



Level33 e AB Normal firmano un progetto editoriale a 360° per Alessandro Borghese Kitchen Sound

15/7/2015

L'intenzione è quella di coinvolgere il pubblico del programma televisivo attraverso l'aggregazione di più editori. Lo show infatti è presente sul web **I web** con Yahoo, sui **social** dei partner con alcuni contenuti video, in **radio** con la trasmissione delle colonne sonore su RDS, il tutto condito dal **live** presso il temporary restaurant dell'Enterprise Hotel di Milano, fino ai primi di agosto. L'iniziativa è patrocinata da **Expo** e dai partner: **Beko, Kimbo, H&H Cooking Style by Pengo, Diners Club e Oleificio Morettini**.



Alessandro Borghese Kitchen Sound oltre ad essere un **programma televisivo**, è anche un **progetto di comunicazione integrata** che coniuga tv, web, social e radio insieme ad un **evento** sul territorio.

Il tutto, patrocinato da **Expo** e supportato dai **partner** che hanno fornito i loro prodotti per la realizzazione: Beko, Kimbo, H&H Cooking Style by Pengo, Diners Club e Oleificio Morettini.

Ad idearlo e realizzarlo è **Level33** che, con la **AB Normal** di Alessandro Borghese, ha messo in piedi un evento che, per la prima volta, coinvolge il pubblico a 360 gradi:

- live con il **temporary restaurant** aperto la sera fino ai primi di agosto nel dehor dell'**Enterprise Hotel** di Milano;
- in tv con la messa in onda della **videoenciclopedia** di 200 ricette della durata di sei minuti ciascuna, registrate proprio nei locali del temporary e dal 20 luglio in anteprima tutti i giorni alle 13.00 su **Sky Uno HD**;
- sul web dove le ricette saranno visibili attraverso le **piattaforme yahoo.it** e **rds** a partire dal 27 luglio;
- sui social promuovendo i contenuti **video** dai **social** dei diversi partner del progetto che sommano quasi 4 milioni di contatti.

Alessandro Borghese Kitchen Sound, inoltre, si avvale della collaborazione di **RDS**, che ha firmato la playlist di successi radiofonici che sono sia colonna sonora del programma tv, sia sottofondo musicale durante le cene al restaurant.

Oltre Sky, RDS, Yahoo! e l'Enterprise Hotel che promuovono Alessandro Borghese Kitchen Sound, diversi sono i partner che supportano il progetto.

A partire da **Beko**, brand internazionale che ha messo a disposizione la propria linea di elettrodomestici per il set televisivo del programma, a **Pengo**, azienda italiana nella produzione di utensili per la cucina che ha fornito la linea di padelle e tegami a marchio H&H Cooking Style, passando per **Kimbo** che ha presentato la sua cuccuma, una rivisitazione della tradizionale caffettiera napoletana, protagonista sia sul set del programma tv, sia all'interno del restaurant.

E ancora, **Diners Club**, brand che conta circa 8 milioni di Soci e Oleificio Toscano Morettini.

Level33 con Alessandro Borghese Kitchen Sound realizza così una **case history** che supera il branded content non limitandosi alla visibilità dei brand ma mettendo al centro del progetto l'aggregazione di diversi editori.

AR