

Peroni scende in campo con IGPDecaux per il Sei Nazioni

Milano, 19 febbraio 2020 – Ci meritiamo tutti un Peroni Terzo Tempo! **Peroni** scende in campo con **IGPDecaux** per il **Sei Nazioni Rugby** e promuove anche per il 2020 il **Villaggio Peroni Terzo Tempo** allestito al Foro Italico. Per l'occasione, il brand italiano ha scelto infatti le Creative Solutions di IGPDecaux e la stazione metropolitana di Flaminio per accompagnare il flusso di tifosi verso lo Stadio Olimpico di Roma e Piazza del Popolo fino al 15 marzo.

In una delle stazioni romane con il più alto flusso di passeggeri, Peroni coinvolge i passanti con grande entusiasmo in vista dell'appuntamento di sabato 22 febbraio per la sfida contro la Scozia e del match successivo in programma per il 14 marzo prossimo con la Nazionale Inglese.

Peroni in collaborazione con le Creative Solutions di IGPDecaux, ha decorato tutta la stazione metropolitana della linea A, l'atrio e i corridoi, includendo l'area di interscambio con la linea verde, prevedendo inoltre il circuito Vision che comprende gli schermi LCD posizionati nelle aree strategiche per la copertura dei flussi della stazione metropolitana.

Il Villaggio Peroni Terzo Tempo è il luogo di incontro oramai da anni per tutti i tifosi che si ritrovano al termine delle partite per festeggiare i risultati del Sei Nazioni Rugby.

Enrico Galasso, CEO di Birra Peroni dichiara: *“Questa campagna ha un significato davvero speciale per noi, perché ha l'obiettivo di supportare la nostra Nazionale di Rugby coinvolgendo veramente tutti, dai dipendenti di Birra Peroni, che hanno partecipato con passione agli scatti realizzati insieme ai giocatori, a tutte quelle persone che non sono appassionate di Rugby ma a cui vogliamo trasmettere il nostro entusiasmo per uno sport che da sempre parla di condivisione, invitandoli a venire a scoprire il Villaggio Peroni Terzo Tempo allestito al Foro Italico.”*

“La scelta del mezzo è stata strategica” aggiunge **Marina Manfredi, Marketing Manager di Peroni Family** *“non solo per la vicinanza della Stazione della Metropolitana “Flaminio” al luogo dell'evento, ma anche perché è da sempre un'arteria chiave degli spostamenti romani. Ricordiamo inoltre che proprio questo è uno degli impianti media di affissione più moderni di Roma. Con il solo impianto di Flaminio, a cui verranno comunque aggiunti altri mezzi, ci aspettiamo di coinvolgere oltre 2 milioni di persone che inviteremo a vivere con noi il Peroni Terzo Tempo, un evento che sappiamo essere unico e che tutti, tifosi e non, romani e non, ci meritiamo di vivere”.*

Le **Creative Solutions di IGPDecaux** si sono occupate della realizzazione della Station Domination per **Peroni** in collaborazione con l'agenzia creativa **Saatchi&Saatchi**, il centro media **Wavemaker** e con l'agenzia WPP specializzata nella pianificazione OOH **Kinetic**.

Cifre chiave IGPDecaux:

- Fatturato 2018: 133,6 milioni di euro
- Dipendenti: 320
- Presente in 118 comuni italiani
- 87.700 facce pubblicitarie
- Trasporti: 180.000 spazi
- Arredo Urbano: 12.000 spazi
- 5 metropolitane (Brescia, Milano, Napoli, Roma, Torino): 34.000 spazi
- 5 aeroporti (Bergamo, Genova, Milano Linate e Malpensa, Torino): 1.000 spazi
- Billboard: 1.000 spazi
- Digital: 500 spazi
- Dal 2007 certificata: SA 8000, ISO 9001, ISO 14001

