



motivi

MOTIVI LANCIA LA NUOVA WEB SERIE MOTIVI LO(VE)FT. 4 EPISODI ISPIRATI ALL' AMORE, ALLA MODA E ALL' AMICIZIA PER UNA NUOVA ESPERIENZA DI DIGITAL MARKETING.

Motivi prosegue la strategia di innovazione dei codici di comunicazione lanciando la nuova serie web MOTIVI LO(VE)FT, uno storytelling in cui il reale e il digitale si connettono in una programmazione ideata con un chiaro riferimento alle tendenze di entertainment del momento e alla crescente passione del pubblico per le serie televisive.

Il progetto MOTIVI LO(VE)FT nasce dal confronto diretto con le follower e le clienti del brand, chiamate ancora una volta ad esprimere i propri gusti e le proprie aspettative tramite un'apposita indagine che conferma l'interesse per il format.

Un produzione originale Motivi, accompagnata da una locandina ad hoc, che proprio come le serie televisive, si sviluppa con un timing di trasmissioni multi-piattaforma per una fruizione sui diversi device.

4 episodi per 4 trame con 4 modelle-attrici che diventano co-protagoniste degli episodi impersonando le diverse sfaccettature delle Motivi girls non solo attraverso un carattere proprio e distintivo, ma anche grazie a un'interpretazione dello stile glamour, femminile e romantico del brand.

Le modelle, tutte italiane, appaiono sullo schermo con i loro nomi veri per dar vita ad altrettanti personaggi autentici e irresistibili: Giulia, speaker radiofonica intraprendente, creativa e affidabile nonché voce narrante della serie; Bea, store manager super fashionista, determinata e a tratti cinica; Ilaria, chef dall'anima sognante e timida ma professionalmente realizzata con un suo ristorante in città; Laura, la sportiva del gruppo, la personal trainer dallo slancio positivo, pragmatico e rassicurante .

Diverse per natura, ma unite dalle stesse emozioni e dallo stesso modo di guardare il mondo, le loro storie iniziano sempre in un luogo iconico: un LO(VE)FT di grande presenza scenica che si alterna alle riprese in esterna diventando un set ideale ma anche un luogo di vita in cui stare insieme, divertirsi, confidarsi e festeggiare i momenti passati insieme.

L'umanizzazione del brand passa quindi attraverso ragazze vere che portano nella dimensione digitale esperienze, sentimenti ed emozioni reali in cui tutte le Motivi lovers potranno immedesimarsi e riconoscersi con un senso amplificato di community e appartenenza.

Amiche indivisibili che in ogni episodio racconteranno una storia speciale, con un finale aperto che stimolerà la partecipazione e interazione diretta del pubblico a casa anche grazie al coinvolgimento di diverse fashion influencer che, puntata dopo puntata, inviteranno le follower a commentare l'episodio appena trasmesso condividendo i propri commenti e provando a indovinare il finale.

Una produzione straordinaria in cui si ricalca il format delle serie più amate della TV con una campagna a 360° che oltre alle fasi di teasing e alle messe in onda degli episodi include iniziative fuori-campo di gaming, user-generated content e fashion shooting in cui le protagoniste sveleranno il finale misterioso di ogni puntata.

Anche le diverse attivazioni del progetto si muoveranno sul doppio binario digitale/fisco, con un unroll omnicanale in piena sinergia tra le piattaforme social, il sito motivi.com e il network dei 198 negozi monomarca MOTIVI animati da un calendario di iniziative "surprise & delight" direttamente connesse agli episodi MOTIVI LO(VE)FT.



motivi

Motivi, nato in Italia nel 1993, è oggi presente in 13 paesi con 278 negozi monomarca (di cui 180 di proprietà).

Nel corso degli anni Motivi ha saputo evolvere, affinando il modello di business e trasformandosi da semplice catena di negozi fast fashion ad un vero e proprio fashion brand “romantico e glamour” che valorizza la femminilità delle donne.

Un percorso di riposizionamento che si è concretizzato a partire dal 2016 con la definizione di una strategia di rilancio che ha portato Motivi a distinguersi con attività social, eventi e campagne di comunicazione. Un approccio smart e contemporaneo che ha caratterizzato ed identificato il racconto del brand.

Sono 1.100 le persone costantemente impegnate e focalizzate sull’attività del brand a livello internazionale. Presso la sede centrale, l’attività creativa è portata avanti da un nucleo di 20 persone (stile e modellismo) attorno al quale ruota un team di marketing, web, commerciale, architetti, visual di 70 persone a garantirne una crescita continua e attraverso i canali e le tecnologie più moderne.

Motivi è uno degli 11 brand di abbigliamento del Gruppo Miroglio, realtà italiana che opera dal 1947 lungo tutta la filiera della moda femminile e del retail.

ILARIA
BICI

BEA
BRUSCO

GIULIA
PETRONIO

LAURA
MARAZZI

MOTIVI LO(VE)FT

LA WEB SERIE DA GUARDARE CON IL CUORE

Segui tutti gli episodi  



motivi