



RASSEGNA STAMPA

Luglio 2017

**Nuovo Compact SUV Citroën C3 Aircross:
il progetto per amplificare il reveal in Italia**



INDICE

2017.07.12 **DAILYNET**

AZIENDE CITROËN LANCIA IL NUOVO COMPACT SUV C3 AIRCROSS CON IL SOSTEGNO DI E3

2017.07.12 **BRAND-NEWS.IT**

E3 AMPLIFICA IL REVEAL DEL NUOVO COMPACT SUV CITROEN C3 AIRCROSS CON IL CUBO DI RUBIK

2017.07.11 **ENGAGE.IT**

IL CUBO DI RUBIK PER IL NUOVO SUV CITROËN; FIRMA E3

2017.07.11 **MEDIAKEY.TV**

NUOVO COMPACT SUV CITROËN C3 AIRCROSS: IL PROGETTO PER AMPLIFICARE IL REVEAL IN ITALIA

2017.07.11 **MARKETINSIGHT.IT**

DIGITOUCH (AIM) - PROGETTO DI DIRECT MAILING PER CITROËN ITALIA

DailyNet
Il quotidiano del marketing in rete

#127

ANNO XV - MERCOLEDÌ 12 LUGLIO 2017



Aziende Citroën lancia il nuovo Compact SUV C3 Aircross con il sostegno di E3

L'agenzia del Gruppo DigiTouch ha ideato e curato un progetto di direct mailing incentrato sull'idea creativa del Cubo di Rubik

Per amplificare il reveal del Nuovo Compact SUV Citroën C3 Aircross, E3, l'agenzia di marketing esperienziale del Gruppo DigiTouch ha curato per Citroën Italia un progetto di direct mailing, basato sull'idea creativa del Cubo di Rubik, con le sue infinite possibilità di personalizzazione, espresse pienamente dall'hashtag #EndlessPossibilities, utilizzato sui social media di Citroën Italia. Il nuovo modello è capace di adattarsi all'evoluzione delle esigenze. Di qui la similitudine con il Cubo di Rubik: una sola soluzione, infinite possibilità di combinazione.

PRIMA FASE "CUBISTA"

La prima fase del progetto aveva per obiettivo quello di generare in-

teresse e curiosità, nell'attesa del reveal internazionale del 12 giugno. Per fare questo, nella settimana precedente, a partire dal 5 giugno, E3 ha inviato a influencer e giornalisti un kit teaser composto da un Cubo di Rubik personalizzato Citroën, con un invito a giocare, a scomporlo

e ricomporlo per creare la combinazione unconventional che meglio esprimesse la personalità del destinatario. Il tutto ha generato un word of mouth spontaneo.



SECONDA FASE "CARTONATA"

Il 12 giugno si è tenuto a Parigi il reveal internazionale del nuovo modello accompagnato da una diretta Facebook. Il giorno dopo, agli stessi destinatari del kit teaser, E3 ha inviato un secondo direct mailing, composto da un press kit,

un box quadrato in cartone, che invitava a essere aperto per scoprire il suo contenuto. Oltre a 10 cartoline personalizzate con una selezione di immagini del Nuovo Compact SUV Citroën C3 Aircross.

<http://www.brand-news.it/brand/automotive/auto/e3-citroen-c3-aircross-cubo-rubik/>

BRANDNEWS

BRAND ▾ PLAYER ▾ COMUNICAZIONE ▾ MARKETING ▾ MEDIA ▾ GARE INTELLIGENCE ▾ AGENDA

BRAND NEWS > BRAND > AUTOMOTIVE > AUTO >

E3 AMPLIFICA IL REVEAL DEL NUOVO COMPACT SUV CITROËN C3 AIRCROSS CON IL CUBO DI RUBIK

12 Luglio 2017

FREE AUTO DIGITAL DIRECT

 First
Share

Share on Facebook

Share on Twitter

Share on Google plus



Per amplificare il reveal del Nuovo Compact SUV Citroën C3 Aircross, E3 ha curato per Citroën Italia un progetto di direct mailing basato sull'idea creativa del Cubo di Rubik, con le sue infinite possibilità di personalizzazione, espresse dall'hashtag #EndlessPossibilities.



E3 S.r.l. Unipersonale

Sede legale e operativa: Viale Vittorio Veneto 22, 20124 Milano - T. +39 02 89295108
Capitale sociale 100.000 euro I.V. - Registro Imprese di Milano - N. R.E.A. MI-1953170
Codice fiscale - P. IVA n. 02364010419



La prima fase del progetto aveva per obiettivo quello di generare interesse e curiosità, nell'attesa del reveal internazionale del 12 giugno. E3 ha inviato a influencer e giornalisti un kit teaser composto da un Cubo di Rubik personalizzato Citroën, con le sue facce esterne colorate nelle stesse tinte dei principali colori della carrozzeria del Nuovo Compact SUV Citroën C3 Aircross.

