



CANTIERI FELTRINELLI: DOPO IL LAGO E IL MARE FRAUSCHER ARRIVA NEL CENTRO VIP DI MILANO

Appuntamento fuori dagli schemi per il Frauscher 747 Mirage Air, ormeggiato in centro a Milano in occasione del party per il lancio del nuovo programma di MTV, #Ricchezza.

Milano, 28 novembre 2016. Si è svolto venerdì 25 novembre presso il Byblos di Milano il party per il lancio di #Ricchezza, il nuovo docu-reality di MTV in onda da martedì 29 novembre alle 22.50 (Sky canale 133). Fra gli invitati VIP anche la nuova Frauscher 747 Mirage Air, ormeggiata per l'occasione davanti al locale. Il programma seguirà i sette protagonisti, giovani e ricchissimi, che racconteranno la loro quotidianità fra lusso ed eccessi a cinque stelle. Da qui l'invito rivolto a Cantiere Nautico Feltrinelli, importatore unico del marchio Frauscher in Italia, a partecipare alla serata evento con una delle imbarcazioni del marchio austriaco, icona di lusso e stile.

La scelta è ricaduta sul Frauscher 747 Mirage Air, fra i modelli più recenti del Cantiere, un center console che sembra progettato apposta per viziare i suoi ospiti: spazi incredibilmente ampi, vestibilità e finiture perfette e un layout molto flessibile che, in pochi secondi, permette di passare da un'isola piena di sole ad un salotto ombreggiato. A bordo tutto è pensato per offrire esaltanti esperienze di guida, velocità elevate e il massimo del comfort.

“Non è la prima volta che, con Frauscher Italia, prendiamo parte ad eventi legati a lusso, velocità e nautica, anche grazie a diverse partnership con marchi d'eccezione come, ad esempio, Jaguar Italia” ha commentato Mauro Feltrinelli di Cantiere Nautico Feltrinelli “Abbiamo accettato con piacere - e una punta di divertimento - l'invito di MTV, convinti che sarebbe stata un'ottima occasione per mettere per un attimo in secondo piano il contesto nautico, affacciandoci invece in un modo ironico e spiritoso al mondo del glam e dell'intrattenimento”.

“MTV è da sempre un brand capace di raccontare la contemporaneità e spesso, proprio attraverso partnership con altre aziende, riusciamo ad amplificare questo racconto creando valore sia per i brand che si associano a noi sia per il nostro pubblico” afferma Lorenzo Incantalupo, Senior Director Marketing, Viacom Italia.

