



COMUNICATO STAMPA

LANCIAGARAGE, PRIMA SERIE WEB DEDICATA A LANCIA PRODOTTA DAGLI APPASSIONATI DEL MARCHIO

Lancia continua a far parlare di sé sui social nonostante il silenzio ufficiale. Sono sempre tantissimi gli appassionati che quotidianamente continuano a manifestare, sulle varie pagine, l'affetto e l'interesse per la storia di questo marchio.

Tra le realtà che riscuotono crescente consenso c'è sicuramente **SaveLancia** che dal 2012 è stata capace di catalizzare l'attenzione di un mondo di appassionati, purtroppo frammentato, offrendo loro una casa comune autorevole per quanti vogliono approfondire la storia di Lancia grazie a racconti, foto e video.

Sulla scia di questo successo è stata prodotta una serie web dal titolo "LanciaGarage" che sarà trasmessa sui canali social di **SaveLancia** arricchendo l'offerta di un network di oltre 100.000 appassionati.

LanciaGarage è una serie prodotta inizialmente in tre puntate e rappresenta un modo originale e giovane per parlare di motori, di storie e di tecnica grazie ad un racconto che mischia aneddoti, consigli e curiosità. L'idea è quella di rendere protagonista un lancista con la sua auto per ogni episodio, fargli raccontare la sua passione e gli aneddoti di una vita vissuta con la propria Lancia. Sarà anche l'occasione per scoprire scorci di questa Italia in un viaggio che vuole mettere al centro non solo una vettura ma tutte le emozioni che essa ha saputo regalare nel corso degli anni.

Non mancherà il contributo dell'esperto, **Raffaele Terlizzi**, ex Responsabile della Collezione Lancia FCA, pronto ad offrire un profilo tecnico e specifico di dati, valutazioni commerciali e consigli del modello protagonista dell'episodio.

LanciaGarage è sicuramente il primo esperimento realizzato direttamente da appassionati di un marchio, con la finalità di tenere sempre alta l'attenzione su una storia industriale ormai dismessa. Una produzione pensata per il web in cui diventa fondamentale il contributo di chi segue la pagina condividendo il video sui propri profili per permettere un'alta diffusione. **“L'obiettivo di SAVELANCIA non è quindi quello di coinvolgere i propri follower in una raccolta fondi, bensì nella richiesta di condivisione virale del prodotto stesso sui social.”**