Il Cubo era accompagnato da un invito a giocare, a scomporlo e ricomporlo per creare la combinazione unconventional che meglio esprimesse la personalità del destinatario. Influencer e giornalisti hanno espresso la propria "possibilità" pubblicando sui social media una foto con la propria interpretazione del Cubo e questa attività ha generato subito un word of mouth spontaneo. Il 12 giugno si è tenuto a Parigi il reveal internazionale del nuovo modello accompagnato da una diretta Facebook. L'indomani è partita la seconda fase del progetto con l'obiettivo di "svelare" in modo originale il Nuovo Compact SUV, incrementando il word of mouth.

Agli stessi destinatari del kit teaser, E3 ha inviato un secondo direct, composto da un press kit decisamente unconventional, stampato all'interno di un originale contenitore. Il kit di reveal era un box quadrato in cartone, personalizzato esternamente con la stessa grafica e gli stessi colori del cubo della fase teaser, che invitava ad essere aperto per scoprire il suo contenuto.

Tags: Citroën, direct, E3

<http://www.engage.it/campagne/il-cubo-di-rubik-per-il-nuovo-suv-citroen-firma->

ENGAGE
CONTEMPORARY MARKETING & MEDIA

ENGAGE/CONFERENCE

PROGRAMMATIC 

Cerca su Engage

Campagne Media Tecnologia Aziende Agenzie Datacenter Eventi Mobile Social Ricerche Agenda Jobs P

■ CAMPAGNE

Il Cubo di Rubik per il nuovo suv Citroën; firma E3

L'agenzia di marketing esperienziale del Gruppo DigiTouch ha curato per Citroën Italia

di **Lorenzo Mosciatti** 11 luglio 2017

Condividi questo articolo



Per amplificare il reveal del nuovo Compact SUV Citroën C3 Aircross, E3, l'agenzia di marketing esperienziale del Gruppo DigiTouch, società quotata sul mercato AIM Italia, ha curato per Citroën Italia un progetto di Direct

e3/115070#TibT2Wv8SiPvF8JJ.97

E3 S.r.l. Unipersonale

Sede legale e operativa: Viale Vittorio Veneto 22, 20124 Milano - T. +39 02 89295108
Capitale sociale 100.000 euro I.V. - Registro Imprese di Milano - N. R.E.A. MI-1953170
Codice fiscale - P. IVA n. 02364010419

Mailing, basato sull'idea creativa del Cubo di Rubik, con le sue infinite possibilità di personalizzazione, espresse dall'hashtag #EndlessPossibilities, utilizzato sui social media di Citroën Italia.

Grazie al suo nuovo modello, Citroën rafforza la sua offensiva nel segmento dei SUV compatti. Il Nuovo Compact SUV Citroën C3 Aircross è infatti un modello dalla personalità decisa, fresca e originale, che si distingue per l'ampia offerta di personalizzazione e per un'abitabilità di riferimento. Integrando il programma "Citroën Advanced Comfort", invita al benessere a bordo, per un'esperienza di guida inedita. Facile da vivere nel quotidiano, ispira protezione e sicurezza. Agile grazie alle sue dimensioni compatte è a suo agio sia in città che su strade extra-urbane. Per tutto questo, il nuovo Compact SUV Citroën C3 Aircross è capace di adattarsi all'evoluzione delle esigenze dei clienti per offrire molteplici possibilità di utilizzo ed accompagnarli nelle varie fasi della loro vita.

Di qui la similitudine con il Cubo di Rubik: una sola soluzione, infinite possibilità di combinazione. Ed è proprio con questa idea creativa che l'agenzia ha sviluppato per Citroën Italia le attività a supporto della fase teaser e di quella di post-reveal.

La prima fase del progetto aveva per obiettivo quello di generare interesse e curiosità, nell'attesa del reveal internazionale del 12 giugno. Per fare questo, nella settimana precedente al reveal, a partire dal 5 giugno, **E3 ha inviato a influencer e giornalisti un kit teaser composto da un Cubo di Rubik personalizzato Citroën con le sue facce esterne colorate nelle stesse tinte dei principali colori della carrozzeria del nuovo Compact SUV Citroën C3 Aircross.** Il Cubo era accompagnato da un invito a giocare, a scomporlo e ricomporlo per creare la combinazione unconventional che meglio

esprimesse la personalità del destinatario. Influencer e giornalisti hanno espresso la propria “possibilità”, pubblicando sui social media una foto con la propria interpretazione del Cubo e questa attività ha generato subito un word of mouth spontaneo.

