

Non c'è bisogno che metti una trappola, la sicurezza della casa è semplice con i nuovi prodotti smart Yale

Il lancio sul mercato dei prodotti smart per la sicurezza domestica di nuova generazione di **Yale** è accompagnato dalla nuova campagna **La sicurezza resa semplice**, supportata da un sondaggio commissionato da Yale per conoscere le abitudini dei consumatori in merito alla sicurezza in tutta Europa, volendo scoprire fino a che punto è disposta a spingersi una persona per sentirsi sicura in casa propria.

Il tema 'La sicurezza resa semplice' **presenta i comportamenti e mezzi più atipici a cui ricorrono gli individui pur di sentirsi protetti**, prendendo come spunto 5 personaggi di fantasia, Dan, Emeko, Emma, Jason e Santiago, caratterizzati ciascuno da abitudini bizzarre messe in atto per proteggere la propria abitazione. Per esempio, c'è chi predispose delle trappole in giro per la casa, e chi addestra un cane da guardia; chi rinuncia ad avere oggetti in casa pur di non lasciare cose da rubare ai ladri, e chi decide di lasciare sempre una luce – o più luci – accese per sentirsi più tranquillo quando esce di casa.

La campagna è stata creata dall'**agenzia svedese Valtech Radon**, in collaborazione con il Marketing team interno di Yale. L'attivazione è pianificata individualmente da ogni regione.

In Italia verrà principalmente promossa tramite Google Ads, Youtube, e sui social, mentre in altri mercati verranno sfruttati anche altri media (radio in Finlandia, outdoor advertising in Spagna e Germania, digital tv in Spagna, oltre ad una forte componente di media relations ed influencer marketing).

Responsabili in Italia sono Roberta Pezzi, e-Commerce & Crm Manager, e **Sivya Pacini**, Marketing & Communication Manager Italy & Greece.



[Clicca qui](#)