



Era il mese di marzo e Original Marines dava il via a “Ogni scarrafone è bello a ... Oliviero Toscani”, lo street casting nella città di Napoli che ricercava bambini e bambine “facce vere napoletane” per interpretare la nuova collezione e la prossima campagna di comunicazione Autunno/Inverno 2014/2015.

Una carica di 1001 bambini presenti al casting che ha dato vita a **Be Original**, il claim della nuova campagna pubblicitaria on air da settembre che, in modo totalmente rinnovato ma pur sempre fedele al DNA del brand, presenta il nuovo corso di comunicazione e la collaborazione con il noto fotografo Oliviero Toscani.

Un claim diretto ed efficace che stimola creatività ed inventiva. Un’espressione che dà spazio a molteplici interpretazioni capaci di rappresentare al meglio i valori del brand Original Marines: originalità, passione, qualità.

Ognuno è unico e irripetibile, ama dire Toscani. E allora via in strada alla ricerca di volti veri per interpretare l’essere original.

Si parte da Napoli, per sottolineare il forte legame del brand con la città, con il territorio. Si parte dalla strada per confermare la democraticità del brand che offre a tutti la possibilità di emergere, di essere veri, unici, originali.

“Ogni persona è unica, irripetibile, capace di esprimere il proprio talento, di trovare il proprio

posto nel mondo in maniera differente, unica, originale. – afferma Domenico Romano, Direttore Marketing di Original Marines

- Ed è per questo che Original Marines ha intrapreso un nuovo percorso per ricercare forme di originalità per poter dare in futuro ai suoi clienti la possibilità di esprimerla. La nostra ricerca, il progetto Be Original ha inizio! Ci siamo chiesti da dove cominciare ... e abbiamo pensato di partire proprio dal dare un volto ai nostri clienti scoprendo, con l'obiettivo di un grande fotografo internazionale, talenti naturali, persone vere

Ogni individuo ha un modo di essere, un carisma, una spontaneità e chi meglio di Oliviero Toscani avrebbe potuto interpretare il nostro mondo e il nostro modo di essere original

”

“Semplice, fresca, sana con pennellate di colore puro e intenso come il rosso e il blu, i colori istituzionali del brand. E' così che ho scelto di interpretare la nuova campagna Original Marines – sottolinea Oliviero Toscani -

con la consapevolezza di dover rinnovare l'immagine, creando un forte ed immediato riconoscimento per un marchio da vivere, da interpretare ognuno con il proprio stile in modo libero, mai uguale

”

Be Original racconta il catalogo e la campagna pubblicitaria Autunno/Inverno 2014/2015, risultato dell'incontro tra il brand e Oliviero Toscani, attraverso immagini che esprimono spontaneità, spensieratezza ed allegria. Il concept della nuova campagna conferma la naturalezza e la spontaneità: immagini pulite, scatti in studio con protagonisti i bambini napoletani. Bambini, fratelli, mamme che vivono i loro momenti della giornata, le loro emozioni, che si ritrovano sotto casa, che sanno parlare di amicizia in modo istintivo e sincero.

College, Gym, Punkish, Nature, Dreams, Ice Park, Military, Black&White alcuni dei temi che rivelano le proposte della collezione tra banchi di scuola condividendo i primi segreti, scorrazzate in bicicletta o salti con lo skate, momenti trascorsi in compagnia che diventano avventure uniche e speciali.

On air da settembre la nuova campagna pubblicitaria con una declinazione multisoggetto comprende campagna outdoor con circuiti di affissioni di grande impatto in aeroporti e stazioni ferroviarie, stampa, web, circuiti radiofonici, in-store promotion, materiale POP e innovative attività su importanti social network .

Il nuovo catalogo consumer Original Marines sarà disponibile da agosto presso tutti i punti vendita per prepararsi con stile al back to school.

La campagna, on air fino a dicembre, sarà fruibile anche sul sito www.originalmarines.com .