

## YALE REINVENTA IL GESTO DELLO SCAMBIO DELLE CHIAVI NELLA SUA NUOVA CAMPAGNA PUBBLICITARIA

Lo spot, curato dall'agenzia Valtech Radon, racconta come un mazzo di chiavi diventi oggetto romantico, nell'era delle serrature smart



**Yale** reinventa il gesto dello scambio di chiavi, nella nuova pubblicità che arriverà in occasione di San Valentino, curata dall'agenzia creativa svedese **Valtech Radon**, in collaborazione con il Marketing team interno di Yale.

L'azienda specializzata nel settore della sicurezza e dedicata alla realizzazione di serrature, antifurti e casseforti, ha collaborato con una designer di gioielli per creare **Unison**, un braccialetto nato dalla fusione di due chiavi, rappresentante due vite che si uniscono. L'obiettivo dell'oggetto e della campagna pubblicitaria è reinventare il tradizionale gesto romantico di scambiare le chiavi di casa, adattandolo all'era moderna delle serrature intelligenti.

[Clicca qui](#)

“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.**

La campagna è prevista sui canali social di Yale e l'attivazione è pianificata individualmente da ogni regione. Le responsabili in Italia sono **Roberta Pezzi, E-Commerce & CRM Manager** e **Sivia Pacini, Marketing & Communication Manager Italy & Greece.**

