

Your Heineken e Open Your World Limited Edition Buone Feste nel segno della lager a bassa fermentazione

Torna anche quest'anno la prestigiosa Open Your World Limited Edition, un cofanetto in edizione limitata ideale per festeggiare i momenti clou di Heineken in un viaggio tra passato, presente e futuro attraverso quattro bottiglie in alluminio con altrettante storie da raccontare. Paris 1889 ricorda il luogo e l'anno in cui sorse la Torre Eiffel e Heineken conquistò il Grand Prix come migliore birra al mondo, mentre Amsterdam 1931 celebra la nascita della "stella rossa", il simbolo che da ottant'anni identifica il brand. Firmata "Open Your World" la bottiglia World 2013 esprime la personalità aperta e cosmopolita

di Heineken che, da 140 anni, è simbolo di innovazione grazie alla capacità di anticipare in tutto il mondo stili e tendenze. Infine, The Future è il risultato di un concorso lanciato tramite Facebook, che ha consentito ai designer Lee Dunford e Rodolfo Kusulas di vedere la loro proposta realizzata. Per chi invece ama stupire con un regalo originalissimo la soluzione ideale è Your Heineken, la piattaforma attraverso la quale è possibile

personalizzare la propria bottiglia. Your Heineken consente infatti di rendere unica, con messaggi e fotografie, la veste di questa squisita lager a bassa fermentazione e gradazione alcolica del cinque per cento scegliendo tra oltre quaranta proposte tematiche suddivise in cinque diverse aree – Passion, Dreams, Life, Colors e International – e realizzando così un dono fortemente identificativo che farà sentire speciale il destinatario. Ideale da regalare e da regalarsi, Your Heineken è l'idea perfetta per stupire i propri amici e brindare, in modo davvero unico, al 2013.



Salice protagonista con il fondo azzurro



Lo sci di fondo riscontra da alcuni anni un crescente interesse grazie anche ai successi degli Azzurri. Salice, storico marchio nell'occhialeria sportiva, ha creato per il mondo degli sci stretti due prodotti – il modello 806 Rw e gli 003 Ita – scelti dai campioni Elisa Brocard, Veronica Cavallar, Valerio Checchi, Fabio Pasini e Silvia Rupil. Avvolgente e performante il modello 806 unisce comfort, design e tecnologia. Le sue grandi dimensioni garantiscono una visuale perfetta e massima protezione dal riverbero della luce riflessa. I fori di areazione frontali della lente favoriscono ventilazione e traspirabilità. La montatura in grilamid è al tempo stesso leggera e resistente e lo strap con doppia regolazione in morbido tessuto elastico assicura sempre una calzata perfetta e confortevole. Gli occhiali 003 Ita sono ideali per l'outdoor grazie alle lenti ad alta protezione e a una costruzione del frame che protegge dal riverbero. Le lenti sono sottoposte a una colorazione multistrata sulla parte anteriore così da ridurre i riflessi delle superfici abbaglianti. La linea monocolor ne fa un occhiale pratico da portare anche in città ed è declinato nell'inimitabile variante Ita con il simbolo del tricolore che ha fatto di Salice un marchio riconoscibile nel mondo. Entrambi sono proposti con lente specchiata Rainbow in policarbonato Uv 400, antigraffio e antiappannante, che riduce i raggi riflessi della luce e aumenta le proprietà filtranti. Una doppia proposta per accontentare richieste ed esigenze diverse con la garanzia di Salice Occhiali, brand simbolo del 100% made in Italy sulle piste da sci.

Natale solidale con Nau!



Nau! e Made in Carcere propongono una collezione di astucci morbidi per occhiali realizzati con colorati e originali ritagli di tessuto di scarto. Il progetto coinvolge le detenute dei carceri di Trani e Lecce, alle quali viene offerto un percorso formativo che, oltre all'insegnamento di un mestiere, contribuisce a un più agevole ritorno alla vita reale al termine della pena. Perché se è vero che è giusto offrire una seconda vita ai materiali, a maggior ragione il concetto è valido per le persone. L'esclusiva collezione, messaggio di solidarietà e responsabilità sociale, è in vendita nei negozi Nau! al prezzo di 4,90 euro.

Pepsi fa rivivere The Twilight Saga: Breaking Dawn 2 con super premi e lattine dedicate

In occasione dell'uscita nelle sale italiane di The Twilight Saga: Breaking Dawn – Parte 2 Pepsi ha lanciato un impedibile concorso e ha realizzato splendide lattine limited edition. Fino al prossimo 15 gennaio acquistando Pepsi da 1,5 e due litri, Pepsi Light e Pepsi Twist da 1,5 litri e partecipando al concorso tutti i fan possono rivivere il sogno della saga che ha stregato milioni di adolescenti in tutto il mondo. Chiamando il numero 06.91810486 oppure visitando il sito www.pepsi.it o la fanpage Facebook di Pepsi Italia è possibile dimostrare di essere dei veri appassionati rispondendo a una domanda sul film. Inserendo poi i dati dello



scontrino i partecipanti scopriranno immediatamente se hanno vinto uno dei fantastici premi in palio: due t-shirt originali al giorno, due dvd di The Twilight Saga: Breaking Dawn Parte 1 e Parte 2 alla settimana e, a estrazione finale, uno Smart Tv e Sistema Home Theatre Samsung. Pepsi propone inoltre tre nuove lattine in edizione limitata con Bella, Edward e Jacob per sentirsi parte del sogno fino all'ultimo sorso di Pepsi. «Pepsi è sempre in linea con i gusti dei consumatori più giovani – spiega Sara Santoni, Csd Brand Manager PepsiCo Beverages Italia – e per questo abbiamo unito le emozioni di Twilight con il gusto unico di Pepsi».