Il 12 giugno si è tenuto a Parigi il reveal internazionale del nuovo modello accompagnato **da una diretta Facebook**. L'indomani è partita la seconda fase del progetto con l'obiettivo di “svelare” in modo originale il nuovo Compact SUV, incrementando il word of mouth. Agli stessi destinatari del kit teaser, l'agenzia E3 ha inviato un secondo Direct Mailing, composto da un press kit decisamente unconventional, stampato all'interno di un originale contenitore. In continuità con la fase teaser, **il kit di reveal era un box quadrato in cartone, personalizzato esternamente con la stessa grafica e gli stessi colori del cubo della fase teaser, che invitava ad essere aperto per scoprire il suo contenuto**. Oltre a 10 cartoline personalizzate con una selezione di immagini del nuovo Compact SUV Citroën C3 Aircross, sulle facce interne del cubo in cartone, una volta aperte e spiegate completamente, era stampato un estratto del comunicato stampa ufficiale, con le principali caratteristiche del nuovo modello Citroën.

“Il reveal del Nuovo Compact SUV Citroën C3 Aircross è per noi un traguardo molto importante perché rappresenta l'offensiva del Brand Citroën in un segmento che negli ultimi 4 anni ha quintuplicato le vendite in Europa e nel Mondo. Grazie all'ampia offerta di personalizzazione, la personalità forte, fresca ed originale, un'abitabilità di riferimento ed una modularità senza confronti, il Nuovo Compact SUV di Citroën è un'auto trasversale e adatta alle diverse esigenze. Abbiamo apprezzato molto l'idea creativa della nostra agenzia E3 perché riesce ad esprimere in modo efficace le peculiarità del nostro Compact SUV”, ha commentato **Elena Fumagalli**, Responsabile Stampa e Relazioni Esterne Citroën Italia.

http://www.mediakey.tv/index.php?id=leggi-news&tx_ttnews%5Btt_news%5D=74641&cHash=82a4cbc2d59f2c3b9935728546c4761d

11 luglio 2017

Nuovo Compact SUV Citroën C3 Aircross: il progetto per amplificare il reveal in Italia

Categoria: Comunicazione, produzione e concorsi



Per amplificare il reveal del Nuovo Compact SUV Citroën C3 Aircross, E3, l'agenzia di marketing esperienziale del Gruppo DigiTouch (società quotata sul mercato AIM Italia), ha curato per Citroën Italia un progetto di Direct Mailing, basato sull'idea creativa del Cubo di Rubik, con le sue infinite possibilità di personalizzazione, espresse pienamente dall'hashtag #EndlessPossibilities, utilizzato sui Social Media di Citroën Italia.

Grazie al suo nuovo modello, Citroën rafforza la sua offensiva nel segmento dei SUV compatti. Il Nuovo Compact SUV Citroën C3 Aircross è infatti un modello dalla personalità decisa, fresca e originale, che si distingue per l'ampia offerta di personalizzazione e per un'abitabilità di riferimento. Integrando il programma "Citroën Advanced Comfort", invita al benessere a bordo, per un'esperienza di

guida inedita. Facile da vivere nel quotidiano, ispira protezione e sicurezza. Agile grazie alle sue dimensioni compatte è a suo agio sia in città che su strade extra-urbane.

Per tutto questo, il Nuovo Compact SUV Citroën C3 Aircross è capace di adattarsi all'evoluzione delle esigenze dei Clienti per offrire molteplici possibilità di utilizzo ed accompagnarli nelle varie fasi della loro vita.

Di qui la similitudine con il Cubo di Rubik: una sola soluzione, infinite possibilità di combinazione!

Ed è proprio con questa idea creativa che l'agenzia ha sviluppato per Citroën Italia le attività a supporto della fase teaser e di quella di post-reveal.

La prima fase del progetto aveva per obiettivo quello di generare interesse e curiosità, nell'attesa del reveal internazionale del 12 giugno. Per fare questo, nella settimana precedente al reveal, a partire dal 5 giugno, E3 ha inviato a influencer e giornalisti un kit teaser composto da un Cubo di Rubik personalizzato Citroën, con le sue facce esterne colorate nelle stesse tinte dei principali colori della carrozzeria del Nuovo Compact SUV Citroën C3 Aircross. Il Cubo era accompagnato da un invito a giocare, a scomporlo e ricomporlo per creare la combinazione unconventional che meglio esprimesse la personalità del destinatario. Influencer e giornalisti hanno espresso la propria "possibilità", pubblicando sui Social Media una foto con la propria interpretazione del Cubo e questa attività ha generato subito un word of mouth spontaneo.

