

## News release

### Original Marines in esclusiva con Clear Channel per l'Esterna

**Milano, 6 marzo 2014.** *“E’ tempo di essere Original”* è il claim ispiratore della nuova campagna pubblicitaria, ideata da **Original Marines**, per la collezione Primavera/Estate 2014.

Chi veste Original Marines sceglie uno stile di vita dinamico, allegro, originale. **“Essere Original”** significa anche essere artisti nella qualità ed essere accessibili a tutti senza, per questo, rinunciare ad essere innovativi. Questi sono i valori che hanno ispirato la creatività della campagna di Original Marines, dall’animo green ed eco-sostenibile, e che hanno determinato anche la scelta della multinazionale **Clear Channel**, concessionaria leader nel settore dell’Out-of-Home, per veicolare questi messaggi.

Inoltre, ciò che ha indotto Original Marines ad affiancare la campagna outdoor alla pianificazione stampa, web, in-store promotion, materiale POP, è stata la volontà di utilizzare un mezzo che fosse in grado di soddisfare un desiderio di leadership che cerca sempre il massimo anche nella comunicazione.

La campagna nazionale multisoggetto **Original Marines** è stata pianificata, in esclusiva, sui circuiti **Clear Channel** delle più importanti città italiane dove sono presenti i punti vendita del brand, prevedendo affissioni su poster di forte impatto e integrandola con impianti small format e di arredo urbano – quali gli 8MQ e gli FSU di Milano.

La campagna è stata inoltre declinata utilizzando e personalizzando il sistema di **Bike sharing** di Milano. In questi giorni, i colori della campagna Original Marines rivestono più di 200 cestini, incluse le ruote posteriori, delle biciclette di BikeMi (servizio di Bike sharing gestito a Milano da Clear Channel), come anche la pavimentazione di alcune stazioni del Bike Sharing, per le quali è stato usato il “Floor Graphic”, un materiale le cui caratteristiche di elasticità e versatilità si adattano bene a siti di varia natura e consentono la stampa in diversi formati. Le stazioni interessate dalla campagna, tra le più centrali ed utilizzate del Bike sharing di Milano, sono **Cadorna e San Babila**, mentre quelle scelte a ridosso dei punti vendita dei negozi monomarca Original Marines sono **Piazza Argentina, Corso Buenos Aires, Corso XXII Marzo e via Foppa**.

La novità assoluta di questa campagna pubblicitaria, che senz’altro polarizzerà tutta l’attenzione dei cittadini e dei turisti milanesi e che aprirà un nuovo corso nel modo di promuovere i brand di prestigio, è la realizzazione, per opera di **Clear Channel**, di fantastici e sorprendenti giubbini **Original Marines**, costruiti con la tecnica del mock-up, in scala maggiorata, riproducendo con scrupolosa somiglianza il tessuto idrorepellente del capo di abbigliamento della collezione Primavera/Estate 2014 in vendita presso tutti i punti vendita del brand. Questi “mock-up” sono

stati installati a Milano su selezionatissimi FSU di Clear Channel che si sono prestati, per l'occasione, a fungere da singolari manichini, scelti nei punti più strategici della città per il brand, rendendo Milano più glamour che mai, con un impatto visivo senz'altro fuori dal comune.

La campagna, pianificata in modo così articolato e capillare nel cuore del centro meneghino, garantisce quindi un forte impatto con più di **120** milioni di contatti in **2** settimane. La pressione pubblicitaria stimata è da capogiro. Più di **10.000** Grp saranno sviluppati nelle **2** settimane della campagna, con una copertura del **94%** e una frequenza impressionante di **110**. Se consideriamo che ai residenti si aggiungono tutti i pendolari, possiamo dire che Original Marines può contare sulla migliore copertura immaginabile.

Il CEO di Clear Channel Italia, **Paolo Dosi** così chiosa: *“Siamo certi del successo che risconterà questa pianificazione, così originale e “cucita” ad hoc per il brand Original Marines, perché i risultati, in termini di visibilità ed efficacia della campagna, saranno sicuramente entusiasmanti. Grazie ad uno scrupoloso lavoro di squadra, siamo riusciti a soddisfare le richieste del cliente, proponendo una campagna audace, ma in grado di promuovere il brand in modo fresco, originale e divertente, facendolo emergere, soprattutto a Milano, riconosciuta da tutti come la Capitale della Moda”*.

