

SPOT and WEB



HOME

RUBRICHE ▾

AUDIOINTERVISTE

SPECIALI ▾

REDAZIONE

CORSI



Primopiano

Pubblicità

GrandiCentri insieme a Barilla per supportare l'Italbasket

👤 Questa notizia piace a 591 lettori

📅 1 luglio 2016



Un'avventura Olimpica in Brasile alle porte e una squadra di basket con dei talenti straordinari, come Danilo Gallinari. È tutto pronto per sognare i cinque cerchi di Rio. E anche GrandiCentri e Barilla lo sono: con una campagna di Shopping Domination® che si svilupperà nei centri commerciali, perché *C'è più gusto a tifare Italia.*

La nuova campagna coordinata e pianificata da OMD, che vedrà una movimentazione totale di 85 totem, è partita il 20 giugno al Centro Lame di Bologna e allo Shopville GrandReno a Casalecchio di Reno, proseguendo poi il 28 giugno al Parco Dora di Torino (TO) e nella galleria dello Shopville Le Gru (TO).



L'immagine di Danilo Gallinari, realizzata ed elaborata dalla nota agenzia creativa JWT, giganteggerà nelle gallerie con l'impatto vincente dell'advertising indoor GrandiCentri, un modo unico per accompagnare i consumatori nelle loro scelte d'acquisto e dare ancora più enfasi al brand Barilla.

Grazie al preciso modello di calcolo di cui si avvale GrandiCentri, in 14 giorni di

PEZZI DI RICAMBIO PER TUTTE LE AUTO!



Iscrizione Newsletter

Iscriviti alla nostra newsletter per rimanere sempre informato

Email: *

iscriviti

Adv

Facebook

affluenza la Domination® intercetterà 1.229.000 contatti netti e oltre 16 milioni contatti lordi nelle location selezionate.

Un risultato di comunicazione che si inserisce nel cuore della lunga partnership tra GrandiCentri e la multinazionale agroalimentare italiana. Una collaborazione iniziata nel giugno 2013 e che, in quattro anni di Domination®, ha sviluppato 292 Flight, intercettato oltre 1,1 miliardi di contatti lordi e coinvolto 112 centri commerciali in 15 regioni italiane: per un totale di 5600 totem movimentati.

«Con la campagna *C'è più gusto a tifare Italia* abbiamo fatto un ulteriore passo in avanti nella Shopping Domination®», dice Andrea Piu, Presidente GrandiCentri. «Un partner come Barilla e un testimonial come Gallinari sono gli ingredienti giusti per ottenere maggiore visibilità e una conversione altissima nei luoghi d'aggregazione per eccellenza: i centri commerciali. Il nostro è un impegno che continua nel tempo e questa campagna ne è la prova: le nostre competenze sono state scelte da Barilla per rappresentare i propri valori nel modo più chiaro e efficace possibile. E noi ne siamo orgogliosi».

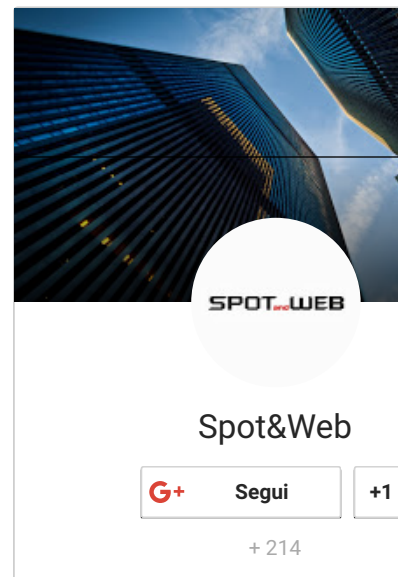


[← Al via la campagna worldwide PUMA eyewear "NO CAGE"](#)

[Su FLIPPS, l'app che trasforma la tv arriva il canale Tv di Red Ronnie Roxy Bar live →](#)



Google Plus



Twitter

Tweet di [@SpotandWeb](#)



Spot and Web
@SpotandWeb



Tribe Communication e Lipton Ice Tea volano a Tomorrowland.

spotandweb.it/news/804243/tr...



Tribe Communic...
Tribe Comunica...
spotandweb.it

[Incorpora](#)

[Visualizza su Twitter](#)

Redazione | [Cookie](#)



Mario Modica Editore p. Iva 00566900189



Copyright © 2016 Spot and Web. Tutti i diritti riservati.