

Magnum celebra Dante

A 700 anni dalla morte di Dante, la Divina Commedia continua a ispirare i brand. Magnum Algida in particolare, che declina tre limited edition dei suoi gelati intitolandoli all'Inferno al Purgatorio e al Paradiso.

Con il progetto MagnumXDante, il marchio ha poi stretto una partnership con la Società Dante Alighieri per coinvolgere le nuove generazioni e gli artisti colpiti dal fermo della pandemia. I contenuti danteschi verranno letti e vissuti attraverso nuovi linguaggi nel corso delle Dante Live's Week, con i versi interpretati da giovani attori e se il primo Magnum Inferno sarà

disponibile dal 25 febbraio il 1° marzo partirà la nuova comunicazione multicanale (spot tv, adv, social).



Il Magnum Inferno

«Magnum, ricordando l'anniversario della morte di Dante, vuole celebrare la più alta espressione della letteratura italiana, la Divina Commedia», ha detto Giorgio Nicolai, direttore marketing di Algida Italia. «La nostra interpretazione avviene attraverso tre stagioni inedite del nostro iconico Magnum e con un

programma intenso di attività a supporto dell'arte, di cui ci auguriamo di poter presto tornare a godere».

© Riproduzione riservata

