

CNCC ITALY AWARDS 2014 CHRISTMAS MEETING CNCC

Dodicesima Edizione CNCC ITALY AWARDS

In gara 37 progetti divisi in 8 categorie

I VINCITORI:

BEST OF THE BEST 2014

SHOES MUST GO ON

CENTRO COMMERCIALE I GIGLI

Campi Bisenzio (FI)

CATEGORIA: SALES PROMOTION



Un progetto non convenzionale, originale ed accattivante che ha avuto un'insolita protagonista per piu' di 3 settimane: la scarpa!

L'immagine scelta per comunicarlo? Lei... la scarpa fucsia, icona della passione sfrenata, soprattutto femminile, per il mondo delle scarpe.

Ma i Gigli con "shoes must go on" ha voluto coinvolgere proprio tutti!!! Come?

80 specchi sono stati posizionati ad "altezza scarpe" lungo le gallerie e simpatici call-to-action invitavano i clienti a mettersi in gioco e partecipare ai concorsi organizzati.

Un esempio? "Ai tuoi piedi", un concorso che ha raccolto piu' di 5000 scatti di scarpe originali!

E non poteva mancare il concorso per bambini "Il Gatto con gli Stivali" che li ha impegnati nella produzione di circa un migliaio di disegni.

Ai gigli i clienti si sono divertiti con simpatici sciuscia' che si aggiravano per la galleria del centro, ma hanno anche pensato ai meno fortunati donando in beneficenza le scarpe usate, raccolte in un contenitore a forma di scarpa gigante posizionato in galleria.

Inoltre hanno votato le loro scarpe preferite su un'app creata ad hoc e su un sito dedicato.

Il forte appeal generato dal tema "scarpa" ha influito sui fatturati dei negozi dei gigli categoria calzature che hanno registrato un incremento del +47,91 per cento.

IN PUBLIC RELATIONS rientrano eventi, iniziative ed attività di pubbliche relazioni, il cui obiettivo è coinvolgere l'opinione pubblica, rafforzare i rapporti con Enti Locali e Territoriali, dimostrando ed affermando il ruolo svolto dal Complesso Commerciale.

CERTIFICATE OF MERIT 2014

PANETTONI AD ARTE

CENTRO COMMERCIALE LE ISOLE

Gravellona Toce (VB)

Categoria: Public Relations



Come far diventare un'attività di manutenzione ordinaria un'attività di marketing territoriale?...Semplice con Panettoni ad Arte, idea nata da esempi di Street Art che si possono ammirare nelle grandi metropoli e nei paesi di tutto il mondo! Nel mese di novembre al Centro Commerciale LE ISOLE di Gravellona Toce il territorio si mette in vetrina! Un evento che ha accompagnato il pubblico in un interessante, divertente e piacevole percorso artistico realizzato dagli alunni del Liceo Piero Gobetti di Omegna.

62 ragazzi sono stati impegnati in un laboratorio creativo per la decorazione dei "panettoni" dissuasori di sosta.

Gli studenti del Liceo Artistico hanno creato un bozzetto delle opere, hanno ripulito ed hanno eseguito la decorazione dei panettoni utilizzando il materiale didattico messo a disposizione dal Centro Commerciale. L'originalità del progetto, il forte coinvolgimento del territorio, ha generato un positivo tam-tam che ha portato l'iniziativa svolta dal Centro Le Isole all'attenzione dei media.

CERTIFICATE OF MERIT 2014

ITALIAN MOVIE AWARD FESTIVAL INTERNAZIONALE DEL CINEMA –

MASTERCLASS CINEMATOGRAFICO

CENTRO COMMERCIALE LA CARTIERA

POMPEI (NA)

Categoria: Public Relations



Il centro commerciale la Cartiera ha ospitato l'Italian Movie Award 2014, UN importante festival del cinema (ed anche il logo del centro si è vestito per l'occasione!) Hanno gareggiato per aggiudicarsi l'Italian Movie Award, 6 cortometraggi italiani e 16 europei.

Tema dei FILM in gara: l'ambiente!

