

“TrasporTiAmo”: l’Albo degli autotrasportatori sceglie il Turbo Media per parlare di sicurezza sulle strade

La tecnica del **Turbo Media**, che si va diffondendo in alternativa agli investimenti pubblicitari e che punta su una campagna di comunicazione integrata, agisce 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**”, 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**, giunta ormai al via dopo la sua presentazione, avvenuta il 7 febbraio scorso a Roma.

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. Valori che consentiranno all’autotrasportatore di essere accolto con consapevolezza nella vita della gente, non come fonte di disagi, ma come anello fondamentale della catena della vita quotidiana. 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”.

Il nome della Campagna - creato da Tcommunication - coniuga, infatti, professione e passione, testa e cuore, comunicando immediatamente la volontà dell’autotrasporto di mettere in gioco le proprie emozioni nel contatto diretto con la gente. Stessi concetti alla base del pay-off “**Guidati dalla passione**”. L’autotrasporto, infatti, non è sinonimo solo di movimento, ma anche di amore, che si realizza in lunghi viaggi solitari, gesti dettati dalla passione per il proprio lavoro. Un lavoro fatto di sacrifici e responsabilità, impossibile da realizzare senza un reale e tangibile “trasporto”.

Ma l’idea più innovativa dalla campagna è la scelta del media-mix, basato sul cosiddetto Turbo Media, che con un approccio below-the-line mira a stimolare l’interesse pro-attivo del pubblico di riferimento e il suo coinvolgimento nella costruzione del messaggio, veicolato attraverso viralità, passaparola e moltiplicazione del ricordo

RASSEGNA STAMPA

1 marzo 2012

www.advertiser.it



Le attività della Campagna

Carichi di sicurezza: 300 veicoli di aziende italiane leader saranno brandizzati sul retro dal logo “TrasporTiAmo” e porteranno il messaggio sulle strade italiane.

Trasportiamo valori: 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 dal nostro mondo: 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 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, la campagna arriverà nelle case di tutti gli italiani sfruttando il potenziale comunicativo della commedia all'italiana nonché le numerose opportunità di comunicazione offerte dai media.



GUIDATI
DALLA PASSIONE

facebook



Ricerca



ADV - Strategie di Comunicazione

L'Albo degli autotrasportatori sceglie il Turbo Media per parlare di sicurezza sulle strade

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, giunta ormai al via dopo la sua presentazione, avvenuta il 7 febbraio scorso a Roma.

http://www.advertiser.it/news/trasportiamo-lalbo-degli-autotrasportatori-sceglie-il-turbo-media-per-parlare-di-sicurezza-sulle-strade_29022012.aspx



Mi piace · Commenta · Condividi · mercoledì alle 18.17 ·

<http://www.facebook.com/pages/ADV-Strategie-di-Comunicazione/129656520399712>