"Viaggiare è nella nostra natura": da fine febbraio la nuova campagna di comunicazione di DB Bahn Italia

Le ferrovie tedesche e austriache, **Deutsche Bahn** e **Österreichische Bundesbahnen**, lanciano una compagna di comunicazione integrata congiunta che sarà on air a fine febbraio su quotidiani e riviste, affissioni nella stazioni ferroviarie, affissioni dinamiche a Verona, web e infine radio, attraverso tre spot che saranno programmati nei prossimi mesi sulle radio locali delle regioni servite dalle ferrovie tedesche e austriache.
In questi giorni, invece, è prevista una parte teaser a Milano con affissione dinamica sull'Eurotram e con alcuni video stile candid camera sul web.
"Viaggiare è nella nostra natura" è il payoff della campagna che incornicia una valle alpina mettendo al centro il concetto che rappresenta meglio la collaborazione tra DB (Deutsche Bahn) e ÖBB (Österreichische Bundesbahnen) ovvero il viaggio vissuto naturalmente ma con tutti i comfort.
Campagna16_soggetto orsoTestimonial dei soggetti pubblicitari sono un orso bruno e una famiglia di cervi e cerbiatti.
"Siamo molto soddisfatti di questa nuova campagna – ha dichiarato **Kerstin Schönbohm Hillen**, Responsabile Marketing e Relazioni esterne DB Bahn Italia, - che riflette la nostra anima green. Da anni, infatti, uno dei nostri principali obiettivi è di far vivere ai nostri viaggiatori un'esperienza memorabile all'insegna del relax e dell'eco sostenibilità".
"L'idea creativa è nata in una sessione di brainstorming, tra cliente e tutto il gruppo di lavoro, proprio su un treno DB-ÖBB EuroCity in un viaggio tra Verona e Bolzano - racconta **Pierfrancesco Jelmoni,** direttore creativo esecutivo di Altavia -. Da qui è partita la fase produttiva in cui abbiamo scelto LSD per poter raccontare in modo davvero unico, l'esperienza dei viaggi con i treni DB-ÖBB EuroCity. L'invito è di seguire l'istinto per scoprire nuovi habitat. Il tema è comunque il viaggio, strizzando l'occhio alle offerte convenienti e alle città raggiungibili".
Credits della campagna: per Altavia Italia hanno lavorato i Direttori Creativi Fabrizio Ferrero e Pierfrancesco Jelmoni e l'Account Supervisor Silvia Carelli, con la collaborazione del team di Bistrot Comunicazione (partnercreativo di Altavia dal 2013) composto dagli Art Director Maria Elena Mazzon

e Diego Volpini. Gli scatti della campagna sono dei fotografi Paolo Dall’Ara e Marco Casale di LSD. I video sono stati prodotti da Brandon Box di Filippo Infantino e Guido Geminiani.