*“Raccontare un prodotto, una collezione, una campagna in modo originale, diverso e personalizzato come la pianificazione studiata con Clear Channel ci diverte ed entusiasma – sottolinea **Domenico Romano**, Direttore Marketing di Original Marines. L'idea di avvicinarci ai nostri consumatori e di personalizzare per primi l'iniziativa Bike sharing, così vicina ai valori etici che da sempre caratterizzano il nostro brand, ci rende particolarmente orgogliosi. In qualche modo ogni giorno riusciremo a far parte della quotidianità dei cittadini e di accompagnare in modo green i bikers della città di Milano”*.

#### For the Editor:

#### About Clear Channel Italia

**Clear Channel Italy** è una concessionaria leader nel settore dell'Out-of-Home.

E' presente in Italia con sedi a Milano, Padova, Roma, Napoli, Bari, Palermo e Catania.

Oltre **200** sono le risorse che lavorano su tutto il territorio nazionale.

Attualmente **Clear Channel Italy** gestisce **6.500 poster**, oltre **9.000 spazi di arredo urbano**, **20.000 impianti speciali di piccolo formato** e **330 digital display**, confermandosi leader nel mercato dell'Out-of-Home.

Clear Channel Italy, che rappresenta circa il **19%** del mercato dell'esterna italiano, costituisce un modello innovativo, dinamico e flessibile, caratterizzato da un approccio locale ma che sfrutta la propria scala globale, utilizzando impianti pubblicitari di elevata qualità.

Clear Channel Italy appartiene alla divisione internazionale del Gruppo **Clear Channel International (CCI)**, che gestisce campagne di pubblicità Out-of-Home in 28 paesi in Europa, nell'area Asiatico-Pacifica e Latino-Americana. Il Gruppo ha un patrimonio in continua crescita, attualmente composto da 650.000 display, che comprendono sia formati tradizionali che digitali, spaziando dai poster, all'arredo urbano, ai transit, a soluzioni di comunicazione nei punti vendita e negli aeroporti. Ha più di 5.800 dipendenti e, nel 2012, il suo fatturato è stato di \$1.668m.

#### About Clear Channel International (CCI)

CCI works with advertisers to create inspiring out-of-home advertising campaigns, enabling brands to meet and engage people when they are out and about in 30 countries across Europe, the Asia-Pacific region and Latin America. The company has a growing portfolio that is currently made up of 650,000 displays which span traditional and digital formats on roadside billboards, street furniture and in retail, point of sale, airport, transit and lifestyle environments. It employs 5,800 people and, in 2012, its reported revenue was \$1,668m.

CCI is part of Clear Channel Outdoor Holdings, Inc (NYSE:CCO), the world's leading out-of-home advertising company with operations in some 30 countries and reported total revenues of \$3 billion USD in 2012. CCO is, in turn, 89% owned by Clear Channel Communications, Inc., the global media and entertainment company. The remaining 11% of CCO is traded on the New York Stock Exchange.

#### Press contact:

**Monica Brocca**  
**Communications Manager**  
**Clear Channel**

Via Cellini, 66 – 35027 Noventa Padovana (PD)

tel. +39 (0)49 8955252

cell. +39 342 1515223

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

#### Original Marines

Nato agli inizi degli anni Ottanta per volontà di alcuni imprenditori campani, Original Marines è un marchio della IMAP Export Spa, una dinamica realtà che produce e commercializza linee d'abbigliamento dallo stile casual e sportivo. Original Marines, che ha chiuso il 2012 con un fatturato di 224 milioni di euro, è presente sul territorio nazionale con 532 punti vendita in franchising, 67 tra punti vendita diretti e Cartoon Village e 93 negozi in Europa, Asia e Africa.

#### Press contact:

**Ufficio Stampa Original Marines**

Image Building – Via Privata Maria Teresa, 11 - Milano

Tel. 02 89 011 300 - [originalmarines@imagebuilding.it](mailto:originalmarines@imagebuilding.it)

Gabriella Di Rosa – [g.dirosa@imagebuilding.it](mailto:g.dirosa@imagebuilding.it)

Tiziana Zumbo – [t.zumbo@imagebuilding.it](mailto:t.zumbo@imagebuilding.it)