

## Roma si illumina di Autoluce

Un evento esclusivo per clienti esclusivi: Autoluce porta a Roma alcuni dei suoi migliori clienti con l'obiettivo di trasmettere cultura, perché per il lavoro ci sono altri 364 giorni dell'anno.

Tommaso Caravani

L'idea alla base del concept ideato da Autoluce lo scorso anno è tanto semplice quanto efficace: chi lavora con questo ricambista ha accesso a una serie di benefit difficilmente acquistabili. Perché è impossibile dare valore a un evento come quello organizzato nei minimi dettagli da Autoluce a metà ottobre, che ha permesso a una trentina dei suoi migliori clienti di visitare Roma come neanche gli stessi romani possono fare.



70  
NM



Una esclusività che è iniziata lo scorso anno con la visita a Rivolto (in provincia di Udine), dove ha sede lo stormo delle Freccie Tricolori, ed è proseguita lo scorso maggio con l'Autoluce Fun Day, quando a un selezionato gruppo di clienti è stata data la possibilità di salire al fianco di veri piloti di rally

su di un tratto stradale chiuso appositamente per l'occasione. Lo scorso ottobre, più precisamente dal 12 al 14, invece, un gruppo di fortunati clienti di Autoluce ha potuto partecipare a una visita guidata al Ghetto ebraico di Roma (un tour generalmente organizzato solo in inglese per turisti stranieri) e ha

avuto l'opportunità di visitare in forma privata la Cappella Sistina e i Musei Vaticani fuori dall'orario di apertura. "Il luogo comune vuole il meccanico concentrato solo sulla tecnica e poco sulla cultura – ha affermato Riccardo Califano – ma la partecipazione a questo evento dimostra il contrario".

