

## OPSOBJECTS SEMPRE PIU' AMATO E SEGUITO NEL WEB

**LOVES THE WEB  
E SI CONFERMA ANCORA  
FRA I MARCHI PIU' AMATI E SEGUITI NEI CANALI SOCIAL.**

**LOVES THE WEB  
E SI CONFERMA ANCORA**

**FRA I MARCHI PIU' AMATI E SEGUITI NEI CANALI SOCIAL.**



Il brand che piace al web conquista la quinta posizione per "posts like" nella classifica "Top 500 –Most Engaged Jewelry Brands on Facebook" di Maggio 2015 redatta dall'agenzia americana Stylophane.

Anche il suo viral video "Pure Love" realizzato a Novembre 2014 è fra i 5 più votati dalla community di [brandforum.it](http://brandforum.it) nella categoria Slow Web per aggiudicarsi l'importante riconoscimento dell'imminente #SBF SLOW BRAND FESTIVAL 2015.

OPSOBJECTS, il brand italiano di gioielli e orologi nato nel 2010 e subito fenomeno di successo grazie ai social network, continua la sua ascesa nel web. A confermarlo sono le classifiche stilate dall'agenzia di marketing digitale, l'americana Stylophane che registra nel mese di maggio 2015 OPSOBJECTS al 5° posto dei 500 brand di settore Jewelry che hanno ottenuto più "posts like", ovvero la media più alta di like per post, superando realtà più storiche e affermate.

Un risultato importante che conferma l'intuizione avuta dai quattro fratelli Giglio quando hanno voluto lanciare OPSOBJECTS prima di tutto attraverso i social intuendo che fosse il canale più adatto alle sue nuove creazioni: pezzi dell'Haute Joaillerie riletti in chiave pop, con materiali innovativi, colori inusuali e prezzi più che accessibili. Perfetti anche nella distribuzione più tradizionale delle gioiellerie che cercavano un prodotto da accostare a quelli più preziosi ma più giovane e user-friendly senza abbassare la loro offerta.



OPSOBJECTS dimostra di muoversi molto bene nell'universo digitale promuovendo campagne virali che raggiungono cifre da record in numero di visualizzazioni. Una di queste è "PURE LOVE" con un video emozionale prodotto con la casa partenopea The Jackal e lanciato nel canale Youtube nel novembre 2014.

Con oltre 450.000 visualizzazioni oggi "PURE LOVE" è fra i 5 video più votati nella categoria "Slow Web" dalla community di [brandforum.it](http://brandforum.it), osservatorio culturale sull'identità e immagine di marca che lo ha inserito in short list per concorrere al suo #SBF SLOW BRAND FESTIVAL 2015. Nel corso dell'evento di giovedì 11 giugno cui un'importante giuria di esperti del settore valuterà i migliori decretando un vincitore nelle 4 diverse categorie previste: Slow ADV, Slow Factory, Slow Place e, appunto, Slow Web.

Posted in: [comunicato stampa](#), [opsobjects](#)