

*“Milioni di chilometri in una sola notte da oltre duemila anni. E mai un incidente”,* sotto questo copy inusuale per il gruppo tedesco, sembra trasformarsi eccezionalmente in una renna il cavallo rampante simbolo di Continental, per degli auguri natalizi all’insegna della sicurezza, punto cardine dell’azienda.

Un linguaggio nuovo, quello scelto da Continental Italia insieme all’agenzia FCB Milan, che già lascia intuire le novità e i cambiamenti strategici nella comunicazione ai quali sta lavorando, per il 2019, la filiale italiana guidata da Alessandro De Martino.

*“Continental ha una buona notorietà in Italia per i pneumatici, ma l’azienda fa molte altre cose. Siamo leader nel mondo nello sviluppo di tecnologie intelligenti per il trasporto di beni e di persone. Aree alle quali affianchiamo un costante lavoro di ricerca e sviluppo nella sicurezza in coerenza con Vision Zero, la visione di Continental che si prefigge di azzerare gli incidenti, i feriti e le vittime della strada - commenta **Alessandro De Martino, amministratore delegato di Continental Italia** - Il 2019 sarà un anno di grande impegno, nel quale vogliamo accrescere ulteriormente la conoscenza del nostro brand e della nostra identità che ci vede sempre più protagonisti della mobilità del futuro.”*

Di seguito i credits della campagna natalizia firmata da FCB Milan, visibile in questi giorni in piazza San Babila a Milano grazie a una grande affissione, su alcuni media offline e online:

- Francesco Bozza - Chief Creative Officer
- Massimo Verrone - Group Creative Director
- Gianluca Belmonte - Associate Creative Director
- Giulia Martoni - Art Director
- Fabiana Aversa - Copywriter
- Maria Lucia Arati - Account Supervisor
  
- Federica Maioli - Junior Account Executive

© riproduzione riservata  
pubblicato il 21 / 12 / 2018