



### MY SPACE "SECRET SHOW": Natalie Imbruglia e Bluetooth Marketing per Fiesta - The New Ford

Roma, novembre 2009 - Ford e Natalie Imbruglia hanno accolto il popolo di Myspace ai Magazzini Generali di Milano lo scorso 5 novembre, per un evento esclusivo. E PROXIMA, il sistema di digital proximity marketing a marchio MEDITA, c'era.

In collaborazione con BUONGIORNO, PROXIMA ha infatti curato l'invio di messaggi via bluetooth indirizzati a quanti hanno preso parte alla serata: in tantissimi, per niente scoraggiati dalle nuvole minacciose che imperversavano sul cielo di Milano.

Ad accogliere il pubblico, accorso numeroso e agguerrito ai Magazzini Generali su invito di Myspace, ricchissime sorprese: due splendide Ford Fiesta in esposizione e una serie di contenuti multimediali esclusivi (mp3 da utilizzare come suonerie, wallpaper e sfondi per cellulare della nuova Ford Fiesta) inviati sui telefoni cellulari dai dispositivi PROXIMA, posizionati all'ingresso e all'interno del locale.

Il successo della serata è testimoniato dalle foto e dal video disponibili online sul profilo MySpace dedicato agli eventi SECRET SHOW (<http://www.myspace.com/secretshowsit>). E sempre sulla pagina MySpace è possibile registrarsi per essere aggiornati e partecipare a nuovi eventi esclusivi (e gratuiti) firmati Ford.

Ancora una volta il Bluetooth marketing e PROXIMA hanno fatto centro.

A cura di  
Ufficio Stampa MEDITA - PROXIMA  
Francesca Pellegrini  
[pellegrini@medita.com](mailto:pellegrini@medita.com)  
[www.proxi-ma.com](http://www.proxi-ma.com) - [www.medita.com](http://www.medita.com)