

1 marzo 2012

## Iniziativa L'Albo degli autotrasportatori lancia la campagna sulla sicurezza stradale **TrasporTiAmo**

A sostegno pianificata una comunicazione istituzionale non convenzionale firmata da Tcommunication

**S**i chiama **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 no-



Uno dei mezzi di trasporto brandizzato con il logo dell'iniziativa

stro mondo", "un ambasciatore della sicurezza", "il mezzo più immediato per trasportare valore". Il nome della Campagna - creato da Tcommunication - con uga, 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 solita-

ri, gesti dettati dalla passione per il proprio lavoro. L'idea più innovativa dalla campagna è la scelta di 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. In particolare, 300 veicoli di aziende italiane leader saranno brandizzati sul retro dal logo **TrasporTiAmo** e porteranno il messaggio

sulle strade italiane. 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. 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. 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. In radio, le emittenti selezionate, che andranno ad aggiungersi ad Isoradio, presiederanno un target particolarmente giovane, dinamico e curioso, ricalcando quelle che sono le necessità di diffusione virale della comunicazione. Infine, con il 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.