



ADV

MEDIA INDUSTRY

18/12/2023

di Annalisa Pomponio



## VOICEGREEN, ECCO IL PODCAST REALIZZATO DA PODCASTORY E CITROËN ITALIA

Il marchio automobilistico affida la comunicazione del prodotto Citroën Easy Go a VoiceGreen, la serie audio sulle tematiche ambientali prodotta da **Podcastory**



VoiceGreen il nuovo prodotto audio di **Podcastory** e Citroën

**Citroën Italia** e **Podcastory** unite per dare voce ai temi legati alla sostenibilità. È infatti uscito il primo dei quattro episodi di "VoiceGreen", la serie podcast always on prodotta da **Podcastory**, in partnership con il noto brand automotive francese.

VoiceGreen è un editoriale settimanale che racconta fatti, notizie e approfondimenti su un mondo sempre più proiettato verso il rispetto dell'ambiente. Citroën Italia si affida quindi al podcast per la comunicazione di **Citroën Easy Go**, il leasing che si propone di rendere l'elettrico accessibile a tutti con prezzi competitivi e condizioni flessibili.

In questo primo episodio di VoiceGreen il tema sviluppato è quello

NEWSLETTER - Tutte le notizie di Engage ogni giorno, gratis. **ISCRIVITI!**

ADV

VIDEO

VEDI TUTTI →



Addio al calcio di Giorgio Chiellini: 7,6 milioni di views per il video tributo firmato Mate agency

dell'evoluzione dell'auto elettrica e di quelle che possono essere le sfide e le opportunità della transizione verso una mobilità più sostenibile.

Da parte sua, infatti, il brand francese ha già comunicato di voler offrire una versione elettrificata di ogni suo modello entro il 2025, aprendo così la strada ad un nuovo standard di mobilità. "La sostenibilità costituisce uno dei valori fondamentali del marchio Citroën, caratterizzato da una popolarità che si traduce in un'accessibilità per tutti - ha dichiarato **Alessandro Musumeci**, Marketing Director di Citroën Italia -. Nella gamma di Citroën tutti i prodotti sono orientati, dal punto di vista dell'engineering, della concezione e del design verso la sostenibilità, non solo perché questa è un valore del marchio, ma anche per il fatto che, come tutti i brand automotive, anche Citroën ha un chiaro impegno preso con l'Europa in termini di emissioni, di riduzione di CO2 e di obbligo di produrre e vendere a partire dal 2035 solo vetture a zero emissioni. Citroën Easy Go vuole rendere semplice l'adozione dell'elettrico, perché ci siamo resi conto che questa tecnologia ancora non è adottata dalla maggior parte delle persone, a causa di alcune barriere che vogliamo scardinare con la creazione di questo prodotto".

"La visione sostenibile di Citroën, come espressa da Alessandro Musumeci, rispecchia un'etica aziendale che si focalizza, non solo sul progresso tecnologico, ma anche sulla responsabilità ambientale - ha commentato **Davide Schioppa**, Ceo e founder di **Podcastory** -. Questo impegno verso la sostenibilità è un elemento cardine che troviamo in molteplici settori, incluso quello dei podcast. In **Podcastory** crediamo fermamente che fare podcast equivalga a fare cultura. Attraverso contenuti come VoiceGreen esercitiamo un potere immenso: quello di instaurare un dialogo diretto e personale con l'ascoltatore. Da oltre quattro anni, ci impegniamo a creare un prodotto editoriale che informa, ma al contempo ispira, selezionando con cura storie aziendali che riflettano questi valori. La sostenibilità, dunque, non è solo un obiettivo per le aziende come Citroën, ma rappresenta anche un principio fondamentale nella nostra missione di comunicatori: condividere storie che possano educare e sensibilizzare il pubblico sull'importanza della responsabilità ambientale e sociale."

È possibile ascoltare il podcast "VoiceGreen" su App **Podcastory** e Spotify.

SCOPRI ALTRI CONTENUTI SU

CITROËN | **PODCASTORY** |

ADV

## ARTICOLI CORRELATI



247Production: un 2024 all'insegna dell'intrattenimento con nuovi talent e format inediti



Come incrementare il valore dei brand attraverso i dati? I consigli di Libera Brand Building Group



247Production, il Ceo Bertona: "Trasformiamo pubblicità in intrattenimento per connettere i brand alle diverse generazioni"



Elisa Presutti (Gattinoni Group): «L'organizzazione di eventi deve aprirsi ad AI e nuove tecnologie»

ADV