

Lotus, la nuova collezione Connected di Silvia Becattini

Descrizione

TAG: In Evidenza, Lifestyle, Moda & Fashion, Festina, Lotus, orologi, Orologi ibridi, Smartwatch

L'orologio da polso, inventato nel XIX secolo, sin dalla sua nascita è stato un compagno inseparabile sia per uomini che per donne. La comodità del cinturino ha sostituito la versione da taschino che fino ad allora era la più utilizzata, soprattutto dagli uomini.

Oggi, ai polsi praticamente di tutti, ci sono gli smartwatch. Gli orologi intelligenti che, grazie alle numerose funzioni, si dimostrano un valido supporto al nostro smartphone nella vita di tutti i giorni. Notifiche, chiamate, mail, GPS sono solo alcune delle caratteristiche di questi orologi da polso 2.0

Linee tradizionali ma tecnologia innovativa nei nuovi orologi Lotus

Lotus, marchio del gruppo Festina, ha lanciato una nuova campagna digital per promuovere la nuova collezione maschile di orologi ibridi. On air dal 10 maggio con il tag *Stay cool, stay connected* racconta i nuovi orologi **Connected** dalle sembianze tradizionali che però nascondono un'anima hi-tech.

L'orologio ibrido si collega allo smartphone grazie all'app dedicata al design della collezione Connected

Diversi spot che hanno come protagonista un ragazzo e dimostrano come **Connected** gli consente di risolvere diverse situazioni senza alcuno sforzo, se non la leggera pressione sulla corona del suo orologio. Le cinque situazioni presentate negli spot mettono in luce le più innovative funzioni del Lotus Connected. Infatti, il ragazzo può:

controllare la domotica, abbassando le luci in casa e creando un'atmosfera adatta ad una serata romantica, controllare la musica, spegnendola per godersi i suoni naturali della montagna, filtrare le notifiche, scegliendo da chi si vogliono ricevere i messaggi, farsi seguire da remoto dalla mamma mentre ritorna a casa (funzione *accompagnami a casa*), ritrovare il parcheggio dove ha lasciato la moto (funzione *ricorda questa posizione*)

Queste sono solo alcune delle numerose funzioni che questi nuovi orologi intelligenti possiedono. Di seguito uno degli spot da 15" della campagna:

Il payoff *Stay cool, stay connected*, accentua il fatto che si può essere al passo con la tecnologia senza rinunciare allo stile, indossando un orologio dal design tradizionale, per un pubblico urbano e contemporaneo.

Il piano di comunicazione di Lotus coinvolge diversi media: cinema, stampa, TV, digital, attività con influencer e sponsorizzazioni. La creatività è firmata dall'agenzia **SrBurns** mentre la pianificazione media è curata dal marketing interno di **Festina Italia**.

Immagini: [Sito ufficiale Lotus](#)

Immagine di copertina: [Facebook](#)

Hits: 2

L'articolo [Lotus, la nuova collezione Connected](#) proviene da [CIAOUP News & Advertising Influencer](#).

Categoria

1. MARKETING NEWS

Data di creazione

12 Maggio 2021

Autore

default watermark