

DIGITAL, STAMPA E OUTDOOR SONO I MEZZI COINVOLTI

## Tgv-Europe veloce come un click con Go Up Communication e Mpg

ON AIR LA CAMPAGNA PER IL LANCIO DELLA NUOVA OFFERTA DI SNCF NEL MERCATO ITALIANO. ALMENO METÀ DEL BUDGET È DESTINATA ALL'ONLINE



Porta la firma dell'advertising agency milanese **Go Up Communication**, la campagna di lancio della nuova offerta **Tgv Italia - Francia di SnCF**, per viaggiare sulla linea Milano/Torino/Lione/Parigi con tre frequenze giornaliere andata/ritorno a partire dall'11 dicembre. Dalla stazione di Milano Porta Garibaldi alla Gare de Lyon a bordo di treni nuovi disegnati da **Christian Lacroix**. La pianificazione a cura di **Mpg**, scelta da SnCF per assegnazione diretta dopo una consultazione di mercato, così come per l'agenzia, prevede un budget ancora in fase di definizione destinato al web, alla stampa e all'outdoor. In dettaglio, almeno la metà dell'investimento sarà destinata a display (portali e siti di viaggio) e search (principali motori di ricerca, in particolare **Google**), con fu-

turi incrementi per creare notorietà al sito **Tgv-Europe.com** e favorire l'e-ticketing. Da gennaio saranno disponibili un sito mobile e app per **iPad** e **iPhone**. Il resto del budget in questa prima fase di campagna sarà suddiviso tra i principali quotidiani lombardi e piemontesi e in affissione statica e dinamica nelle stesse regioni. La campagna si sviluppa in un unico soggetto on air da ieri e la direzione creativa è di **Alessandro Coppi** e **Loris Meloni**. «Abbiamo in programma - ha spiegato **Danielle Waks-Pappagallo**, responsabile commerciale e comunicazione della sede italiana di SnCF, **Società Viaggiatori Italia** - diverse fasi di comunicazione per tutto il 2012 sempre focalizzate sulla notorietà del sito e sul rafforzamento del brand sul mercato. Il nostro obiettivo è di raggiungere 500

mila passeggeri entro il 2012, con un 30\40% proveniente da agenzie di viaggio». La head sviluppa il principale concetto della campagna, cioè la facilità di prenotare attraverso internet: «In treno nel centro di Parigi?» da adesso sarà «Veloce come un click, su Tgv-Europe.com». Il keyvisual vede il cuore di Parigi attraverso i suoi simboli più famosi in un fish-eye che in un colpo d'occhio ci proietta nel centro della città. «La passione è la nostra risorsa più grande per affrontare ogni sfida - dichiara **Albert Redusa Levy**, ceo di Go Up Communication - Con quest'ultima sviluppiamo la nostra profonda expertise in un settore importante come quello dei trasporti». La strategia di comunicazione prevede anche una pianificazione dedicata al trade.

## AGENZIE

### MAI TAI, 10 ANNI E NUOVO SITO



**Mai Tai** festeggia il decimo anniversario e per l'occasione rinnova la veste grafica del sito web. Anche quest'anno sarà presente sul sito il nuovo video di presentazione, realizzato in motion graphics e ispirato ai Pop Up Book per bambini. Cartoni animati e personaggi animati compaiono magicamente a ogni apertura di pagina per formare divertenti scenografie. Proseguendo nel mood fiabesco inaugurato lo scorso anno, il video racconta la classica favola di Cenerentola rivisitata in chiave contemporanea e non convenzionale. Il protagonista della storia è un direttore marketing che cerca disperatamente la migliore agenzia di comunicazione del Reame con l'obiettivo di risollevare le sorti della sua azienda.

## APPUNTAMENTO IL 15 DICEMBRE ALLE 09:30 AL POLITECNICO DI MILANO

### SEAT PAGINE GIALLE SPONSOR DELL'OSSERVATORIO MULTICANALITÀ 2011

Anche per la sua quinta edizione l'**Osservatorio Multicanalità**, il progetto di ricerca sul consumo multicanale condotto da **Nielsen, Connetta** e la **School of Management del Politecnico di Milano**, può contare sulla sponsorship di **Seat Pagine Gialle**. Già da diversi anni il Gruppo ha intuito le potenzialità della multicanalità, affiancando ai servizi di web marketing che comprendono la costruzione di siti internet, la creazione di contenuti multimediali, le attività inerenti la visibilità nel web, l'offerta di servizi di e-commerce, di info-commerce e di couponing, oltre a un'ampia gamma di strumenti complementari di comunicazione pubblicitaria. Appuntamento il 15 dicembre ore 9,30 al Politecnico di Milano, Campus Bovisa.

