

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, Sostenibilità, testimonial

Design, Made in Italy e sostenibilità sono le qualità 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 pubblicità, e si fa portavoce di un importante messaggio.

La nuova campagna in vista del riposizionamento

È 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 è 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 **genesì** di Confy è 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 sarà 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 più ha voglia di non omologarsi, di personalizzare i propri ambienti e crearsi un'identità propria. Confy rappresenta questo: la pecora rossa che si allontana dal gregge e decide di percorrere una strada differente. Sarà la nostra influencer presso il grande pubblico, una nuova icona che accompagnerà 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 sarà completamente indipendente dal gruppo francese controllato dalla sudafricana Steinhoff, diventerà una realtà totalmente tricolore, di proprietà italiana. Questo processo di rinnovamento è il primo passo di questa grande operazione che potrebbe essere portata a termine nella prima metà del 2022. Da lì partirà un complesso e articolato piano di sviluppo che vedrà Conforama Italia aprire nuovi negozi su tutto il territorio nazionale (oggi ne conta 19, ndr), tra cui shop più di prossimità, 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