

RASSEGNA STAMPA



WEB 29.02.2012

TCOMMUNICATION PER GLI AUTOTRASPORTATORI CON IL TURBO

L'albo degli autotrasportatori ha scelto il turbo media per parlare di sicurezza con gli utenti delle strade italiane. La tecnica, vuole agire come acceleratore e moltiplicatore dei risultati, coinvolgendo, attraverso strumenti dedicati (singoli eventi, azioni itineranti, iniziative locali, attività promozionali), ampie fasce della popolazione e operando direttamente sul territorio. Si tratta di 'TrasporTiAmo', quarta campagna sulla sicurezza stradale, promossa dal **Comitato Centrale dell'albo degli autotrasportatori del Ministero dei Trasporti**, realizzata con il supporto di **Tcommunication**.

L'obiettivo della comunicazione è offrire all'opinione pubblica un coinvolgimento con il mondo dell'autotrasporto. Da qui i messaggi chiave 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'. La campagna è basata sul turbo media che, con un approccio below-the-line, vuole stimolare l'interesse pro-attivo del pubblico di riferimento ed il suo coinvolgimento nella costruzione del messaggio, veicolato attraverso viralità, passaparola e moltiplicazione del ricordo.

Le attività prevedono carichi di sicurezza (veicoli brandizzati sul retro dal logo dell'iniziativa), trasportiamo valori (veicoli trasformati 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 dal nostro mondo (cartoline 'TrasporTiAmo' distribuite nelle grandi città, soprattutto ai giovani che frequentano i locali serali, con un focus sulla sicurezza stradale nel rientro a casa), web (con una diffusione 'virale', a partire dal sito dedicato, che conterrà informazioni aggiornate su attività e iniziative), radio (le emittenti selezionate, che andranno ad aggiungersi ad Isoradio, presidieranno un target giovane, per la diffusione virale della comunicazione) e product placement (attraverso cinema e fiction tv).



GUIDATI
DALLA PASSIONE