



Campagna del marchio "FOR"

"FOR" a new urban joy invade le città svizzere

Schlieren. Funzionalità, innovazione e gioia di vivere. Sono questi i valori che smart ha fatto propri e che rendono unico questo brand. smart si considera un marchio sognatore e orientato al futuro, dietro al quale c'è una grande idea. smart non è solo un'auto ma è molto di più. smart esprime la gioia di vivere in città. È questo il messaggio della nuova campagna del marchio incentrata sul motivo conduttore "FOR". "FOR" è la sintesi di un atteggiamento costruttivo, positivo e ottimistico che può cambiare il mondo. Ma "FOR" è anche un'esortazione a non essere come chi è sempre "contro", bensì a dare un contributo positivo PER più qualità della vita in città, più spazio, più mobilità, più gioia di vivere. Un atteggiamento che è scritto nel DNA del marchio smart. La campagna lanciata in Svizzera vuole invogliare alla partecipazione e promuovere il dialogo. Oltre che con un roadshow internazionale e le smart Exhibitions nelle città svizzere, i contenuti della campagna FOR saranno veicolati a tutti gli interessati anche con una serie di altre iniziative che avranno come palcoscenico le città svizzere.

"Con la campagna del brand 'FOR' vogliamo esprimere l'atteggiamento di smart e spiegare che cosa fa muovere il marchio, i nostri collaboratori e naturalmente anche chi guida una smart", spiega la Dott.ssa Annette Winkler, CEO di smart. "smart è molto più di una vettura; smart è sempre stata ed è tuttora una grande idea di mobilità urbana. Un'idea inarrestabile perché prende lo status quo come una sfida e non come un ostacolo. Un'idea che risponde ai piccoli e grandi problemi del traffico urbano col sorriso e con trovate che rendono la vita in città ogni giorno meno complicata, più bella e spensierata".

Con questa campagna del marchio, foriera di una nuova generazione di vetture, smart inaugura una nuova era: a luglio, infatti, le nuove smart fortwo e smart forfour hanno festeggiato il loro debutto mondiale. La nuova smart fortwo è caratterizzata da un design più progressivo, ma ha mantenuto gli elementi tipici di ogni smart, che anche nella terza generazione continua a essere fresca, moderna e sicura di sé. Gli sbalzi brevissimi del muso e della coda, tratti distintivi della smart, garantiscono una visuale e una maneggevolezza straordinarie e, insieme al motore posteriore, consentono di

Comunicato stampa

Corporate Communications
8952 Schlieren, Svizzera

21 agosto 2014

Referente:

Artur Demirci

Telefono:

+41 44 755 88 23

Mail:

artur.demirci@daimler.com

rendere l'abitacolo estremamente compatto ma al tempo stesso spazioso. La smart forfour riprende questi elementi caratteristici del design smart e reinterpreta in modo totalmente nuovo il concetto dei quattro posti. Questa city car intelligente per quattro persone completa la gamma di prodotti smart e, con un design originale e idee innovative, dimostra che anche le auto pratiche possono avere un carattere inconfondibile.

Pagina 2

"FOR" a new urban joy – Città svizzere in fermento

Dall'inizio di agosto, per due mesi, nelle città svizzere smart attira l'attenzione sugli slogan della campagna FOR con opere d'arte luminose o con altre sorprendenti iniziative below the line. L'obiettivo di queste attività è di comunicare la gioia di vivere in un contesto urbano e di risvegliare nella gente l'amore per la propria città.

"FOR" sfrutta tutti i canali della comunicazione

I quattro punti cardine della campagna smart su scala nazionale sono i seguenti: comunicazione classica, comunicazione digitale, social media e roadshow. Tutti questi elementi sono strettamente connessi tra loro.

Comunicazione classica

Con la comunicazione classica si vuole mettere in risalto con immagini accattivanti l'approccio del marchio smart, sinonimo come nessun altro brand di gioia di vivere in città. Dai primi di settembre la comunicazione del brand si sposterà sul piano degli spot cinematografici, televisivi e delle iniziative online su scala nazionale.

Il video del marchio racconta che smart è sempre stata più di una casa automobilistica. smart è una grande idea di mobilità urbana.

Il video veicola il messaggio che campeggia sul manifesto della campagna ovvero: FOR a new urban joy.

Le iniziative online spiegano con brevi messaggi quali atteggiamenti positivi (FOR, appunto) riflettono l'essenza del marchio:

- FOR being a pioneer.
- FOR challenging the status quo.
- FOR making room for the good stuff.
- FOR being optimistic.
- FOR loving the city.

Tutte le misure di comunicazione classiche invitano a condividere e a identificarsi con l'essere "FOR" e rimandano alla piattaforma www.whatareyoufor.ch e all'hashtag „#WhatAreYouFOR“, che rappresentano il fulcro dell'intera campagna.

Comunicazione digitale - #WhatAreYouFOR invita al dialogo

Per che cosa batte il cuore degli abitanti delle città svizzere? Nel social web la campagna del marchio dà il via al dialogo con gli utenti, gli automobilisti e gli abitanti delle città. Con la piattaforma digitale #WhatAreYouFOR, smart esorta gli utenti svizzeri a scrivere per che cosa batte il loro cuore e a condividere i loro messaggi con i loro amici. Sulla piattaforma, inoltre, diversi personaggi svizzeri in veste di local heroes testimoniano con messaggi personali #WhatAreYouFOR il loro legame con la propria città; esprimono desideri, formulano esortazioni, lanciano idee e condividono il loro atteggiamento positivo su temi per loro importanti.

Su una heat-map vengono mostrati i messaggi pervenuti, che evidenziano gli impulsi positivi scaturiti durante la campagna nelle varie regioni. I messaggi generati dagli utenti vengono sistematicamente analizzati e pubblicati nell'ambito di uno studio europeo sul tema gioia di vivere nelle città d'Europa.

Gli utenti possono partecipare attivamente alla campagna anche su Twitter con l'hashtag #WhatAreYouFOR. Lo scambio attraverso le piattaforme digitali in Svizzera durerà fino a fine anno.

Roadshow e smart Exhibitions in 8 città svizzere

Una parte consistente della campagna del marchio è affidata a un roadshow su scala europea che dal 18 al 20 settembre 2014 farà tappa a Zurigo. smart invita gli abitanti della città a celebrare insieme la gioia di vivere nel contesto urbano. Al roadshow smart presenta al pubblico un ricco programma con diversi artisti locali live on stage, come il rapper zurighese "Skor". Puntando sulle peculiarità e sui personaggi della città, il roadshow emozionerà il pubblico creando associazioni tra le sensazioni della gente e l'atteggiamento positivo ("FOR") di smart.

Durante e dopo il roadshow di Zurigo si svolgeranno anche le smart Exhibitions, che in seguito faranno tappa anche in altre sette città della Svizzera fino a fine novembre 2014 e che avranno come protagoniste la nuova smart fortwo e la nuova smart forfour. I visitatori potranno ammirare i nuovi modelli e prenotare una prova su strada. Informazioni interattive sui prodotti e sul marchio completano il programma dell'esposizione. Le smart Exhibitions si svolgeranno nelle città seguenti:

Zurigo	18-20 settembre
Basilea	25-28 settembre
Losanna	9-11 ottobre
Berna	17-18 ottobre

smart – un marchio Daimler

Lucerna 28-29 ottobre
Lugano 6-8 novembre
Ginevra 13-15 novembre
San Gallo 21-23 novembre

Pagina 4

Ulteriori informazioni su smart sono disponibili su Internet ai siti:

www.media.daimler.com e www.smart.ch