



Comunicato stampa

Relazioni con i Media

Tel +39.02.4826.3250
Fax +39.02.4826.3614
ufficiostampa@autogrill.com
www.autogrill.com

Dal 15 luglio al 20 settembre solo da Spizzico i gadget MTV one night e la possibilità di partecipare all'esclusiva serata MTV one Night Special event

Spizzico Special Event insieme a MTV per l'operazione dell'estate

Milano, 14 luglio 2003 - Partirà domani, 15 luglio, l'operazione Spizzico Special Event ideata e realizzata da Spizzico, marchio esclusivo del Gruppo Autogrill, in collaborazione con MTV.

Centro dell'operazione: **MTV One Night Special Event**, il famoso tour che da due anni fa tappa in tutte le più importanti discoteche d'Italia, per questa occasione si trasforma in un unico evento speciale.

Il 4 Ottobre a Milano 2.500 invitati potranno accedere alla serata dell'anno: oltre 5 ore di musica, spettacolo e divertimento, con un dj set di calibro internazionale. **L'unico modo per poter essere protagonisti sarà partecipare al concorso Spizzico Special Event.** Basterà acquistare, in uno dei 140 Spizzico in Italia che aderiscono all'iniziativa, uno **Special Event Menu**, composto da una fetta di pizza a scelta, una Coca Cola grande, un prodotto a scelta tra macedonia, insalata, snack o dessert e ricevere **subito uno degli esclusivi gadget MTV one night** (cordino per gli occhiali, moschettone porta chiavi e shopping bag in cotone).

L'acquisto del Menu darà l'opportunità di partecipare al grande concorso che mette in palio **100 ingressi per due persone all'MTV One Night Special Event, 5 weekend da protagonisti negli studi di MTV** e il superpremio finale di **una settimana a Londra in limousine**, in giro per i locali più trendy della città.

La comunicazione a supporto prevede, nell'intero periodo dell'operazione, più di **1.000 passaggi su MTV** divisi tra spot realizzati per la promozione Menu special Event e promo di presentazione della serata MTV One Night, oltre a tutti i materiali presenti sul punto di vendita. Sul sito di MTV, inoltre, verranno inseriti numerosi supporti (banner, pop-up...), che rimanderanno al mini sito creato per l'occasione sul quale si potranno trovare informazioni relative all'operazione, oltre a visionare gadget e premi, e partecipare al concorso.

La comunicazione nasce dalla collaborazione tra MTV e ARC, società del Gruppo BGS (Direzione creativa: Paolo Gorini; Art Director: Simona Regattin; Copywriter: Guido Renda)