Grande successo ha ottenuto il masterclass in cinematografia che si è svolto alla Cartiera in collaborazione con la Scuola del Cinema di Napoli: ai partecipanti è stato rilasciato UN attestato valido per ottenere crediti universitari. Mentre sul red carpet sfilavano famosi ospiti del

SETTORE cinema, circa 250.000 visitatori hanno salutato i loro beniamini avvolti dalla magica atmosfera della kermesse. L'evento ha trasformato la Cartiera in una piccola Cannes, dando vita ad un' iniziativa unica nel suo genere PER UN centro commerciale.

CERTIFICATE OF MERIT 2014

SHOPPINGAPULIA SVICOM

Foggia (FG)

Categoria: Public Relations

“S” come *Shopping*, “A” come *Apulia*, un progetto ambizioso di SVICOM, frutto di un'idea originale, che ha creato in maniera armoniosa un binomio perfetto tra shopping e Territorio.

Nel momento di massimo splendore della regione Puglia, come imperdibile meta di viaggio, nasce ShoppingApulia un indispensabile strumento d'informazione, creato da una fitta rete di rapporti tra SVICOM, società di gestione dei 10 centri commerciali promotori del progetto, le Associazioni e gli Enti del Territorio.

Publicata in due lingue, stampata in 150.000 copie, disponibile anche nel formato virtuale per smartphone, ShoppingApulia è stata distribuita gratuitamente in alberghi, villaggi turistici, e nelle strutture più ricercate di tutta la Puglia, compreso l'aeroporto di Bari.

Un'importante attività di public relations, che ha coinvolto, su più fronti interlocutori diversi insieme 10 Centri Commerciali gestiti da SVICOM: in ShoppingApulia si fondono oltre 500 punti vendita, più di 50 brand nazionali ed internazionali, 100 promozioni esclusive.



CERTIFICATE OF MERIT 2014

TUTTI CHEF A MEGALO'

CENTRO COMMERCIALE MEGALO'

Località Santa Filomena (CH)

Categoria: Public Relations

Il centro Megalo', ispirato dalle nuove tendenze del settore food, nei mesi di aprile e maggio 2014 ha CREATO una grande iniziativa dedicata alla cucina locale abruzzese e alle sue eccellenze: MEGACHEF!

Gli aspiranti megachef si sono cimentati in una gara “all'ultimo piatto”, le cui ricette sono state giudicate dai migliori cuochi abruzzesi: il vincitore è stato consacrato primo megachef d'Abruzzo e premiato con 1000 euro in buoni acquisto.

Megachef è STATA ANCHE una rassegna ricca di eventi: contest di cucina tradizionale, festival dei sapori, laboratori, degustazioni e show cooking: il grande evento finale ha visto la partecipazione dello stellato chef italiano Bruno Barbieri.



L'iniziativa megachef ha dato grande visibilità al centro, creato relazioni con importanti partner abruzzesi nel settore food e posizionato Megalo' come punto di riferimento per la promozione delle realtà locali legate all'eccellenza enogastronomica.

CERTIFICATE OF MERIT 2014

I PIRATI SBARCANO IN CITTA'

CENTRO COMMERCIALE LE TERRAZZE

La Spezia (SP)

Categoria: Public Relations

I pirati sbarcano al centro commerciale Le Terrazze!

42 gigantografie di pirati creati esclusivamente con materiali di riciclo hanno invaso la galleria del centro. Come ci sono arrivati? Grazie alla fantasia dei bambini degli asili nido, delle scuole dell'infanzia e delle scuole primarie delle provincie di La Spezia, Aulla e Lunigiana, che hanno partecipato al concorso "lo sbarco dei pirati". I bambini sono stati coinvolti in questo originale concorso delle Terrazze, che ha ideato un evento ponte tra le scuole, l'interesse delle Istituzioni verso le tematiche di salvaguardia dell'ambiente ed il desiderio delle Terrazze di integrarsi sempre più nel suo territorio. Il pirata più votato, SCELTO dai visitatori del centro tramite directories posizionate agli ingressi delle gallerie, ha regalato alla classe vincitrice un carnet di buoni acquisto del valore di 500 euro ed una fantastica gita sul galeone dei pirati a Cadimare.



IN CONSUMER AND ADVERTISING CAMPAIGN Rientrano la creazione di campagne o di eventi strategici, con l'obiettivo di pubblicizzare il Complesso Commerciale

CERTIFICATE OF MERIT 2014

LA VETRINA VIVENTE & FASHION REPORT

CANALI & C.

