

TEND PRESENTA THE UNUSUAL USUAL, L'EVENTO FUORISALONE DI CERAMICA DOLOMITE AL MAGNA PARS



Con l'obiettivo di dar voce a tecnologie e visioni che anticipano il futuro del design della ceramica sanitaria, Ceramica Dolomite inaugura lunedì 15 aprile The Unusual Usual, l'evento fuorisalone ideato da TEND e progettato da Nilo Gioacchini Designer. Il pubblico della Design Week potrà scoprire nuovi prodotti, collezioni e le nuove tecnologie dedicate alla sostenibilità, ma anche un ricco e fitto programma di talk, con ospiti dal mondo dell'architettura e del design, in una delle location più esclusive del Magna Pars di Milano: la Sala Quintessenza.

Durante la settimana, da martedì 16 a venerdì 19, a partire dalle 18.30 in calendario la serie di Talk: aria, terra, fuoco e acqua sono i quattro elementi fondamentali della natura, che si trovano alla radice di tutte le cosmogonie e rappresentazioni simboliche. Valori materiali e immateriali, che coniugano elementi concreti a caratteristiche spirituali. Una duplicità che sarà protagonista dei quattro talk, con la partecipazione di esponenti di spicco del settore design d'interni, esponenti del mondo produttivo, aziendale e il designer delle nuove collezioni Nilo Gioacchini. I talk saranno moderati dall'architetto Luisa Bocchietto.

Ceramica Dolomite rappresenta un brand storico nella produzione di ceramica sanitaria e arredobagno, 100% Made in Italy, ha rafforzato la volontà di presentarsi ad un pubblico più ampio nel contesto del Fuorisalone, con nuovi prodotti e una esclusiva collezione limited edition. Il Fuorisalone, infatti, rappresenta la migliore occasione per tracciare la proiezione futura del brand, forte anche di rilevanti investimenti produttivi, che hanno portato Ceramica Dolomite alla recente realizzazione di una collezione "sistemica" a cui è stato recentemente riconosciuto il prestigioso premio "ICONIC AWARDS 2024: Interior Products".

In occasione dell'evento The Unusual Usual, TEND Global Communication (associata UNA) ha ideato e pianificato una campagna crossmedia con l'obiettivo di generare awareness, incentivare la target audience del mondo design e arredobagno a visitare l'innovativa installazione e a partecipare ai talk show in programma. La campagna è stata pianificata attraverso digital programmatic, oltre alle principali guide "Guida FuoriSalone 2024" di Interni Magazine e "Tortona Design Week". A completare il media mix curato da TEND, una campagna stampa pianificata sulle testate architettura, design e arredobagno come Interni, Domus, Il Bagno Oggi e Domani.

Il piano digital ha attivato vari tools con l'obiettivo di generare engagement su tutti gli addetti ai lavori legati al mondo design, architettura e progettazione arredobagno, sensibilizzati attraverso le digital properties di Archiproducts grazie all'invio di Invitation-DEM all'evento. Infine, la creazione di una landing page con tutte le informazioni sull'evento, i temi trattati, le nuove collezioni presentate, i moderatori e gli speakers protagonisti dei "Talk" con la possibilità di registrarsi per seguirli in presenza e/o attraverso una piattaforma di streaming online.