

da *Brevi ferroviarie* del 22 febbraio 2016

La nuova campagna di DB Bahn Italia corre sul "binario" dell'ironia

Comunicato stampa DB Bahn

DB-ÖBB lanciano la nuova campagna di comunicazione integrata 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.

Anche quest'anno 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.

Testimonial dei soggetti pubblicitari sono infatti un orso bruno e una famigliola di cervi e cerbiatti.

"Siamo molto soddisfatti di questa nuova campagna - dichiara 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.

Il DNA delle Ferrovie Tedesche e Austriache è naturalmente il viaggio, l'accoglienza confortevole e ecologica.

Per Altavia Italia hanno lavorato alla campagna i Direttori Creativi Fabrizio Ferrero e Pierfrancesco Jelmoni e l'Account Supervisor Silvia Carelli, con la collaborazione del team di Bistrot Comunicazione (partner creativo 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: Filippo Infantino, Guido Geminiani.



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