

Garmin coinvolge il pubblico con The Dreamers

Milano, marzo 2013 _ “Ci sono persone che hanno la capacità di guardare l’oggi con gli occhi di domani. Questi non sono esseri speciali, più bravi o più forti. Hanno solo la volontà di non fermarsi a ciò che sono oggi per scoprire chi sono veramente”. Ecco la filosofia di Garmin The Dreamers, il nuovo progetto di comunicazione che ha il compito di trasmettere i valori del brand al pubblico dell’azienda.

Garmin the Dreamers è un contenitore di passione sportiva che nasce sui social network e racconta gli sforzi e le fatiche di quattro aspiranti atleti impegnati nella realizzazione del proprio sogno: raggiungere un traguardo apparentemente impossibile, seguendo la guida di grandi campioni e con l’ausilio della tecnologia Garmin. Ecco i protagonisti del progetto e i loro sogni: Roberto Delfanti, designer bresciano aspirante maratoneta, cercherà di chiudere la maratona di Firenze al di sotto delle 3 h e 45. Luca Conti, social media strategist parmigiano, aspirante triatleta, si è posto come obiettivo di terminare l’Ironman 70.30 di Pais d’Aix. Paolo Sangiorgi, agente di commercio di Forlì, aspirante ciclista, punta a chiudere la Granfondo Roma al di sotto delle 5 ore. Jacopo Larcher, di Bolzano e aspirante alpinista, proverà a percorrere vie in montagna finora a lui inaccessibili. Nei prossimi mesi il pubblico potrà vivere gli sforzi degli atleti, gli incontri con i loro mentori, i loro miglioramenti, le gioie e le delusioni, le gare di preparazione, le vittorie e sconfitte fino alla sfida finale con gli obiettivi che si sono proposti. I campioni che accompagneranno i dreamers a raggiungere i loro obiettivi sono i grandi testimonial di casa Garmin: Alex Zanardi, Alessandro Fabian, Simone Moro, Tamara Lunger, Claudio Chiappucci. Garmin The Dreamers non è un semplice sport-talent, un realityshow o uno storytelling, ma, nemmeno una social live experience. Si tratta di un format completamente innovativo che trasmette i valori del brand Garmin attraverso il coinvolgimento del pubblico e l’emulazione delle gesta di quattro atleti in cui è facile l’immedesimazione e il riconoscimento. Il format prende vita sul blog di Garmin: www.garminblog.it/thedreamers e sui social network per contaminare altri canali del communication mix e prevede una declinazione sul punto vendita, attività di co-marketing e un concorso finale nel quale metteremo in palio la realizzazione di un sogno e dei prodotti Garmin.. Questo progetto di comunicazione italiano interpreta le nuove brand guideline studiate dall’headquarter europeo che posizionano Garmin come brand fortemente attivo ed esperienziale, autentico, in grado di ispirare il proprio pubblico e accompagnarlo a compiere grandi esperienze. Un brand che si pone l’ambizione di essere innovatore ma concreto in ogni campo in cui si impegna, per portare sempre alla meta il proprio pubblico, sia che si tratti di un nuovo viaggio, di una regata, di una gita in barca, di un’attività sportiva o di un’escursione di trekking.

L’idea creativa e la produzione video è dell’agenzia REDHOT IDEAS con la direzione di Massimiliano Rabaglia, mentre l’attività di comunicazione sul blog e sui social network è di Killbit, con la direzione di Luca Conti.

“The Dreamers è il progetto con il quale vogliamo guidare i nostri utenti a vivere concretamente le promesse del brand Garmin” commenta Maria Aprile, Marcom Manager Garmin Italia. “Si tratta di un format che unisce i segmenti di business di Garmin con un forte focus sullo sport e outdoor

perché i valori espressi da questi settori sono fortemente emozionali ed aspirazionali. Grazie a The Dreamers il nostro pubblico potrà partecipare attivamente ed emotivamente, sentendosi protagonista.”

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

Tel. +39 02 54123452

Francesco Corona

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

Lorenzo Pallotti

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

Garmin Italia

Maria Aprile

maria.aprile@garmin.it