Derby Blue, prosegue la partnership con Unipol Arena a Bologna

screen-floor-con-il-logo-derby-blue-02a019e5

Prosegue anche per la stagione 2016-2017 l'importante accordo di partnership già consolidato tra **Derby Blue** – brand di punta del **Gruppo Conserve Italia** – e **Unipol Arena**, il centro più importante a livello nazionale per eventi culturali, convention, concerti, set televisivi, mostre e fiere, serate di gala, spettacoli teatrali, concorsi e manifestazioni sportive, situato nell'hinterland bolognese.

La struttura modulare, **in grado di ospitare fino a 18mila persone** (grazie al recente ampliamento e restyling), è dotata di **9 coffee bar** a disposizione del pubblico e di aree, sale, vip longue e percorsi funzionali alla tipologia degli eventi ospitati. Inoltre sono 6 gli ingressi con screen floor programmabili e altrettanti i maxischermi, mentre 5 sono i tabelloni a led luminosi. Proprio nei **40 screen floor** posti agli ingressi principali e nei 5 mega screen sospesi di Unipol Arena viene proiettato il video istituzionale Derby Blue, intensificando in questo modo la visibilità del brand e valorizzando l'attività di marketing e di comunicazione. I succhi Derby Blue saranno anche presenti all'interno dei 9 coffee bar e nelle vending machine.

La partnership con Unipol Arena si concretizza anche con la presenza istituzionale di Derby Blue nel sito **www.unipolarena.it**, nonché nella possibilità di effettuare **azioni di sampling prodotto** all'uscita delle manifestazioni. È quindi una presenza impattante quella di Derby Blue all'interno di un complesso che accoglie ogni stagione un vasto e variegato pubblico e che per questo rappresenta una **location significativa in termini di target comunicazionale**. Basti solo pensare al notevole richiamo che i **concerti** in programma – tra gli italiani Emma, Alessandra Amoroso, Pooh, Elisa, Renato Zero, Modà, J-Ax & Fedez, Ligabue e Il Volo, ai quali si aggiungono importanti ospiti internazionali come The Cure, Justin Bieber e Green Day – hanno sui giovani che peraltro sono il principale target di riferimento per il brand.

Derby Blue riafferma così il suo **stretto legame con il mondo della musica e dell'intrattenimento in generale**, forte delle precedenti esperienze di sponsorizzazione di eventi di successo nel nostro

paese, come il Festivalbar e i concerti di MTV, valorizzando il ruolo di marca che interpreta il sentiment giovanile e il desiderio di aggregazione e divertimento delle nuove generazioni.