

A un mese dall'obbligo di cambio gomme, Michelin sensibilizza gli automobilisti del Capoluogo lombardo al controllo dei pneumatici, con un progetto di marketing territoriale realizzato insieme a E3, l'agenzia di comunicazione integrata del Gruppo DigiTouch - società quotata all'AIM Italia e specializzata nel Mar-Tech.

Alle 7:45 di venerdì 12 ottobre l'Omino Michelin - eletto solo pochi giorni fa Icona del Millennio - si è presentato in Porta Romana davanti ai passanti, cui è stato distribuito un Safety Coin, una speciale moneta blu con l'Omino Michelin al centro e un bordo giallo spesso 1,6 mm (come il limite legale di usura stabilito dal Codice della Strada), da posizionare nei canali principali del battistrada dello pneumatico per misurarne l'usura; se il bordo risulta visibile è giunto il momento di cambiare i tuoi pneumatici.

Secondo la ricerca Vacanze Sicure, 1 auto su 4 non rispetta il codice della strada. Su 10.000 auto controllate dalla Polizia Stradale, la maggior parte delle "non conformità" è legata agli pneumatici.

*"In un momento in cui il digitale e il fisico si fondono in un'unica esperienza che tocca più touchpoint, l'esigenza principale di una marca deve essere quella di comunicare per essere davvero rilevante per le persone. Abbiamo realizzato un'operazione che nasce da un insight reale, scaturito da dati concreti, da cui siamo partiti per generare un'idea che ha avuto un reale impatto sulle persone, anche alla luce del momento in cui è stata realizzata",* commenta Enrico Torlaschi, MD di E3.

Per amplificare il messaggio e creare una eco sui social, nel pomeriggio l'attività è proseguita in Piazza Duomo e ai passanti emozionati e insieme stupiti nel trovarsi di fronte la celebre Mascotte è stata offerta la possibilità di farsi un selfie con l'Omino Michelin in persona, utilizzare il filtro Facebook e pubblicare le foto sui Social con gli hashtag #THESAFETYCOIN e #MICHELIN4SAFETY.

Post evento sui social è stato pubblicato il video racconto dell'attivazione in Porta Romana che ha coinvolto gli automobilisti.

E3 è un'agenzia di comunicazione integrata parte di Gruppo DigiTouch, il maggiore player indipendente nel Mar-Tech in Italia. Da quasi 20 anni affianchiamo i nostri clienti dalla fase di planning strategico alla realizzazione e gestione di attività di digital engagement innovative ed efficaci, con una particolare attenzione per le opportunità offerte dai social network. Per maggiori informazioni visitare [www.e3online.it](http://www.e3online.it).

Il Gruppo DigiTouch è uno dei principali player indipendenti in Italia attivo nel digital

marketing ed è specializzato nel Mar-Tech, ovvero nelle tecnologie di marketing e comunicazione a supporto delle vendite.

Nato nel 2007 e quotato sul mercato AIM Italia dal 2015, è oggi a capo di quattro agenzie (DigiTouch Agency, Performedia, E3 e Optimized Group), di Purple Ocean, società specializzata in soluzioni innovative di managed services e software development per e-commerce, della unit DigiTouch Consulting, specializzata nella consulenza strategica in ambito digital transformation, dell'agency trading desk DAPcenter, della unit Digital Automotive Solutions e del sito comparatore MutuiPerLaCasa.com. Fondato e gestito da pionieri del mercato web e mobile Europeo, già protagonisti di note iniziative di successo come Buongiorno, OneBip e Neo Network. Il Gruppo conta oggi circa 120 dipendenti e ha sedi a Milano (headquarter) e a Roma. Per maggiori informazioni visitare:

[www.gruppodigitouch.it](http://www.gruppodigitouch.it)

<https://youtu.be/qpyepGzhgvc>

© riproduzione riservata  
pubblicato il 23 / 10 / 2018