

OgilvyAction

L'activation Loewe, ideato da OgilvyAction, esalta la personalità dei partecipanti grazie a iniziative digitali e sul territorio integrate

Milano, 9 luglio 2012 – In occasione del **lancio del nuovo televisore Connect ID Loewe**, disponibile in 2.160 varianti, OgilvyAction ha presentato attività di **experiential e shopper marketing sul territorio** - con l'obiettivo di orientare i prospect verso i monomarca Loewe e i rivenditori autorizzati – e **attività di digital activation** tramite mobile e tablet.

In 4 città italiane, dal 14 giugno al 7 luglio, l'experiential event Loewe ha dato spazio all'individual design di ciascun partecipante, mettendo la persona al centro di immagini immersive in 3D, con la possibilità di interagire con i diversi ambienti abbinati alle varianti di Connect ID.

A fine percorso il personale Loewe scattava una fotografia ai partecipanti, che potevano vederla trasformata in 3D, con occhiali abilitati, presso i flagship Loewe o i dealer aderenti all'iniziativa; presso i quali veniva loro consegnata in omaggio una shopping con un give-away personalizzato.

In più, sono stati installati 40 totem interattivi instore per comunicare l'arrivo dell'**app This is my ID**, disponibile su Apple Store e Google Play. L'applicazione permette di provare il nuovo televisore in casa propria, grazie alla realtà aumentata e all'utilizzo di un marker scaricabile dal **minisito myloewecconnect.com**.

Non solo. Per stimolare la diffusione dell'iniziativa, l'utente ha la possibilità di scattare una foto e condividerla su app, minisito e social network, per partecipare fino a fine luglio a un **contest** che vede in palio premi settimanali e un super premio finale, da personalizzare come il Connect ID.

Credits:

Business Director: Stefano Rossi
Direzione Artistica: Roberto Ongaro
Direttore Creativo Esecutivo: Paolo Iabichino
Creative Supervisor: Benedetta Marazzi
Art Director: Lorenzo De Manes, Giovanna Burrascano
Sviluppatori app: G-Maps
Regia experiential: Marco Bonzanini
Produzione: Sandra Scoccimarro, Fabio Lazzaroni

###

A proposito di OgilvyAction:

OgilvyAction si occupa di capire gli insight di shopper e retailer, oltre agli insight di brand e consumatori. L'offerta di OgilvyAction si basa infatti sul concetto di **Creating Purchase Behavior** per guidare l'acquisto della marca attraverso un'ampia gamma di servizi: experiential marketing, shopper marketing, trade marketing e promotional marketing.

Con 82 uffici in 61 paesi e clienti tra i più importanti e innovativi al mondo, OgilvyAction è il network di **brand activation** del Gruppo Ogilvy, uno dei maggiori network di comunicazione al mondo, che offre servizi a 360° a marche internazionali e locali attraverso le diverse discipline.

Per ulteriori informazioni, contattare:

Gruppo Ogilvy Italia

Ogilvy*Action*

Arianna Vetrugno
HR&Communications Director
arianna.vetrugno@ogilvy.com
Tel. 02. 60 789 426 – Cell. 348.5846551