



29 APR 2016 / 15:04



Dieci giorni in una casa trasparente. Ne #lacasaèsocial si mangia grazie a Deliveroo

Il food delivery ormai entra anche nei reality. Ecco il caso di #lacasaèsocial e Deliveroo, insieme alla stazione Termini.



Homepal e #lacasaèsocial

Homepal è un social network immobiliare, ovvero una piattaforma per acquisto e vendita di immobili, che consente agli utenti di essere seguiti in tutte le fasi di compravendita da un assistente virtuale e condiviso. Un



ARTICOLI RACCOMANDATI



90 anni e non...



Pizzerie d'Ita...

progetto italiano, ancora start-up, che si è anche inventato un nuovo format per farsi conoscere: #lacasaèsocial. Un reality di dieci giorni, in stile Grande Fratello per intenderci, ambientato in due case trasparenti allestite a Milano e Roma. Al loro interno due coppie di giovani vivono sotto gli occhi dei passanti fra ospiti, cooking show, silent disco e karaoke. In questi giorni, a Roma, Lorenzo e Alessandra stanno intrattenendo la Stazione Termini.

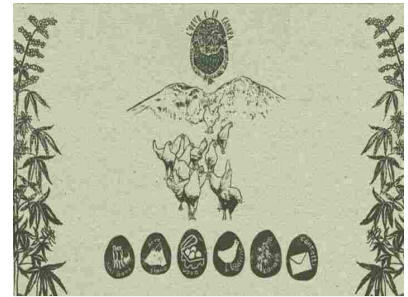


Deliveroo. Cosa si mangia nella casa in stazione

La cosa ci interessa perché i ragazzi di **Homepal** collaborano con Deliveroo (di cui vi abbiamo parlato qui) *“A Roma ci occupiamo, e ci siamo occupati a Milano nei mesi scorsi, di portare da mangiare all’interno della casa per i due inquilini, durante alcuni pasti selezionati. Il progetto ha come obiettivo la mutua visibilità per il ristorante che offre il pasto, per Deliveroo e per Homepal”.*

L’attività a Milano ha coinvolto alcuni dei loro ristoranti top nella zona in cui è avvenuta l’attività, Largo La Foppa: Albufera Tapas y Paella, Bèsame Mucho, Brera Milano, California Bakery, Dulcis, Fatto Bene Burger, Ham Holy Burger, Rossopomodoro, Sushi etc, Zaza Ramen. L’attività a Roma è appena iniziata con **Aromaticus** e coinvolgerà **Daruma Sushi, Mandaloun, Pastachef, Shinto**. Ma a che pro? *“Crediamo sia una bella occasione di visibilità e di costruzione di notorietà sia per i due brand, che essendo start up ne hanno bisogno, che per i ristoranti. I quali, sebbene siano già molto noti, hanno la possibilità di comunicare su una base utenti diversa da quella strettamente legata al loro prodotto, trasmettendo il fatto che fanno delivery con noi”.* I ristoranti coinvolti hanno dovuto in qualche modo pagare tutta questa visibilità? *“No, abbiamo selezionato noi i ristoranti, identificando quelli più rappresentativi della città e della zona. E, nel caso di Roma, anche rispondendo a specifiche necessità degli ospiti”.* Questa attività non ha alcun costo aggiuntivo per i ristoranti perché fa parte delle attività marketing che Deliveroo offre loro per la promozione all’interno della piattaforma, ovvio che in alcuni casi hanno offerto il pasto.

www.facebook.com/events/542612882585268/

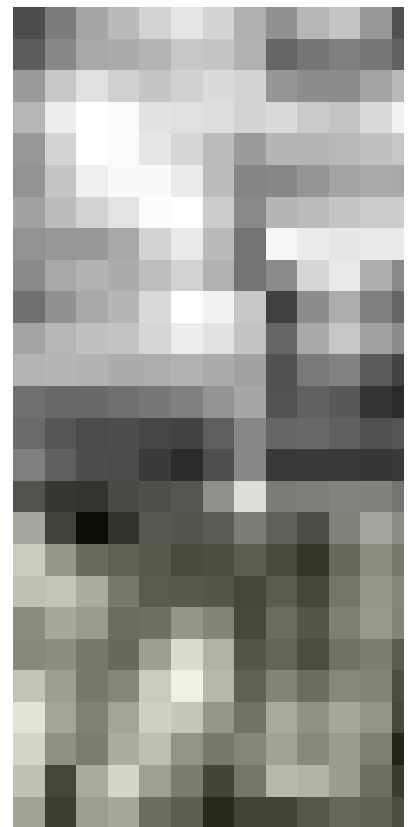


Uova di galli...



Il caso Birra...

TEMI CALDI



a cura di Annalisa Zordan

Abbiamo parlato **Social**, **Food Delivery**
di:

Precedente



< I tortellini in brodo da passeggio di
Modena. L'idea street food della
Boutique del Tortellino



Partecipa alla discussione

0 commenti

Ordina per **Meno recenti** ▼

Aggiungi un commento...

Facebook Comments Plugin

Annunci sponsorizzati:



Il mio lavoro ideale
La vita dei miei sogni con
6.000 € al mese



Fantasy Giro d'Italia
Gioca su Zweeler! Fantasy
Giochi sul Giro d'Italia
Almeno 30.000 euro in
premi



**Crociere
Mediterraneo**
Parti per una crociera alla
scoperta del
Mediterraneo! Trova le
migliori offerte



Cerchi l'auto?
Scopri oltre 350.000
occasioni per risparmiare
su Subito.it

Sponsorizzato da LIGATUS