

## CANALI

- Brand Identity & Packaging
- Comunicazione Integrata
- Comunicazione Online
- Eventi & Sponsorizzazioni
- Marketing Diretto & CRM
- Media
- Mobile
- People
- Promozioni
- Pubbliche Relazioni
- Pubblicità
- Retail e Punto Vendita
- Web Marketing

## Media

- Online
- Out of Home
- Radio
- Stampa
- TV

## CASE STUDIES

- Alimentari
- Auto
- Telecomunicazioni
- Abbigliamento
- Bevande - alcolici
- Finanza - assicurazioni
- Farmaceutici
- Distribuzione
- Elettrodomestici
- Moto - veicoli
- Giochi - articoli scolastici
- Informatica
- Casa e arredamento
- Editoria
- Home Care
- Utilities
- Personal Care
- Trasporti e Turismo

## APPROFONDIMENTI

- Articoli
- Interviste

## GUIDA ALLE SOCIETA'

- Agenzie di pubblicità e comunicazione integrata
- Agenzie di pubblicità, agenzie di comunicazione globale
- Brand Identity & Pack Design
- packaging, brand identity
- Case di Produzione

## NEWS - Eventi &amp; Sponsorizzazioni

## Sosushi protagonista del fashion camp

Pubblicato il: 10/06/2010

Sosushi arriva al Fashion Camp, il primo bar camp milanese tutto dedicato al mondo della moda. Le community che ruotano intorno ai blog, ai forum, ai social network s'incontrano nella vita reale per condividere conoscenze e riflessioni sulle ultime tendenze. Il brand food dedicato alla cucina giapponese più diffuso in Italia, accompagna ancora una volta lo Swap Party, organizzato all'interno del cartellone del Fashion Camp. L'appuntamento con il baratto più IN del momento è fissato per il 13 giugno alle ore 15.30 nello spazio The Hub di Milano (via Paolo Sarpi, 8).




Tra scambi di vestiti e accessori il brand food dedicato alla cucina giapponese delizierà le partecipanti dello Swap Party, organizzato dall'unico club ufficiale italiano, con una degustazione esclusiva del sushi creativo di Sosushi, servito in un packaging unico molto amato dalle fashion victims. Lo spreco è decisamente out e Sosushi ne è da sempre un fermo sostenitore, e al FashionCamp è tutto a zero CO2, le emissioni di gas serra, infatti, associate ai consumi energetici, di materiali e ai trasporti dell'evento vengono compensate con l'acquisto di 4 crediti derivanti da un progetto di forestazione in Italia. Anche il brand bianco e magenta è da sempre vicino alla natura: tutti i materiali usati nei food point sono a basso impatto ambientale ed è fisso, nei punti vendita Sosushi sparsi su tutto il territorio italiano, l'appuntamento con laboratori creativi volti a diffondere una sempre maggiore coscienza ecologica tra adulti e bambini.


 del.icio.us OK OKNOTizie Digg! Segnalo Viadeo

## Commenti

Non ci sono commenti

 Per inviare un commento effettua la [login/registrazione](#)

-  Stampa articolo
-  Invia ad un amico
-  Commenta l'articolo

## Login

## UTENTE

 Nome utente

 Password

 INVIA [Aiuto](#) | [Iscriviti ora!](#)
[Esplora la community!](#)

## PER LA TUA AZIENDA

Vuoi essere presente su Advertiser?

CLICCA QUI

Già presente esegui il login.

## Newsletter

Iscriviti alla newsletter di ADvertiser.it

## TOP TAGS

agenzia automobili  
 campagna di comunicazione  
 campagna stampa  
 Comunicazione integrata  
 comunicazione on-line  
 comunicazione sociale  
 concorso Event marketing  
 food Radio sito web  
 sport Spot spot TV  
 Telefonia mobile TV  
 web web 2.0 Web marketing

Tutti i tag