

El lanzamiento de las colecciones Spring-Summer 2001 de Energie y Miss Sixty ha llegado a los soportes de exterior de Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia. La campaña la podemos ver en transportes y mobiliario urbano.



La agencia valenciana **BTN-Grupo Forja** es la responsable de esta planificación que ha apostado por ganar notoriedad para las marcas del grupo italiano a través de soportes que

garantizan un mayor ratio de cobertura y frecuencia en el target.

La primera oleada ha arrancado este mes de marzo, centrándose en autobuses urbanos y mobiliario de metro en **Madrid**, autobuses de **Barcelona** y **Valencia** y en **Bilbao** en mobiliario urbano y metro. Además en

Valencia

la planificación se complementa con la acción especial de tematización integral de la línea del tranvía T4 que recorre las zonas universitarias de la ciudad.

{jcomments on}