

News

[Ultime news](#) | [Associazioni](#) | [Aziende](#) | [Conservativa](#) | [Estetica](#) | [Even](#)

NEWS

EVENTI

Unidi Expodental Gallery: un'esposizione da lasciare 'a bocca aperta'

Lanciata a Colonia in questi giorni la campagna internazionale Expodental 2011, la manifestazione tra le più importanti del settore dentale che si svolgerà alla Fiera di Roma dal 6 all'8 ottobre 2011.

Grande sorpresa per una modalità del tutto innovativa di promozione: all'IDS di Colonia (110.000 visitatori provenienti da 55 Paesi) presso lo stand UNIDI, gli operatori del settore hanno potuto ammirare l'UNIDI Expodental Gallery, una mostra fotografica dedicata alla campagna realizzata da Semios del Gruppo KEY-STONE per promuovere l'edizione 2011 della manifestazione International Expodental.

L'agenzia creativa ha realizzato, per il progetto di comunicazione 2011, una campagna multisoggetto e bilingue - italiano e inglese - con il patrocinio del comune di Roma, lavorando e giocando sui doppi sensi della terminologia odontoiatrica e i luoghi di Roma che maggiormente identificano la capitale. Il nuovo concept fieristico trasmesso al pubblico è "tra scienza e magnificenza", all'insegna di un perfetto connubio tra business e leisure.

La strategia comunicazionale per Expodental, infatti, si prefigge di unire aspetti ludico culturali a quelli più prettamente merceologici e tecnico-scientifici, donando una forte impronta culturale alla manifestazione e una valenza ancor più internazionale.

La campagna presenta otto differenti soggetti, richiami a elementi artistici della capitale e allusioni tecniche che fondono il dentale con gli angoli più suggestivi di Roma, in una mostra "da lasciare a bocca aperta". Così una "panoramica" diventa una splendida veduta sui Fori Imperiali, l'ultima nevicata su Roma uno "sbiancamento estetico" e l'"arcata superiore" altro non è che un elemento del Colosseo...

Dopo la presentazione attraverso l'Expodental Gallery a tutti i dentisti e operatori del settore del mondo durante l'IDS, la campagna verrà declinata secondo un fitto media planning, che prevede, tra l'altro, la pubblicazione su tutte le riviste di settore maggiormente accreditate sia italiane che internazionali, cartoline-invito per il target estero, mappe della città di Roma personalizzate, shopper bag a tema, internet banner e newsletter, nonché la promozione e l'esposizione della photo-gallery nelle altre principali fiere internazionali di settore (New York, San Paolo, Riyad, Shanghai, Seoul, Mosca, Dubai, e altre importanti capitali del mondo).

Unidi Expodental Gallery : un'esposizione da lasciare "a bocca aperta"

[Offerte Mobile TIM](#)

Naviga Senza Limiti a 10€ al Mese. Hai la chiavetta a partire da 29 €.

www.TIM.it/Internet-in-Mobilita'

[Nuovi Annunci di Lavoro](#)

45.000 Offerte di Lavoro Online. Inviaci il CV Gratis e trova lavoro

www.InfoJobs.it

[Lavoro Badanti](#)

Cerca fra 150.000 offerte di lavoro e invia subito il tuo curriculum!

www.jobrapido.it

[Offerte di Lavoro](#)

Experteer: Offerte da € 50.000 Dai una Svolta alla tua Carriera!

Experteer.it/Senior_Professionals



Annunci 

Lanciata a Colonia in questi giorni la campagna internazionale Expodental 2011, la manifestazione tra le più importanti del settore dentale che si svolgerà alla Fiera di Roma dal 6 all'8 ottobre 2011. Grande sorpresa per una modalità del tutto innovativa di promozione: all'IDS di Colonia (110.000 visitatori provenienti da 55 Paesi) presso lo stand UNIDI, gli operatori del settore hanno potuto ammirare l'*UNIDI Expodental Gallery*, una mostra fotografica dedicata alla campagna realizzata da Semios del Gruppo KEY-STONE per promuovere l'edizione 2011 della manifestazione International Expodental.

