

## Emporio Armani lancia la linea Boarding a Linate con IGPDecaux

**Milano, 21 settembre – IGPDecaux e l'aeroporto di Milano Linate** hanno collaborato alla promozione del grande evento di **Armani** all'interno dell'hangar dello scalo aeroportuale milanese.

Un progetto importante, realizzato grazie all'impegno e alla collaborazione di **SEA Aeroporti di Milano** che ha reso possibile l'allestimento dell'imperdibile appuntamento, mantenendo l'operatività dello scalo.

Per la prima volta all'aeroporto di Milano Linate, il 20 settembre alle ore 21.00 si è svolto l'evento mondano più atteso della Fashion Week: la sfilata "**Emporio Armani Boarding**".

Armani ha deciso di trasformare l'hangar di Linate, riconoscibile dalla grande insegna "Emporio Armani", in una location di prestigio dove presentare la nuova collezione Uomo/Donna Emporio Armani per la Stagione S/S 2019.

Gli spettatori della sfilata sono stati protagonisti di un vero e proprio viaggio all'interno dello scalo aeroportuale milanese con l'aeroporto di Linate come cuore dell'evento di Armani per la fashion week.

Per l'evento, i 2.300 ospiti dello stilista sono stati accolti all'interno di Linate con la creazione di un portale decorato ad hoc prima delle porte di ingresso. Una volta entrati nell'aeroporto, sono stati invitati a recarsi presso i banchi check in personalizzati dove è stata effettuata la registrazione; superati i controlli di sicurezza, gli ospiti si sono diretti verso l'area degli imbarchi accompagnati dalla comunicazione digitale di IGPDecaux con la creatività dedicata alla sfilata. Attraverso il finger brandizzato, gli ospiti hanno effettuato l'accesso in pista salendo sui bus decorati verso l'hangar. L'evento si è concluso con una spettacolare performance di Robbie Williams.

Un'esperienza unica dove lo spettatore dell'evento ha avuto la possibilità di immergersi totalmente in un viaggio: *destinazione Armani*.

Il legame importante tra Giorgio Armani e la città di Milano, in particolare con l'aeroporto milanese ha radici dal 1996, quando venne realizzata la scritta "**Emporio Armani**", posta sopra l'hangar e che accoglie i passeggeri in arrivo e in partenza dallo scalo lombardo.

Un evento inusuale dove per la prima volta in un aeroporto operativo viene realizzata una sfilata di moda: il contesto aeroportuale di Linate si rivela quindi in linea con gli ideali di un brand dinamico e attivo in quanto luogo internazionale, accogliente e sinonimo di libertà.

L'esperienza di Armani con IGPDecaux è iniziata nelle scorse settimane con il racconto della campagna nelle vie della città di Milano.

In occasione dell'evento, IGPDecaux ha realizzato un'attività di comunicazione efficace che ha visto l'impiego di molti mezzi classici e progetti speciali creati ad hoc per l'evento, in particolare una serie di tram e autobus decorati, che da settimane attraversano la città di Milano, la personalizzazione di tutte le aree aeroportuali sia interne che esterne di Linate e dei biglietti urbani dell'ATM per promuovere la linea Boarding.

Armani diventa quindi protagonista della città con IGPDecaux: una grande attività di comunicazione integrata per il brand che ha avuto massima visibilità e una presenza capillare su tutto il territorio della città di Milano, capitale della moda.

Cifre chiave IGPDecaux:

- Fatturato 2017: 130.3 milioni di euro
- Dipendenti: 318
- Presente in 147 città italiane
- 88.193 facce pubblicitarie
- 13.713 mezzi di trasporto
- 954 poster
- 72 grandi formati luminosi
- 10.916 impianti di arredo urbano
- 5 aeroporti (Bergamo, Genova, Milano Linate e Malpensa, Torino)
- 5 metropolitane (Brescia, Milano, Napoli, Roma, Torino)
- Dal 2007 certificata: SA 8000, ISO 9001, ISO 14001

# IGPDecaux