Reggio Emilia (RE)

Categoria: Consumer & Advertising Campaign

La Vetrina Vivente e Fashion Report hanno inaugurato la stagione primaverile, dedicata al miglioramento della shopping experience al Valdichiana Outlet Village firmata dall'Agenzia Canali & C.

Nei weekend di aprile 2013, l'attenzione dei clienti è stata catturata da un evento originale e sorprendente: La Vetrina vivente, una spettacolare fashion performance ambientata dentro ed intorno ad una grande teca trasparente, posta nella piazza centrale dell'outlet.

Queste creature glamour, hanno coinvolto a sorpresa tutti i visitatori, con balli, coreografie e non solo. Durante i medesimi fine settimana le più note scrittrici di moda online sono state ospiti dell'outlet per raccontare tutte le ultime tendenze, indossando la loro personalissima selezione



dei must di stagione. Il risultato di tutto questo è stato il Fashion Report: un esclusivo reportage sullo stato dell'arte della moda.

CERTIFICATE OF MERIT 2014

CAMPAGNA PRODOTTO 2014: TUTTO PER TUTTI

ORIOCENTER SHOPPING CENTER

Orio al Serio (BG)

Categoria: Consumer & Advertising Campaign

Nel 2014 Oriocenter ha presentato una sola campagna annuale multisoggetto, che si ripete nel corso dell'intero anno: una strategia che prescinde dalla stagionalità e dalle ricorrenze che caratterizzano la tradizionale comunicazione dei centri commerciali. In questo modo Oriocenter consolida la sua leadership nel settore proponendosi come grande brand.

Il visual, un misto di ironia e storytelling, gioca con i "desideri impossibili" di 3 personaggi che sembrano usciti dalla mente degli autori dei film Pixar-Disney: una sirenetta sogna una nuova coda di jeans, una zebra cambia look indossando una felpa da leopardo, una strega abbandona la tradizionale scopa per una più tecnologica scopa elettrica.

L'headline "Tutto per Tutti" sottolinea come Oriocenter sia una shopping destination capace di accontentare qualsiasi tipologia di consumatore: dalla fashion victim al tech-lover in ricerca dell'ultimo gadget elettronico.

IN SERVICES rientrano servizi rivolti ai Clienti, per fornire un'ottimale permanenza all'interno del Complesso Commerciale con l'utilizzo anche di "strumenti innovativi", atti a dimostrare il gradimento del consumatore, rispetto alla qualità e utilità dei servizi resi.

CERTIFICATE OF MERIT 2014

RAEECUPERIAMO

PARCO COMMERCIALE MERAVILLE

Bologna (BO)

Categoria: Services

Meraville è il primo parco commerciale in Europa ad accogliere i cassonetti intelligenti per la raccolta dei rifiuti RAEE (Rifiuti da Apparecchiature Elettriche ed Elettroniche), progetto finanziato dall'Unione Europea, dal Consorzio Ecolight, dalla fondazione spagnola Ecolum e dalla Multiutility Hera.

Si tratta di cassonetti, interamente automatizzati e dotati di un sistema di tracciabilità completa dei rifiuti. I clienti possono usufruire di questo innovativo servizio utilizzando la propria tessera

CNCC – Consiglio Nazionale dei Centri Commerciali – Via Orefici 2, Milano – t. +39 02 834 12 120

www.cncc.it



sanitaria. Una volta effettuata la registrazione, il cliente seleziona la tipologia del rifiuto ed il cassonetto apre automaticamente lo sportello dove inserire il prodotto RAEE.

I Rifiuti da Apparecchiature Elettriche ed Elettroniche oltre a contenere sostanze nocive per l'ambiente, se non correttamente raccolte e smaltite, sono anche ricchi di materiali preziosi che possono essere recuperati e riciclati.

Grazie a questo progetto del Parco Commerciale Meraville, in un anno sono stati raccolti complessivamente più di 31.000 kg di rifiuti RAEE.