L'agenzia creativa ha realizzato, per il progetto di comunicazione 2011, una campagna multisoggetto e bilingue – italiano e inglese – con il patrocinio del comune di Roma, lavorando e giocando sui doppi sensi della terminologia odontoiatrica e i luoghi di Roma che maggiormente identificano la capitale. Il nuovo concept fieristico trasmesso al pubblico è *"tra scienza e magnificenza"*, all'insegna di un perfetto connubio tra business e leisure.

La strategia comunicazionale per Expodental, infatti, si prefigge di unire aspetti ludico culturali a quelli più prettamente merceologici e tecnico-scientifici, donando una forte impronta culturale alla manifestazione e una valenza ancor più internazionale.

La campagna presenta otto differenti soggetti, richiami a elementi artistici della capitale e allusioni tecniche che fondono il dentale con gli angoli più suggestivi di Roma, in una mostra *"da lasciare a bocca aperta"*. Così una "panoramica" diventa una splendida veduta sui Fori Imperiali, l'ultima nevicata su Roma uno "sbiancamento estetico" e l'"arcata superiore" altro non è che un elemento del Colosseo...

Dopo la presentazione attraverso l'Expodental Gallery a tutti i dentisti e operatori del settore del mondo durante l'IDS, la campagna verrà declinata secondo un fitto media planning, che prevede, tra l'altro, la pubblicazione su tutte le riviste di settore maggiormente accreditate sia italiane che internazionali, cartoline-invito per il target estero, mappe della città di Roma personalizzate, shopper bag a tema, internet banner e newsletter, nonché la promozione e l'esposizione della photo-gallery nelle altre principali fiere internazionali di settore (New York, San Paolo, Riyad, Shanghai, Seoul, Mosca, Dubai, e altre importanti capitali del mondo).

Cliente: [Promunidi](#)

Agenzia: [Semios srl](#)

Periodo: gennaio – ottobre 2011

- » per articolo
- » per parole chiave
- » nel testo

Go

LE SEZIONI DEL SITO

- Prima pagina
- Aziende
- Associazioni
- I giornali parlano...
- Net World

I SERVIZI

- Eventi
- Leggi **NEW**
- Schede
- Vocabolari on line
- Oroscopo **NEW**
- kw meteo **NEW**
- kw finanza **NEW**

SCARICA



Unidi Expodental Gallery : un'esposizione da lasciare 'a bocca aperta'



Lanciata a Colonia in questi giorni la campagna internazionale Expodental 2011, la manifestazione tra le più importanti del settore dentale

che si svolgerà alla Fiera di Roma dal 6 all'8 ottobre 2011.

Grande sorpresa per una modalità del tutto innovativa di promozione: all'IDS di Colonia (110.000 visitatori provenienti da 55 Paesi) presso lo stand UNIDI, gli operatori del settore hanno potuto ammirare l'UNIDI Expodental Gallery, una mostra fotografica dedicata alla campagna realizzata da Semios del Gruppo KEY-STONE per promuovere l'edizione 2011 della manifestazione International Expodental.

L'agenzia creativa ha realizzato, per il progetto di comunicazione 2011, una campagna multisoggetto e bilingue – italiano e inglese – con il patrocinio del comune di Roma, lavorando e giocando sui doppi sensi della terminologia odontoiatrica e i luoghi di Roma che maggiormente identificano la capitale. Il nuovo concept fieristico trasmesso al pubblico è "tra scienza e magnificenza", all'insegna di un perfetto connubio tra business e leisure.

La strategia comunicazionale per Expodental, infatti, si prefigge di unire aspetti ludico culturali a quelli più prettamente merceologici e tecnico-scientifici, donando una forte impronta culturale alla manifestazione e una valenza ancor più internazionale.

