



LO SPORT È TUTTO QUI.

Advertising Yale lancia la campagna “La sicurezza resa semplice” creata dalla svedese Valtech Radon

La pianificazione in Italia prevede Google Ads, Youtube, e social, mentre in altri mercati anche radio, OOH, digital tv e influencer marketing

Il lancio sul mercato dei prodotti smart per la sicurezza domestica di nuova generazione di Yale è stato accompagnato dalla nuova campagna “La sicurezza resa semplice”. La campagna è stata supportata inoltre da un sondaggio commissionato da Yale per conoscere le abitudini dei consumatori in merito alla sicurezza in tutta Europa, per 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. I personaggi di questa campagna mettono in evidenza, con una certa esagerazione, una varietà di comportamenti a cui la gente ricorre pur di sentirsi protetto. Per esempio, c'è chi predispone 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. Uno dei personaggi che fanno parte della nuova campagna è Dan. Dan ci ha messo quasi un anno a disseminare per la casa trappole elaborate allo scopo di sentirsi protetto. Poi finalmente si è deciso ad adottare il sistema di sicurezza smart di Yale. Ora, quando torna a casa, basta semplicemente che sblocchi lo Smart Lock Linus* L2 con l'app Yale Home, che disarmerà automaticamente anche l'Allarme Smart. Senza più bisogno di trappole fantasiose! L'abitazione di Dan è protetta sia all'interno che all'esterno con il sistema di sicurezza domestica smart di Yale controllabile da remoto grazie all'app Yale Home, che gli invia anche notifiche in tempo reale se dovesse scattare l'allarme. Con la ritrovata tranquillità a portata di smartphone, Dan può vivere il suo tempo libero senza preoccupazioni. La



campagna “La sicurezza resa semplice” evidenzia come i nuovi prodotti smart di Yale, ovvero lo Smart Lock Linus L2, l'Allarme Smart, il Campanello Smart e la gamma di Telecamere Smart, eliminino il bisogno di ricorrere ai cosiddetti rimedi estremi. Con Yale sarà più facile sentirsi sicuri in casa propria, e il senso di tranquillità che ne deriva è dato dall'uso di dispositivi controllabili comodamente dall'app Yale Home.

La campagna

“La sicurezza resa semplice” è una campagna multicanale attiva attualmente in diversi Paesi della regione EMEA. 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, e le responsabili in Italia sono Roberta Pozzi, E-Commerce & CRM Manager e Silvia Pacini, Marketing & Communication Manager Italy & Greece (elemento chiave della campagna è il filmato: “There's a simpler way to stay safe | Security made simple, by Yale”). La campagna, 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.

Il commento

“Credo che molte persone possano identificarsi con i metodi non convenzionali adottati dai personaggi della nostra campagna per sentirsi al sicuro. Con questa iniziativa, miriamo a suscitare un'emozione autentica intorno al concetto di sicurezza, in modo unico e coinvolgente. Vogliamo distinguere Yale dai messaggi convenzionali che caratterizzano questa categoria di prodotti, dando vita alla nostra visione di una sicurezza resa semplice”, dichiara Angélique Charbonnier, Head of Marketing per Yale EMEA.

Credits

Client: **Yale**
Concept and production: **Valtech Radon**
DOP: **Elias Bergqvist**
Still Photographer: **Roy Rossoovich**
Director Assistant: **Viviana Figueroa**
Editor: **Robin Johansson**
Sound: **Red Pipe**
Service Production: **Bad Rabbit**