CERTIFICATE OF MERIT 2014

LA CASA DELLA SALUTE

Centro Commerciale Val Di Chienti

Macerata (MC)

Categoria: Services



La Casa della Salute nasce dal desiderio del centro commerciale Val di Chienti di essere vicino ai clienti ed ai loro bisogni. Il progetto attuato in collaborazione con la croce verde di Macerata e' stato molto gradito dalle istituzioni locali e dai clienti poiche' ha unito due concetti fondamentali: la salute e la possibilita' di accedervi senza alcun costo.

La Casa della Salute e' infatti un punto informativo multidisciplinare, costituito da medici volontari che hanno svolto visite gratuite, danno informazioni ai visitatori sulle malattie piu' comuni e consigli per uno stile di vita maggiormente sano. Grazie alla collaborazione dei volontari e' stato possibile effettuare oltre 2500 controlli della glicemia, del colesterolo e della pressione.

Con la Casa della Salute, la Direzione del centro Val di Chienti ha voluto invertire la tendenza...

...e portare un servizio alla comunita'!

In **NEW MEDIA** rientrano piani strategici che prevedono l'utilizzo di tecnologie digitali, siti web, campagne di branding online, social media e mobile marketing, per raggiungere gli obiettivi di comunicazione di un Complesso Commerciale.

CERTIFICATE OF MERIT 2014

SUPER CLASSIFICA SHOPPING

CENTRO COMMERCIALE CAROSELLO

Carugate (MI)

Categoria: New Media



Superclassifica Shopping, un grande concorso on-line, realizzato dal Centro Commerciale Carosello, per un target d'età compreso tra i 18 e i 35 anni, che premia i clienti e i Retailers del Centro, più professionali e simpatici.

Il gioco è semplice, i clienti a fronte di una spesa minima di 5 euro nei negozi della galleria, dopo essersi registrati sul sito di Carosello, inserendo i dati dello scontrino, possono votare il negozio preferito e lo staff più meritevole.... Il tutto arricchito, da premi instant win e tre superpremi finali. Superclassifica Shopping, un progetto innovativo, in grado di dar vita ad un originale metodo di valutazione degli operatori del Centro da parte dei clienti per mezzo di una piattaforma on-line dedicata. La creatività si è orientata sulla divertente competizione messa in atto dagli operatori stessi per aumentare la propria posizione nella hit!

CERTIFICATE OF MERIT 2014

HAI MAI SCARICATO UNA COSI'?

Gran Shopping Mongolfiera

Molfetta (BA)

Categoria: New Media

Gran Shopping Mongolfiera si è sempre distinto nell'ambito del Territorio per la vocazione fashion, ma anche per la sua anima innovativa, moderna e all'avanguardia.

La nuova porta di accesso per il Gran Shopping Mongolfiera sta esattamente nello spazio di uno smartphone, che ha sperimentato una App gratuita, con la sua punta di diamante in un'attività di couponing che ha cambiato radicalmente il modo di fare Shopping.

Un vero e proprio tormentone proposto ai clienti, è stata la maliziosa domanda: "HAI MAI SCARICATO UNA COSI'?". All'interno di Gran Shopping Mongolfiera, sono state organizzate delle piacevolissime candid camera, che hanno visto il coinvolgimento dei clienti vittime di un'attrice che lamentava di essere stata "scaricata". Ogni divertentissima sequenza terminava con la rivelazione del lancio della nuova App di Gran Shopping Mongolfiera.



CERTIFICATE OF MERIT 2014

IBUTTERFLY

MULTI MALL MANAGEMENT ITALY

Milano (MI)

Categoria: New Media

Multi Mall Management Italy ha promosso un concorso-evento "IButterfly l'acchiappabuoni" in 2 centri commerciali di sua gestione: Forum Palermo e I Petali di Reggio.

Per la prima volta un concorso è legato a un'applicazione gratuita per smartphone che utilizza la tecnologia della realtà aumentata. Scaricata l'applicazione IButterfly, comincia il gioco.

Il giocatore deve catturare le farfalle muovendo lo smartphone, come se fosse un retino, così inizia la caccia alle farfalle in giro per le città. Le farfalle più preziose volano però all'interno delle



2 gallerie: Forum Palermo ed I Petali di Reggio. I giocatori più abili e fortunati hanno la possibilità di vincere tanti premi in palio. L'iniziativa è stata lanciata nelle principali piazze di Palermo e di Reggio Emilia da un'importante azione di guerrilla marketing.

