

da **Brevi ferroviarie** del 15 giugno 2021

Un nuovo format di comunicazione per Italo

Comunicato stampa Italo

Italo lancia un nuovo format di comunicazione, all'insegna della modernità e della sostenibilità. Un concept innovativo e omnichannel che, rimanendo fedele all'identità e i valori che da sempre contraddistinguono Italo, accompagnerà la ripartenza aziendale all'insegna della coerenza e dell'unicità, coniugando modernità, dinamismo e novità grazie a tratti inconfondibili del brand Italo.

Nuovi caratteri grafici riconoscibili e allineati su tutti i touch point: un font deciso, un segno grafico quale il triangolo, sinonimo di dinamicità nonché forma stilistica ideale per rappresentare l'avveniristico muso dei treni Italo. Questa figura geometrica, apparentemente "semplice", prende forma viva, con utilizzi differenti a seconda delle diverse applicazioni. Il colore anche vedrà delle novità: predominante sempre il classico rosso Italo, accompagnato da ulteriori cromie e sfumature dello stesso, trasferendo immediatamente il concetto di velocità e movimento.

Il tutto finalizzato a rendere le comunicazioni chiare, immediate e perfettamente adattabili alle diverse declinazioni: dal sito desktop alla versione mobile, dall'app alle biglietterie automatiche in stazione, passando per i canali BTL e le maxi-affissioni pubblicitarie. Un primo passo per riprendere anche ad investire a livello pubblicitario dal prossimo autunno, trasversalmente sui differenti canali.

Italo ha realizzato quest'attività in collaborazione con ACC & Partners, storica agenzia indipendente, con la direzione creativa di Carlo Ventura.



Un nuovo inizio per Italo, dopo i difficili mesi di pandemia, in vista di un'estate in cui accompagnerà tanti Italiani in vacanza con i suoi treni green e sicuri, grazie ai continui investimenti della società: ultimo in ordine cronologico l'installazione dei filtri HEPA, gli stessi introdotti sugli aerei e che garantiscono ricambio d'aria totale ogni 3 minuti. Italo ha sempre lavorato per essere pronto alla ripartenza, anche nei periodi più difficili e negli ultimi 12 mesi ha introdotto più di 60 nuove tratte, arrivando a servire zone quali la Calabria, la Puglia, la Basilicata, Trieste e la riviera Adriatica.

Un crescendo di viaggi costante che solo negli ultimi 2 mesi ha visto i collegamenti giornalieri crescere gradualmente: da 62, passando per i 76 con le novità introdotte il 27 maggio, per arrivare agli attuali 87 con l'introduzione del nuovo orario estivo in vigore dal 13 giugno. Da fine maggio i treni Italo hanno fatto il loro esordio sulla linea Torino - Milano - Roma - Bari, servendo nuove mete quali Caserta, Benevento, Foggia e Barletta, alle quali dal 13 giugno si sono aggiunte anche Trani, Bisceglie e Molfetta, con un'offerta di 6 viaggi giornalieri per collegare queste meravigliose località al resto del network. Anche la Calabria e il Cilento, servite dalla scorsa estate e subito reintegrate nella rete Italo appena è stato possibile riattivare i servizi, hanno visto un forte incremento delle corse: triplicate, da 2 a 6, unendo tutta Italia da Torino a Reggio Calabria senza cambi intermedi, servendo Agropoli-Castellabate, Vallo della Lucania, Sapri, Scalea, Paola, Lamezia Terme, Vibo Valentia-Pizzo, Rosarno e Villa San Giovanni,

alle quali dal 13 giugno si è aggiunta anche Maratea, prima tappa di Italo in Basilicata. Non solo Sud però, Italo ha introdotto una nuova linea con 2 servizi al giorno che collegano per la prima volta senza cambi intermedi l'Adriatica, nello specifico le città di Forlì, Cesena, Rimini, Riccione, Cattolica e Pesaro alle stazioni Italo di Bologna, Firenze Santa Maria Novella, Roma Termini e Napoli Centrale. Dal 15 luglio ripartiranno poi 6 viaggi quotidiani lungo la linea Milano - Ancona, passando per Bologna, Forlì, Cesena, Rimini, Riccione e Pesaro. Altra novità in Nord Italia l'arrivo dei treni Italo a Trieste, Monfalcone, Latisana e Portogruaro che dal 27 Maggio sono collegate con 2 viaggi al giorno a Venezia Mestre, Padova, Rovigo, Bologna, Firenze, Roma e Napoli.

"Abbiamo sempre lavorato per essere pronti ad affrontare questo momento di rilancio, che passa dai servizi offerti e dalle nuove mete collegate, ma anche dalla comunicazione: diretta, immediata e intuitiva" dichiara Fabrizio Bona, Chief Commercial Officer di Italo. "In un periodo di lockdown abbiamo continuato ad investire sul territorio, programmando una rete capillare e rispondendo alla domanda di tante zone d'Italia che ancora non erano collegate all'Alta Velocità. Oggi questo nuovo format di comunicazione per Italo vuole essere un segnale di modernità: partendo dalla nostra storia, ci siamo rinnovati, per affrontare le nuove sfide che ci attenderanno in futuro con l'entusiasmo che ci ha sempre contraddistinto".

Comunicato stampa Italo - 15 giugno 2021

Iscriviti alla [newsletter quotidiana gratuita di FERROVIE.IT](#) per ricevere tutte le mattine le ultime notizie.

Unisciti al nostro [canale WhatsApp](#) per aggiornamenti in tempo reale.

Ferrovie.it è dal 1997 il web magazine italiano dedicato alle ferrovie reali ed al modellismo ferroviario. E' vietata la riproduzione, anche parziale, di ogni contenuto del sito senza preventiva autorizzazione scritta della redazione. [Informativa sui cookie](#).

(C) Ferrovie.it - Roma - P.I. 08587411003