

20/01/2025 11:22



Advertising

Valtech Radon, per Yale, trasforma le chiavi in un romantico simbolo di impegno nella nuova campagna dedicata a San Valentino

L'agenzia ha collaborato con una designer di gioielli per reinventare il rituale creando Unison, un braccialetto realizzato a mano mediante la fusione di chiavi. Questo permetterà alle coppie di dare al proprio partner l'accesso alla casa, grazie a delle "chiavi" da indossare.

Lo **scambio delle chiavi è stato a lungo una pietra miliare in ogni relazione**, ma con le serrature intelligenti che rendono la necessità di chiavi fisiche un ricordo del passato, questo gesto romantico sta iniziando a scomparire.

[Clicca qui](#)

Nella **nuova campagna dell'agenzia creativa Valtech Radon, Yale** ha collaborato con una designer di gioielli per reinventare questo rituale intramontabile creando Unison, un braccialetto realizzato a mano mediante la fusione di chiavi. Questo permetterà alle coppie di dare al proprio partner le chiavi di casa - da indossare - giusto in tempo per San Valentino.

Con l'**avvicinarsi del giorno di San Valentino** si avvicina anche la stagione dei gesti romantici e significativi e uno dei più duraturi è quello di dare alla persona amata le chiavi di casa propria. Tuttavia, poiché le serrature smart rendono la vita senza chiavi e senza problemi, **Yale ha pensato a una nuova interpretazione del trasloco**, senza perdere di vista i sentimenti che questo momento porta con sé. Insieme all'agenzia creativa Valtech Radon, Yale ha deciso di **reinventare questo rituale**, creando Unison - un braccialetto fatto di chiavi, progettato per essere regalato quando si è pronti a fare sul serio - insieme allo Smart Lock Linus L2 di Yale. La campagna viene lanciata giusto in tempo per San Valentino.

- Se da un lato le serrature smart rendono la vita più comoda - non dobbiamo più preoccuparci di perdere le chiavi o chiederci se abbiamo chiuso la porta o no - dall'altro **le chiavi hanno ancora un valore simbolico per molte persone**. Con il braccialetto Unison e la nostra campagna, volevamo dimostrare che il romanticismo e la sicurezza moderna possono coesistere: questo San Valentino, potete avere entrambe le cose», afferma **Angelique Charbonnier**, Direttore e Responsabile Marketing EMEA di Yale.

Dietro al progetto c'è **Alexandra Čaušić, una designer emergente di gioielli** con sede a Stoccolma, nota per i suoi pezzi unici realizzati a mano. Il braccialetto rappresenta due chiavi connesse fra loro, che simboleggiano due vite che si uniscono. La campagna si concentra sul design unico e sul kit senza precedenti: una serratura intelligente e un gioiello romantico.

Se si pensa alla cultura pop, il fatto di dare al proprio partner le chiavi di casa è un'usanza diffusa nelle commedie romantiche, nei programmi televisivi e nella letteratura. Dare al partner un codice di accesso, una chiave virtuale o aggiungere la sua impronta digitale a un sistema potrebbe non offrire la stessa sensazione, anche se per tutto il resto le **serrature intelligenti migliorano la vostra vita insieme**. Il braccialetto Unison crea un nuovo modo di dire «vieni a vivere con me» nell'era delle serrature smart e mantiene vivo il romanticismo, afferma Frida Lind, direttore delle pubbliche relazioni di Valtech Radon.

Il **braccialetto Unison è un articolo gratuito e in edizione limitata** fornito con la serratura Linus L2. Sarà disponibile nello shop online di Yale a partire dal 28 gennaio nel Regno Unito, in Svezia, Germania, Italia, Spagna, Francia e Paesi Bassi.