CERTIFICATE OF MERIT 2014

HAPPY FROM CAROSELLO

CENTRO COMMERCIALE CAROSELLO

Carugate (MI)

Categoria: New Media

il VIDEOCLIP piu' virale dell'anno, HAPPY DI PHARRELL WILLIAMS, rivisitato in uno speciale remake in una domenica di marzo al centro Carosello.

Happy from Carosello nasce da un'idea della direzione del centro, che pianifica e realizza il progetto in una settimana, a fronte di un investimento di 600 euro. Il risultato?

Una domenica di grandi sorrisi e divertimento tra i clienti e lo staff degli operatori del Carosello, trasformati nei protagonisti di balli e animazioni in stile "happy"!

Sorprendenti i risultati di visualizzazioni del video: la notizia ha avuto una diffusione importante soprattutto nei social network dove il fenomeno è diventato virale per tutta la rete.

Happy from carosello non è stato solo un evento, ma ha trasmesso un vero e proprio messaggio positivo ed il sorriso, per il centro Carosello, e' il miglior obiettivo raggiunto!!!



BEST OF CATEGORY

SHOPPING & ENGAGING – I GIGLI DIGITAL STRATEGY

CENTRO COMMERCIALE I GIGLI

Campi Bisenzio (FI)

Categoria: New Media

“Shopping & Engaging” è l'iniziativa con cui I Gigli mette in campo un nuovo modo di comunicare sui social network, con l'obiettivo di valorizzare i contenuti dei clienti e di garantire un social customer care veloce ed efficiente.

La comunicazione de i Gigli ha rafforzato il valore aggiunto dei social network con la condivisione delle esperienze, degli interessi e della vita all'interno del centro commerciale anche grazie al lancio del nuovo hashtag #gigliamo.

Con Shopping & Engaging è nato anche il nuovo website de i Gigli completamente navigabile da smartphone e tablet: oggi il nuovo sito contiene 8000 brand e prodotti censiti nel centro.



(Cosa potranno visualizzare i clienti? Tutti gli articoli in vendita in tutti i negozi del centro!)

Diverse, inoltre, le campagne social grazie alle quali i clienti hanno partecipato a contest fotografici e contribuito attivamente alla programmazione di eventi tramite iniziative di *fan voting*.

Socialbakers, ovvero la piu' importante piattaforma mondiale di raccolta dati sui social network, attesta che nel periodo tra marzo 2013 e giugno 2014 i Gigli e' risultato, nella categoria centri commerciali, il primo profilo italiano di Instagram per followers e la prima pagina italiana facebook per interazioni e response time.

In SALES PROMOTION rientrano Eventi promozionali, di merchandising e campagne, progettate a stimolare lo sviluppo delle performance del Complesso Commerciale, in funzione di precisi obiettivi misurabili, a cui possono partecipare anche gli Operatori della struttura.

CERTIFICATE OF MERIT 2014

MY SPECIAL CARD

CENTRO SICILIA

Misterbianco (CT)

Categoria: Sales Promotion



Al Centro Sicilia di Catania, ha preso il via il progetto My Special Card: un innovativo sistema di marketing operativo che rivoluziona il modo di concepire lo shopping grazie ad un evoluto sistema di couponing pensato su misura per il centro commerciale.

Questa rivoluzionaria piattaforma consente ad ogni singolo punto vendita di pianificare, in tempo reale, promozioni ed offerte commerciali.

My Special Card diventa un supporto quotidiano all'attività degli operatori del centro e rinnova la shopping experience dei consumatori che, attraverso la card di Centro Sicilia e le postazioni dedicate, hanno una panoramica completa delle promozioni in Galleria, possono stampare i coupon in tempo reale e usufruire subito delle offerte e delle proposte di intrattenimento.

My Special Card uno strumento che si inserisce in modo strategico in un processo di rilancio dei consumi, creando maggior dialogo e maggiore conoscenza tra operatori e clienti.



Ufficio stampa:
NIC Nuove Idee di Comunicazione
Paola Nicolai paola.nicolai@nicpr.it
t. +39 02 8456 3646 m. +39 335 8056962