

20TH CENTURY FOX E **SODASTREAM** INSIEME PER CELEBRARE LUSCITA DEL FILM LERA GLACIALE 4 LA DERIVA DEI C

Il 26 settembre i cinema italiani presenteranno lanteprima dellEra Glaciale, uno dei film di animazione più famosi di sempre. **SodaStream**, azienda leader nella produzione di gasatori domestici, ha realizzato una partnership con la 20th Century Fox ed ha creato per l'occasione un assortimento di prodotti co-brandizzati: i nuovi gasatori, la confezione con due bottiglie riutilizzabili e una linea di nuovi concentrati ai gusti di arancia glaciale e limone glaciale. Su ogni pezzo è rappresentato uno degli eroi dellEra Glaciale: dal mammut Manny, al bradipo Sid, a Diego la tigre dai denti a sciabola, fino al famoso scoiattolo Scrat.

Per celebrare al meglio questa collaborazione e sottolineare il messaggio ecologico, **SodaStream** parteciperà come partner ad unaCaccia al Tesoro organizzata dalla 20th Century Fox nel mese di settembre in alcuni famosi Parchi italiani. Strutturata in tre tappe, la prima al Minitalia-Leolandia di Capriate San Gervasio (BG), la seconda al Parco Natura Viva di Bussolengo (VR) e la terza al Zoomarine di Torvaianica Pomezia (RM), la caccia al tesoro permetterà a tutti i bambini, di vincere gadget del film e buoni sconto per i prodotti **SodaStream**. Al tempo stesso, basandosi sul tema portante della deriva dei continenti, questo progetto risulta anche un ottimo modo per far riflettere i più piccoli sui temi ambientali in modo divertente.

Sodastream è orgogliosa di poter abbinare la propria immagine al film più importante dell'anno afferma Petra Schrott, Direttore Marketing **Sodastream** Italia Questa partnership ci permette di esprimere la natura ecologica e divertente del nostro brand attraverso nuovi canali. Con il tuo di lancio presso i Parchi italiani miriamo a coinvolgere anche i giovani sul rispetto dell'ambiente, seppur attraverso il gioco e l'avventura.

Il lancio del film e della partnership sarà supportato da un'importante campagna marketing globale: dal materiale negli store in cui sarà venduto il set di prodotti brandizzati, alla pagina dedicata sul sito, alla campagna adv su stampa e social media per comunicare la partnership, fino ad operazioni di marketing territoriale, mirate a promuovere il gasatore domestico come migliore opzione rispetto all'acqua gasata in bottiglia.