Il 12 giugno si è tenuto a Parigi il reveal internazionale del nuovo modello accompagnato da una diretta Facebook. L'indomani è partita la seconda fase del progetto con l'obiettivo di "svelare" in modo originale il Nuovo Compact SUV, incrementando il word of mouth.

Agli stessi destinatari del kit teaser, l'Agenzia E3 ha inviato un secondo Direct Mailing, composto da un press kit decisamente unconventional, stampato all'interno di un originale contenitore! In continuità con la fase teaser, il kit di reveal era un box quadrato in cartone, personalizzato esternamente con la stessa grafica e gli stessi colori del cubo della fase teaser, che invitava ad essere aperto per scoprire il suo contenuto. Oltre a 10 cartoline personalizzate con una selezione di immagini del Nuovo Compact SUV Citroën C3 Aircross, sulle facce interne del cubo in cartone, una volta aperte e spiegate completamente, era stampato un estratto del comunicato stampa ufficiale, con le principali caratteristiche del nuovo modello Citroën.

«Il reveal del Nuovo Compact SUV Citroën C3 Aircross è per noi un traguardo molto importante perché rappresenta l'offensiva del Brand Citroën in un segmento che negli ultimi 4 anni ha quintuplicato le vendite in Europa e nel Mondo. Grazie all'ampia offerta di personalizzazione, la personalità forte, fresca ed originale, un'abitabilità di riferimento ed una modularità senza confronti, il Nuovo Compact SUV di Citroën è un'auto trasversale e adatta alle diverse esigenze. Abbiamo apprezzato molto l'idea creativa della nostra agenzia E3 perché riesce ad esprimere in modo efficace le peculiarità del nostro Compact SUV» ha commentato Elena Fumagalli, Responsabile Stampa e Relazioni Esterne Citroën Italia.

E3 S.r.l. Unipersonale

Sede legale e operativa: Viale Vittorio Veneto 22, 20124 Milano - T. +39 02 89295108
 Capitale sociale 100.000 euro I.V. - Registro Imprese di Milano - N. R.E.A. MI-1953170
 Codice fiscale - P. IVA n. 02364010419



<https://marketinsight.it/2017/07/11/digitouch-aim-progetto-di-direct-mailing-per-citroen-italia/>



INSIGHT, ANALISI E INTERVISTE
ALLE SOCIETÀ QUOTATE IN BORSA.
LEGGI LETTERA ALL'INVESTITORE
DI ALBERTO NOSARI



FTSE MIB ▾ STAR ▾ MID ▾ SMALL ▾ AIM ▾ MERCATI ▾ SETTORI ▾ **LETTERA ALL'INVESTITORE ▾**



Home > Segmenti > AIM > DigiTouch (Aim) – Progetto di Direct Mailing per Citroën Italia

Segmenti | **AIM**

DIGITOUCH (AIM) – PROGETTO DI DIRECT MAILING PER CITROËN ITALIA

11/07/2017

34

Per amplificare il reveal del Nuovo Compact SUV Citroën C3 Aircross, E3, l'agenzia di marketing esperienziale del Gruppo DigiTouch, ha curato per Citroën Italia un progetto di Direct Mailing basato sull'idea creativa del Cubo di Rubik.

Grazie al suo nuovo modello, Citroën rafforza la sua offensiva nel segmento dei SUV compatti. Il Compact SUV Citroën C3 Aircross è capace di adattarsi all'evoluzione delle esigenze dei Clienti per offrire molteplici possibilità di utilizzo ed accompagnarli nelle varie fasi della loro vita.

Da qui la similitudine con il Cubo di Rubik, ovvero una sola soluzione da infinite possibilità di combinazione. Proprio su questa idea creativa l'agenzia E3 ha sviluppato per Citroën Italia le attività a supporto della fase teaser e di quella di post-reveal.

TAG | Digitouch

Lettera all'Investitore



A2A – CRESCITA ACCELERATA E SOSTENIBILE
10/07/2017



SITI B&T GROUP – FLESSIBILITÀ E INNOVAZIONE AL SERVIZIO DEL CLIENTE
07/07/2017

Analisi e Approfondimenti:



E3 S.r.l. Unipersonale

Sede legale e operativa: Viale Vittorio Veneto 22, 20124 Milano - T. +39 02 89295108
Capitale sociale 100.000 euro I.V. - Registro Imprese di Milano - N. R.E.A. MI-1953170
Codice fiscale - P. IVA n. 02364010419