La campagna presenta otto differenti soggetti, richiami a elementi artistici della capitale e allusioni tecniche che fondono il dentale con gli angoli più suggestivi di Roma, in una mostra "da lasciare a bocca aperta". Così una "panoramica" diventa una splendida veduta sui Fori Imperiali, l'ultima nevicata su Roma uno "sbiancamento estetico" e l'"arcata superiore" altro non è che un elemento del Colosseo...

Dopo la presentazione attraverso l' Expodental Gallery a tutti i dentisti e operatori del settore del mondo durante l'IDS, la campagna verrà declinata secondo un fitto media planning, che prevede, tra l'altro, la pubblicazione su tutte le riviste di settore maggiormente accreditate sia italiane che internazionali, cartoline-invito per il target estero, mappe della città di Roma personalizzate, shopper bag a tema, internet banner e newsletter, nonché la promozione e l'esposizione della photo-gallery nelle altre principali fiere internazionali di settore (New York, San Paolo, Riyad, Shanghai, Seoul, Mosca, Dubai, e altre importanti capitali del mondo).

IL DENTALE

RACCOLTA VIDEO



Scarica Allegato: [Scarica le immagini della campagna pubblicitaria Expodental 2011](#)

Expodental 2011: ecco le immagini della Roma odontoiatrica
[lunedì 18 aprile 2011]

A guardare bene da millenni la Città eterna svela la sua vocazione odontoiatrica. La prova sono “gli scatti” utilizzati per la nuova campagna internazionale Expodental 2011, presentata in anteprima all’IDS di Colonia, realizzata dall’agenzia di comunicazione torinese Semios del gruppo Key-Stone, con il patrocinio del comune di Roma.

La campagna presenta otto differenti soggetti, in cui vengono abbinati a famosi elementi artistici della Capitale una didascalia odontoiatrica: così “l’arcata superiore” è un elemento architettonico del Colosseo, Roma imbiancata dalla neve è lo “sbiancamento estetico”, la visione dei Fori Imperiali non è altro che una splendida “panoramica”, uno dei più bei ponti romani è un “ponte su pilastri” etc. Scoprite i soggetti scaricando le immagini dal link sopra questa notizia.

International Expodental Roma si svolgerà alla Fiera di Roma nei padiglioni 7-8-9 e 10 da giovedì 6 a sabato 8 ottobre 2011.

Sostienici

Ultimo video inserito

Fidest – Agenzia giornalistica/press agency

Quotidiano di informazione – Anno 23 n° 101

Expodental 2011

Publicato da fidest su sabato, 26 marzo 2011

Lanciata a Colonia in questi giorni la campagna internazionale Expodental 2011, la manifestazione tra le più importanti del settore dentale che si svolgerà alla **Fiera di Roma dal 6 all'8 ottobre 2011**. Grande sorpresa per una modalità del tutto innovativa di promozione: all'IDS di Colonia (110.000 visitatori provenienti da 55 Paesi) presso lo stand UNIDI, gli operatori del settore hanno potuto ammirare l'UNIDI Expodental Gallery, una mostra fotografica dedicata alla campagna realizzata da Semios del Gruppo KEY-STONE per promuovere l'edizione 2011 della manifestazione. Una campagna multisoggetto e bilingue con il patrocinio del comune di Roma, giocando sui doppi sensi della terminologia odontoiatrica e i luoghi di Roma che maggiormente identificano la capitale, trasmettendo al pubblico il nuovo concept fieristico "tra scienza e magnificenza", all'insegna di un perfetto connubio tra business e leisure.

Questo post è stato pubblicato il sabato, 26 marzo 2011 a 09:07 ed è archiviato in [Cronaca](#), [Medicina](#), [Roma](#). Contrassegnato da tag: [expodental](#), [leisure](#), [promozione](#), [settore dentale](#). Puoi seguire tutte le risposte a questo articolo attraverso il [RSS 2.0](#) feed. Puoi [lascia una risposta](#), oppure [trackback](#) dal tuo sito.