

Questo sito utilizza cookie, anche di terze parti, per inviarti pubblicità e servizi in linea con le tue preferenze. Se vuoi saperne di più o negare il consenso a tutti o ad alcuni cookie clicca qui. Cliccando su "Ok" accenti all'uso dei cookie.

OK



Home Chi siamo Abbonamenti Pubblicità Archivio Contatti Links Video



"Rule Britalia": scatta il 28 ottobre la grande promozione del made-in-Italy da Harvey Nichols, con acquisti per 100 milioni di euro

Le più prestigiose cantine italiane saranno abbinare alle più note case di moda in quello che si preannuncia come l'evento di maggior rilievo a carattere globale, mai realizzato, a favore del Made in Italy. I grandi vini italiani avranno infatti un posto di grande risalto nel corso di "Rule Britalia", la grande manifestazione promozionale organizzata dalla rete dei grandi Magazzini Harvey Nichols di Londra che si terrà dal 28 ottobre al 24 dicembre contemporaneamente nelle otto sedi a Birmingham, Bristol, Dublino, Edimburgo, Leeds, Liverpool, Londra e Manchester e nelle sette filiali estere ad Ankara, Dubai, Hong Kong, Istanbul, Kuwait e Riyadh. Per tale impegnativa promotion Harvey Nichols effettuerà acquisti di prodotti italiani, per oltre 100 milioni di Euro che andranno dall'alta moda all'abbigliamento femminile; dall'abbigliamento maschile alla pelletteria, agli accessori, alle calzature, agli articoli da regalo, ai profumi e, ovviamente, ai vini e ai prodotti alimentari. "Rule Britalia" sarà sostenuta da una campagna di Public Relations e pubblicitaria del costo di oltre tre milioni di Euro che sarà effettuata sulle principali e più prestigiose riviste di moda, sui giornali locali, nel catalogo di Harvey Nichols, sui siti internet e nei social media. Inoltre per otto settimane tutte le vetrine esterne e le principali aree espositive interne nelle quindici sedi saranno dedicate ai prodotti italiani, dando loro una notevolissima esposizione in alcune delle più importanti aree di vendita del globo. In queste vetrine, unitamente ai migliori prodotti del Made in Italy, saranno anche esposte e viste da milioni di persone le bottiglie di alcuni dei più famosi vini italiani, con un risalto che non ha eguali ed una pubblicità di valore inestimabile e darà al vino italiano una risonanza ed un prestigio senza precedenti. Sin dalla sua fondazione nel 1831, Harvey Nichols è stata una delle più prestigiose ed eleganti catene di Grandi Magazzini del mondo. La sede centrale occupa un intero isolato a Knightsbridge, in una delle zone più rinomate al centro di Londra, ed è costantemente visitata da migliaia di qualificati compratori. Per il grande prestigio di cui gode e per il tipo di prodotti "Trendsetters" che tratta, Harvey Nichols si adatta, meglio di ogni altra organizzazione, a propagandare, promuovere e vendere i prodotti italiani di media/alta qualità. (Click to read more)

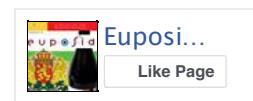


L'inserimento di una serie di Wine & Food Tastings in questa eccezionale iniziativa permetterà di dare ulteriore rilevanza ed immagine ai vini ed ai prodotti alimentari italiani che saranno presentati in una elegante cornice unitamente ai più significativi prodotti del Made in Italy in alcuni dei centri di maggior interesse a livello mondiale, con un notevole ritorno di immagine a livello globale.

I Wine & Food Tastings si terranno a Londra, Edimburgo, Istanbul ed Hong Kong secondo il seguente calendario: il 20 ottobre a Londra presso la sede dell'Ambasciata d'Italia a Grosvenor Square; il 21 novembre a Edimburgo presso la sede di Harvey Nichols a St Andrew Square; il 23 novembre a Londra presso la sede di Harvey Nichols a Knightsbridge; l'8 dicembre a Istanbul presso la sede di Harvey Nichols a Buyukdere Cad.; il 13 dicembre a Hong Kong presso la sede di Harvey Nichols Pacific Place a Queensway; e il 15 dicembre a Hong Kong presso la sede di Harvey Nichols Landmark a Queen's Road.

La promotion "Rule Britalia" è organizzata con la sponsorizzazione del Ministero per lo Sviluppo Economico e dell'ICE Italian Trade Agency. Le iniziative vinicole sono curate, per conto della rete dei Grandi Magazzini Harvey Nichols, dall'Italian Wine & Food Institute.

Aprile 2016



Iscriviti alla newsletter

Archivio Newsletter

