

On air l'innovativa
campagna di "ingaggio"
ideata da Armando Testa
per Moby e Tirrenia 14



Adv Al via la nuova campagna di "ingaggio" ideata da Armando Testa per Moby e Tirrenia

Media Italia ha pianificato tv, radio (con 3 soggetti da 15") e una piattaforma digitale sulla quale atterra l'intera operazione



È il lavoro dei sogni: guadagnare 10.000 euro in 24 ore, testando il comfort di un viaggio in nave. Da questo straordinario "ingaggio" parte la nuova campagna Moby e Tirrenia AAA Viaggiatori Cercasi, studiata da Armando Testa. Un vero e proprio annuncio di lavoro rivolto a smart traveller, per cercare 3 candidati esperti di viaggio: un "food lover" esploratore in viaggio della buona cucina, un "family manager" abile organizzatore di vacanze in famiglia e un "travel expert" capace di scovare i migliori viag-

gi al prezzo più conveniente. La campagna integrata – che ha come principali touch point tv, radio (con 3 soggetti da 15") e una piattaforma digitale sulla quale atterra l'intera operazione – invita gli utenti a candidarsi con un semplice video selfie di presentazione. Online, poi, tutti potranno votare i candidati preferiti tra i quali Moby e Tirrenia sceglieranno i tre viaggiatori che saranno coinvolti, durante l'estate, in una piacevole esperienza a bordo da documentare sui social. I social accompagneranno l'intera ope-

razione sui canali ufficiali di Moby e Tirrenia con un piano editoriale ad hoc che comprende post e Instagram stories. La landing page dedicata Viaggiatoricercasi.it sarà la piattaforma di raccolta per tutte le candidature. Online il lancio dell'operazione sarà rafforzato dal coinvolgimento di una coppia di "family influencer": The Pozzolis Family. La campagna, ideata da Fabiano Pagliara, Francesca Romaldo e Marco Abbro sotto la direzione creativa di Jacopo Morini, racconta in modo fresco e coinvolgente la sfida che Moby e Tir-

renia lanciano a tutti gli italiani: dimostrare che le proprie attitudini e passioni possono diventare un vero e proprio lavoro, almeno per un giorno. Il suo obiettivo è dimostrare, in modo inatteso ed ingaggiante, che Moby e Tirrenia non temono confronti e sono la risposta ideale a chi cerca comfort e convenienza in viaggio. La campagna sarà on air progressivamente dal 19 maggio sulle reti nazionali e satellitari, sui maggiori network radiofonici e sul web. Il media è a cura di Media Italia.

Credits

Direzione creativa:

Jacopo Morini

Team creativo: **Fabiano Pagliara, Marco Abbro, Francesca Romaldo**

Casa di produzione: **Little Bull**

Regia: **Jacopo Morini**

Direzione creativa digital:

Antonello Falcone

Tech & Innovation Lead:

Marco Savojardo

Social Media Management:

Fabio Cuscunà

Digital Art Director: **Fabio Camera**