

## Conforama punta a rinnovare il suo posizionamento con la nuova testimonial Confy di Daniela Giannace

### Descrizione

TAG: Green economy, In Evidenza, Arredamento, Conforama, Confy, Esci dal gregge, Gen Z, Made in Italy, riposizionamento, Sostenibilit  , testimonial

**Design, Made in Italy e sostenibilit ** sono le qualit  su cui si basa il nuovo posizionamento di **Conforama**. L'azienda di [arredamento](#) ha presentato il **riposizionamento** con una campagna di comunicazione che vede il debutto della testimonial **Confy**. La pecora rossa rappresenta infatti il marchio in pubblicit  , e si fa portavoce di un importante messaggio.

### La nuova campagna in vista del riposizionamento

  on air una nuova campagna **Conforama** su tv, web e social, radio e Ooh. Testimonial dello spot e del **riposizionamento** del marchio   **Confy**, la pecora rossa. La testimonial si fa portavoce di un invito da parte dell'azienda: **Esci dal gregge, entra in Conforama**, che   anche il claim della campagna. Lo spot presenta anche il nuovo payoff dell'azienda: **Conforama, da casa nasce casa**. A firmare l'ideazione del concept creativo e la **genesia** di Confy   stata Vmly&r, agenzia di WPP scelta tramite gara insieme a GroupM, che gestisce il planning della campagna.

### Eric Joselzon parla della nuova testimonial

*La nostra amica Confy sar  presente su tutti i canali, con l'obiettivo di far diventare Conforama Italia un punto di riferimento anche per le nuove generazioni, in particolar modo per la cosiddetta Gen Z, che sempre di pi  ha voglia di non omologarsi, di personalizzare i propri ambienti e crearsi un'identit  propria. Confy rappresenta questo: la pecora rossa che si allontana dal gregge e decide di percorrere una strada differente. Sar  la nostra influencer presso il grande pubblico, una nuova icona che accompagner  i nostri clienti*, dichiara **Eric Joselzon, Ceo di Conforama Italia**, nel corso dell'evento di presentazione della nuova campagna.

### Il riposizionamento aziendale spiegato da Joselzon

**Eric Joselzon** parla anche del riposizionamento aziendale: *L'azienda sta vivendo un momento di grande trasformazione. Conforama Italia, che presto sar  completamente indipendente dal gruppo francese controllato dalla sudafricana Steinhoff, diventer  una realt  totalmente tricolore, di propriet  italiana. Questo processo di rinnovamento   il primo passo di questa grande operazione che potrebbe essere portata a termine nella prima met  del 2022. Da l  partir  un complesso e articolato piano di sviluppo che vedr  Conforama Italia aprire nuovi negozi su tutto il territorio nazionale (oggi ne conta 19, ndr), tra cui shop pi  di proximit  , e un'accelerazione decisa sul web, che per ora vale solo il 2% del nostro giro d'affari*.

---

E tu apprezzi la scelta della nuova testimonial e il messaggio lanciato dal claim della nuova campagna?

Hits: 0

L'articolo [Conforama punta a rinnovare il suo posizionamento con la nuova testimonial Confy](#) proviene da [CIAOUP News & Advertising Influencer](#).

### Categoria

1. MARKETING NEWS

### Data di creazione

5 Dicembre 2021

### Autore

*default watermark*