



motivi

#motividicuore: Motivi fa battere il cuore a Milano

Il brand invade la città con 25.000 cuori per il lancio della nuova visual identity

Milano, Settembre 2016

Motivi cambia look scegliendo il colore rosa e l'icona del cuore, due elementi in piena armonia con il brand del Gruppo Miroglio, romantico e femminile.

Il cuore valorizza il logo e ne diventa l'elemento distintivo. "Ci siamo chiesti dove vorremmo portare tutti i giorni i valori di unicità e passione del nostro brand. Ci siamo chiesti dove vorremmo che le clienti Motivi le custodissero. Ci siamo dati una risposta: nel cuore", commenta il team Motivi.

Milano sarà il "cuore pulsante" per il lancio della nuova visual identity di Motivi.

Nella notte tra il 14 e il 15 settembre, davanti al Castello Sforzesco, uno dei principali simboli di Milano e della sua storia, verrà realizzata una urban installation con 4.000 cuori ancorati a terra dalla shopper Motivi. All'interno una piacevole sorpresa: la gift card che premierà con un doppio vantaggio chi si presenta in negozio con l'amica del cuore.

Altri 20.000 cuori saranno posizionati nelle vie del quadrilatero della moda, tingendo di rosa tutto il centro della città.

Una campagna su Instagram e sui social network all'insegna dell'hashtag **#motividicuore** stimolerà la creazione e la condivisione di immagini e video nelle community di riferimento, dal fashion al lifestyle.

Le immagini della collezione autunno/inverno di Motivi, con la nuova visual identity, vestiranno la fermata della metro a Duomo e le Vele di Gae Aulenti, sempre a Milano, le vie e palazzi di altre 10 città italiane e i 300 negozi della catena in tutta Italia.