

## ORIOCENTER LANCIA LA NUOVA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE INTEGRATA E TORNA IN TV

*Il 4 aprile con un evento immersivo e spettacolare Oriocenter ha presentato il nuovo visual di campagna ad alto impatto per sottolineare l'unicità del Mall. La pianificazione nazionale comprende un mix di TV, stampa, digital e outdoor.*



Per dare continuità al percorso strategico e di posizionamento, iniziato con le campagne di comunicazione precedenti ("Big and Unique", "MY WAY - a modo mio" e "Unexpected") Oriocenter lancia la nuova campagna di comunicazione, con un concept creativo che mira a rafforzare la brand awareness e la brand reputation del Mall, oltre che mostrare le sue molteplici sfaccettature come contenitore multi brand, che sposa e abbraccia tutti i posizionamenti di mercato e tutte le categorie merceologiche.

*"Per lo sviluppo della nuova campagna di comunicazione di Oriocenter, ci siamo ispirati alla filmografia di Wes Anderson conosciuto e diventato famoso per le sue creazioni di stile, e al lavoro dedicato al cubismo, da artisti del calibro di Picasso, Max Ernst e Matisse, oltre ad altri artisti emergenti, come Eduardo Recife, Joe Webb e Felician. Abbiamo poi proseguito lavorando su un mood board considerando la manipolazione e il fotocollage di John Heartfield e Hannah Höchn, avanguardisti berlinesi, senza dimenticare le tendenze colore del mondo della moda" – spiega **Giovanni Rossi**, dell'omonimo studio di marketing e comunicazione di Modena, consulente d'immagine di Oriocenter insieme ad AdverCity comunicazione e immagine, entrambi firme delle precedenti campagne.*

Alla base della nuova campagna di Oriocenter, c'è un pensiero basato sullo stupore, su ciò che è strabiliante. Il viso della donna, protagonista della campagna, rappresenta il pubblico di Oriocenter che viene colpito dalle luci riflesse prodotte dalle vetrine che ospitano i desideri. I colori presenti nel visual rappresentano invece la stagionalità che sta alla base delle collezioni moda presenti nel Mall.

La campagna di comunicazione è declinata in uno spot TV che racconta il sogno di una donna rappresentata nel suo ambiente quotidiano e, allo stesso tempo, in un luogo le cui architetture ricordano gli spazi di Oriocenter. La narrazione onirica vede la ragazza danzare in movimenti sinuosi, che, tra frequenti cambi d'abito, si integrano con le immagini del sogno, che la portano ad essere tutt'uno con le proposte Oriocenter, che vogliono essere rappresentazione di tutte le categorie merceologiche: dalla



moda allo sport, passando per il beauty e l'offerta food. Protagonista dello spot **Manuela Saccardi**, ballerina e coreografa nota per le sue collaborazioni artistiche con il mondo dello spettacolo - tra cui anche X Factor Italia.

**Lo spot sarà on air sulle principali reti televisive nazionali e piattaforme on-demand nel periodo aprile e maggio.**

Oltre alla TV l'investimento comprende stampa, digital, social e una pianificazione OOH nel circuito Gae Aulenti a Milano, le affissioni nelle metropolitane di Milano e Brescia, oltre a quelle nelle aree di grande passaggio di Bergamo.

*“Per il nuovo spot avevamo in mente qualcosa di suggestivo che potenziasse la nostra proposta multibrand e ci avvicinasse ancora di più al settore della moda e siamo molto orgogliosi della sinergia che si è creata con il team di GiovanniRossiStudio, con cui collaboriamo già da 7 anni che ci ha portato alla realizzazione di questo fantastico spot, che rappresenta Oriocenter come un'autentica attrazione per gli amanti dello shopping e non solo.” - commenta **Ruggero Pizzagalli, direttore di Oriocenter.***

Con la nuova coloratissima campagna Oriocenter spinge l'acceleratore su un posizionamento unico e distintivo, soprattutto nel segmento fashion, che vede il Mall come il contenitore di proposte diversificate, che abbracciano le richieste a tutto tondo dei visitatori. Per rispondere alle esigenze di una clientela in costante evoluzione, Oriocenter ha, infatti, saputo nel corso degli anni imporsi come una voce fuori dagli schemi per la qualità e varietà dei suoi punti vendita. Guardando per esempio alla categoria merceologica più rappresentata, quella dell'abbigliamento, non manca al suo interno una nutrita schiera di brand di lusso come **Boss, Coccinelle, Elisabetta Franchi, Emporio Armani, Lacoste, Michael Kors, Patrizia Pepe, Polo Ralph Lauren, Twinset, Weekend by Max Mara, Woolrich**. Un vero e proprio "quadrilatero della moda" attorno a quella che è stata ribattezzata "Piazza Armani" e che costituisce un unicum nel panorama dei Mall full price.

L'unicità di Oriocenter risiede anche nella sua capacità di intercettare nuove tendenze ed essere sempre un passo avanti rispetto alla concorrenza. Non a caso, è stato il trampolino di lancio per molti brand moda che si sono affacciati per la prima volta nel mercato italiano come **Under Armour**, marchio americano di abbigliamento e scarpe sportive; **Natura**, realtà spagnola di accessori e arredamento per la casa che ha scelto di focalizzare la sua attenzione sull'ecosostenibilità e per ultimo, a settembre 2023, **Plein Sport**, marchio sportivo del celebre stilista Philipp Plein che ha scelto Oriocenter per aprire il suo primo punto vendita Plein Sport in Italia.

Per maggiori informazioni: <https://www.oriocenter.it/it>

Per vedere lo spot: <https://www.oriocenter.it/spot-2024>

#### **Crediti:**

Studio marketing e comunicazione: GiovanniRossiStudio + partner AdverCity

Società di produzione dello spot: Popkorn Films

Agenzia per la pianificazione pubblicitaria: Proxima

Cuscini: Casa Shop

Pigiama: Tezenis

\*\*\*

#### **Oriocenter Selected Stores**

A pochi chilometri dalla città di Bergamo e a 2 minuti dall'autostrada A4 Milano-Venezia, di fronte all'aeroporto internazionale di Orio al Serio (BG), un'esperienza che non ha uguali con una superficie di 105mila m<sup>2</sup> con 300 negozi tra cui 50 punti ristoro, 14 sale cinema, inclusa la sala Imax con lo schermo più largo d'Europa, 1 ipermercato e oltre 7 mila posti auto.

[www.oriocenter.it](http://www.oriocenter.it)

**Ufficio Stampa | P.R. & Go Up Communication Partners**

Viale Lunigiana 46, 20125 Milano | [www.press-goup.it](http://www.press-goup.it)



Chiara Borghi – Email: [chiara.borghi@prgoup.it](mailto:chiara.borghi@prgoup.it) | Tel. +39 345 6556139  
Susanna Sala – Email: [susanna.sala@prgoup.it](mailto:susanna.sala@prgoup.it) | Tel. +39 345 1179435  
Simona Schifano – Email: [simona.schifano@prgoup.it](mailto:simona.schifano@prgoup.it) | Tel. +39 346 0833062