# Derby Blue è sponsor di Unipol Arena

i-cinque-mega-screen-sospesi-577f84ef

Derby Blue– brand di punta del Gruppo Conserve Italia, da sempre sinonimo di frutta non convenzionale per i consumatori italiani – e Unipol Arena, il centro più importante a livello nazionale per eventi sportivi e culturali, hanno stretto un importante accordo di partnership per tutta la stagione 2015-2016. I succhi di frutta Derby Blue, innovativi ed estrosi, con un background fortissimo nel mondo horeca e nel canale bar in particolare, sono espressione di un modo di bere sano, naturale e di qualità che si associa alla perfezione agli eventi promozionali dei quali il brand è protagonista, attraverso un posizionamento sempre strategico.

Derby BlueÈ questo il caso della partnership avviata in questi giorni tra Derby Blue e Unipol Arena, il primo centro di riferimento in Italia 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 15.000 persone (con prossimo ampliamento fino a 18.000), è dotata di 9 coffee bar a disposizione del pubblico e di aree, sale, vip longue e percorsi funzionali alla tipologia di 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 sono proiettati alternativamente il video istituzionale Derby Blue e quello dedicato alla linea Derby Blue SmemoFruit, intensificando in questo modo la visibilità del brand e valorizzando l'attività di marketing e di comunicazione. È previsto inoltre il posizionamento dei prodotti Derby Blue 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 una presenza impattante quella di Derby Blue all'interno di un complesso che rappresenta una location significativa in termini di target comunicazionale, basti pensare al richiamo che i concerti in programma – tra i quali Jovanotti, Tiziano Ferro, Marco Mengoni, oltre ad importanti ospiti internazionali come The Cure e Paul Kalkbrenner – hanno sui giovani che peraltro

rappresentano il principale target di riferimento per il brand.

Anche in questo caso Derby Blue riafferma quindi il suo stretto ed intenso legame con il mondo della musica, forte delle precedenti esperienze riguardanti la sponsorizzazione di eventi musicali di notevole rilievo ed attrazione nel nostro paese,come il Festivalbar e i concerti di MTV. Derby Blue rafforza così il suo ruolo di marca che unifica i desideri giovanili e che soddisfa il desiderio di aggregazione e divertimento.