

RASSEGNA STAMPA

SPOT and WEB

WEB 29.02.2012

Una comunicazione istituzionale integrata per «TrasporTiAmo»

L'Albo degli autotrasportatori ha scelto il *Turbo Media* per parlare di sicurezza con gli utenti delle strade italiane, sotto il segno della sobrietà e della funzionalità nell'impiego delle risorse. La tecnica, che si va diffondendo in alternativa ai costosi e spesso inefficaci investimenti pubblicitari, punta su una campagna di comunicazione integrata. Si tratta di **TrasporTiAmo**, la IV campagna sulla sicurezza stradale, promossa dal Comitato Centrale dell'Albo degli Autotrasportatori del Ministero dei Trasporti, realizzata con il supporto dell'agenzia milanese **Tcommunication**. L'obiettivo della campagna è quello di offrire all'opinione pubblica un coinvolgimento con il mondo dell'autotrasporto, fondato su rispetto, vicinanza e fiducia reciproca. Da qui i messaggi chiave della Campagna che presentano l'autotrasportatore come «un fratello più grande», «un compagno di viaggio», «un postino del nostro mondo», «un ambasciatore della sicurezza», «il mezzo più immediato per trasportare valore». Stessi concetti alla base del pay-off «Guidati dalla passione». Le attività della Campagna prevedono:

Carichi di sicurezza - 300 veicoli di aziende italiane leader saranno brandizzati sul retro dal logo «TrasporTiAmo» e porteranno il messaggio sulle strade italiane.

Trasporti - 30 veicoli si trasformeranno in opere d'arte in movimento: le aziende di settore offriranno i propri mezzi sui quali un gruppo di giovani artisti rappresenterà il proprio ideale di sicurezza stradale.

Cartoline - Le cartoline «TrasporTiAmo» saranno distribuite nelle grandi città, soprattutto ai giovani che frequentano i locali serali, con un focus sulla sicurezza stradale nel rientro a casa.

Web Con il web i messaggi «TrasporTiAmo» avranno una diffusione «virale», a partire dal sito Web dedicato, che conterrà tutte le informazioni aggiornate sulle attività e le iniziative della Campagna.

Radio - Le emittenti selezionate, che andranno ad aggiungersi ad Isoradio, presidieranno un target particolarmente giovane, dinamico e curioso, ricalcando quelle che sono le necessità di diffusione virale della comunicazione.

Product Placement – Attraverso il cinema e le fiction tv, porteremo la campagna nelle case di tutti gli italiani sfruttando il potenziale comunicativo della commedia all'italiana nonché le numerose opportunità di comunicazione offerte dai media.