Compagnia dei Caraibi, con Oroboro la comunicazione si fa interattiva

202404160919 18oroboro-4e65664b

Oroboro: si chiama così il **nuovo progetto di comunicazione varato da Compagnia dei Caraibi** che al suo interno annovera il blog di approfondimento Around The Blog, il booklet Tales From The Box e il catalogo Oroboro Magazine.

Ispirato dal nome di un antico simbolo che rappresentava immortalità e perfezione e concepito col fine di stimolare la curiosità per l'offerta di consumo, Oroboro **declinerà contenuti in base alla stagionalità** e si arricchirà ulteriormente con focus sulle storie di brand. I testi, la selezione di prodotti e il tone of voice **si rivolgono a chi cerca spunti e approfondimenti** per migliorare la propria offerta di servizi.

"Con Oroboro vogliamo dare una veste dinamica, rinnovata e innovativa agli strumenti commerciali e di comunicazione coi quali Compagnia dei Caraibi dialoga col mercato", commenta **Edelberto Baracco**, ceo dell'azienda, sottolineando come il progetto sia volto alla **ridefinizione del concetto di catalogo**: *"Ci spingiamo ben oltre, integrando strumento di vendita e di cultura in un'esperienza interattiva che riflette la nostra* ***costante ricerca di innovazione*** *e coinvolgimento della community e degli appassionati"* aggiunge il manager.

Il nuovo catalogo è pensato come un **magazine semestrale** con due release annuali previste nei mesi di aprile e ottobre, e parla ai professionisti del settore e agli appassionati attraverso **interviste, approfondimenti e suggerimenti** in un'ottica di strategia comunicativa multicanale, trasformando uno strumento di vendita in un vero e proprio **strumento narrativo**, sia cartaceo che digitale.

Se da un lato si ritrova una **selezione di contenuti più narrativi** – integrati e ampliati su Around the Blog nel corso dei mesi – dall'altro le **informazioni tecniche e l'intero portfolio** restano accessibili tramite QR-Code in pagina, che rimanda l'utente alla piattaforma di vendita di Compagnia dei Caraibi.

Una summa di contaminazioni autorali e inclusione di diverse forme di espressione artistica nel rispetto dei valori di Compagnia dei Caraibi che conferma così il suo impegno nella **promozione dei valori di cultura, arte e sostenibilità**, che l'ha portata ad ottenere la certificazione B Corp lo scorso settembre.

*"Puntiamo a **trasformare il catalogo in una risorsa dinamica**, capace di adattarsi alle stagioni, ai trend e ai luoghi di consumo", aggiunge* **Juri Persiani**, Chief Commercial Officer Compagnia dei Caraibi. Che aggiunge: *"Le referenze strategiche sono inserite nelle quattro vetrine prodotto e negli approfondimenti contenuti all'interno delle pagine. In questo modo ci proponiamo di rafforzare le relazioni con i clienti attivi, attirarne di nuovi, ispirare la community e consigliarla verso un **consumo nuovo e sempre consapevole**".*

Il primo numero di Oroboro Magazine si focalizza sul **tema della primavera e dell'estate**, stagioni della scoperta e del consumo in viaggio. Nelle sezioni editoriali emergono **contaminazioni creative** tra narrazioni ispirate dai brand, l**'impiego di tecnologie innovative** e collaborazioni con giovani scrittori.

La versione digitale del catalogo può essere richiesta attraverso la relativa **landing page**