionato la propria offerta ai bar italiani con una nuova gamma di 17 gusti dall'alto contenuto di frutta (in particolare della filiera agricola italiana) e senza l'aggiunta di zuccheri.

“Con 4 milioni di viaggiatori al mese sui treni attivi lungo 19 fermate per il collegamento nord-nord ovest di Milano, la linea M5 rappresenta il canale adeguato per parlare ad un target di riferimento di Derby Blue come studenti e lavoratori di una grande città, con particolare attenzione proprio al pubblico giovanile” spiega **Gabriele Angeli**, Direttore Marketing Horeca di Conserve Italia.

*“Questa iniziativa rientra nella più ampia strategia di comunicazione dedicata ai 25 anni della bottiglia blu di Derby Blue, che ha venduto oltre 1 miliardo di pezzi, e contestualmente al lancio della nuova linea senza zuccheri aggiunti; con la brandizzazione di un treno della metro di Milano, puntiamo a **consolidare ulteriormente la notorietà del brand** sia verso i consumatori che verso gli stessi gestori dei punti vendita”.*

Il treno con immagini e colori Derby Blue della metropolitana M5 di Milano ha fatto il suo debutto sabato scorso 4 marzo e **continuerà ad accompagnare i viaggiatori fino alla fine del mese; al suo interno, la comunicazione** del brand dei succhi di frutta, **impattante e immersiva**, è dedicata in particolare a raccontare la novità della gamma senza zuccheri aggiunti presente nei bar italiani.

Il [QR code](#) presente nei manifesti pubblicitari consente di accedere tramite il proprio smartphone alla landing page dello store locator così da **trovare**, grazie alla geolocalizzazione, **il bar più vicino che propone i succhi Derby Blue**.

“È un’iniziativa drive to store a beneficio dei baristi, i nostri principali partner e veri ambasciatori dell’eccellenza Derby Blue. Al consumatore, ingaggiato dalla creatività presente sul treno, diamo così la possibilità di trovare un punto vendita nelle vicinanze per una pausa dissetante e di gusto” conclude [Gabriele Angeli](#).