

Garmin Discovery Corner: le emozioni entrano nella Grande Distribuzione

Un nuovo progetto espositivo Garmin dedicato alla Grande Distribuzione

Milano, xx gennaio 2011. **Garmin**, leader mondiale nel settore dei navigatori satellitari, presenta **Garmin Discovery Corner**, il primo Concept Display ideato per il mondo GPS. Un progetto espositivo dedicato alla grande distribuzione che accompagna il cliente alla scoperta della navigazione satellitare grazie a una comunicazione visiva di grande impatto emotivo.

“Non più solo presentazione di prodotto e relative caratteristiche, ma un vero e proprio viaggio attraverso le infinite applicazioni e gli scenari comunicativi che il marchio Garmin propone sul mercato” afferma Antonio Ferrari, Amministratore Delegato di Garmin Italia. “Con questo progetto intendiamo soddisfare l’esigenza dei punti vendita alla ricerca di nuovi strumenti comunicativi per attrarre e informare consumatori e presentare al grande pubblico il fascino di una tecnologia che è entrata a far parte della vita quotidiana di tutti. Questo ci ha portati a creare quest’area esclusiva dove possiamo esaltare al meglio i nostri prodotti, distinguendoci in maniera evidente in un mercato sempre più competitivo.”



Il progetto, studiato dall’Agenzia di Comunicazione **Red Hot Ideas**, prevede la creazione di isole e lineari espositivi dalle forme essenziali, in linea con lo stile che caratterizza tutte le applicazioni espositive Garmin: colore nero che contraddistingue il marchio e linee costruttive eleganti e pulite. I prodotti vengono proposti con semplicità per non confondere il cliente e invitarlo a interagire con il display.

Il format si compone di una serie di moduli espositivi estremamente versatili che permettono, in sintonia con le scelte strategiche del punto vendita, di soddisfare svariate esigenze di allestimento. Ciascun modulo è arricchito da monitor touchscreen per guidare in modo semplice e veloce il consumatore all’acquisto del prodotto corrispondente alle proprie esigenze di navigazione. Altro punto di forza l’inserimento di teche trasparenti che permettono di mostrare, in modo estremamente innovativo, le campagne di comunicazione attraverso l’esposizione di oggetti collegati ad esse.



Primo soggetto di comunicazione: Garmin *The Italian Trip*. In esposizione le maglie e i palloni della nazionale italiana di rugby utilizzati nelle partite. La nazionale di rugby è stata infatti protagonista dello spot e della campagna natalizia di Garmin. Grande sarà l'attenzione mediatica che avranno gli azzurri per le prossime partite del "6 Nazioni" in programma in Italia da febbraio.

Su Garmin

Garmin International Inc. è una filiale di Garmin Ltd. (Nasdaq: GRMN), leader mondiale nella navigazione satellitare. Dal 1989 l'azienda progetta, produce, commercializza e vende strumenti e applicazioni – la maggior parte delle quali utilizza la tecnologia GPS – per la navigazione, la comunicazione e la trasmissione di informazioni. I prodotti Garmin vengono impiegati nei settori automotive, mobile, wireless, outdoor, nautica, aviazione e per applicazioni OEM. Garmin Ltd ha sede in Svizzera e le sue filiali principali si trovano negli Stati Uniti, Taiwan e Regno Unito. In Italia, il gruppo è rappresentato da Garmin Italia Spa. Garmin è un marchio registrato. Tutti i marchi e nomi dei prodotti Garmin sono registrati, di proprietà di Garmin Ltd o delle sue filiali. Tutti gli altri brand, nomi dei prodotti, nomi aziendali, marchi e servizi sono di proprietà dei rispettivi proprietari. Tutti i diritti sono riservati.

Ufficio Stampa Corporate & Automotive

MY PR Srl

Tel. +39 02 54123452

Francesco Corona

.....
francesco.corona@mypr.it

Lorenzo Pallotti

.....
lorenzo.pallotti@mypr.it

Garmin Italia

Lucia Cancellara

lucia.cancellara@garmin.it