
Η επέκταση της Γραμμής 3 του Μετρό κάνει τον Πειραιά πρωταγωνιστή

2022/10/20 10:54 στην κατηγορία MMM

«Έργα που μετρούν στη ζωή μας» είναι το δυνατό μήνυμα – υπογραφή της νέας 360 καμπάνιας επικοινωνίας που σχεδίασαν και υλοποίησαν από κοινού οι Choose Strategic Communications Partner και Stratego για την “ΑΤΤΙΚΟ ΜΕΤΡΟ”.

Η επέκταση της Γραμμής 3 του Μετρό προς Πειραιά είναι αναμφίβολα ένα πολύ σημαντικό έργο που αναμένεται να αποτελέσει μία μεγάλη και θετική αλλαγή στην ποιότητα της ζωής στο Λεκανοπέδιο και στην καθημερινότητα των πολιτών.

Με πολλαπλά οφέλη, όπως η ελαχιστοποίηση της χρονικής απόστασης μεταξύ του Λιμένα Πειραιά και του Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών, η δυνατότητα γρήγορων, αξιόπιστων και ασφαλών μετακινήσεων, ο σημαντικός αριθμός νέων σταθμών και εξυπηρετούμενων επιβατών, **η επέκταση του Μετρό στον Πειραιά είναι σίγουρα ο μεγάλος πρωταγωνιστής στις μετακινήσεις μας στην Αττική.**

Η νέα επικοινωνιακή καμπάνια αξιοποιεί ευρηματικά τη λέξη «**Μετρό**» και εξελίσσεται σε δύο διακριτές, χρονικές φάσεις: «Μετρό προς Πειραιά» και «Μετρό στον Πειραιά». Με την ιδέα «Μετρό!» φανερώνονται με συνδυαστικό και άμεσο τρόπο τόσο τα ποσοτικά όσο και τα ποιοτικά οφέλη του έργου. Το μετρό μπαίνει στη ζωή των ανθρώπων τόσο ουσιαστικά ώστε γίνεται το προσωπικό «Μετρό!» του καθενός, μια μαρτυρία σε πρώτο πρόσωπο.

Ο Πειραιάς έχει βασικό ρόλο στο κεντρικό μήνυμα αλλά και στην οπτική ταυτότητα της καμπάνιας, που αξιοποιεί ναυτικά στοιχεία και σύμβολα σε συνδυασμό με εικόνες από το λιμάνι, τους νέους σταθμούς και τους περιβάλλοντες χώρους, προσδίδοντας στην καμπάνια ένα μοναδικό χαρακτήρα και κάνοντας ακόμα πιο δυνατό το μήνυμά της.

Ειδικότερα, η **πρώτη φάση της νέας καμπάνιας** με σύνθημα «**Μετρό! προς Πειραιά**», που αφορούσε το χρονικό διάστημα πριν την παράδοση του έργου στο επιβατικό κοινό, περιλάμβανε καταχωρήσεις, banners και ψηφιακό προωθητικό υλικό. Για την προώθηση της καμπάνιας σχεδιάστηκε ένα εκτεταμένο πλάνο δημοσιότητας σε έντυπο και ηλεκτρονικό Τύπο, σε πανελλαδικά και περιφερειακά μέσα και ραδιόφωνο.

Η **δεύτερη φάση της καμπάνιας**, η οποία είναι on air και περιλαμβάνει τηλεοπτικά και ραδιοφωνικά spots, banners και ψηφιακό προωθητικό υλικό, χρησιμοποιεί τον ευρηματικό όρο «**Πειραιάality**» από τις λέξεις «Πειραιάς» και «reality» για να αποδώσει τη νέα πραγματικότητα που φέρνει η παράδοση της Γραμμής 3 του Μετρό στον Πειραιά στο κοινό.

Το concept και τον δημιουργικό σχεδιασμό της νέας καμπάνιας, η οποία χαρακτηρίζεται από αισιοδοξία και δυναμικά στοιχεία, υπογράφει η ένωση Choose Strategic Communications Partner και Stratego.

Αξιοποιώντας μοντέρνα εικαστικά και νέες μορφές τεχνολογίας της επικοινωνίας και της πληροφόρησης, για τη μετάδοση στοχευμένων, απλών και σύγχρονων μηνυμάτων, η νέα καμπάνια πετυχαίνει το στόχο της που δεν είναι άλλος από τη σύνδεση της ολοκλήρωσης του έργου με την κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη της περιοχής του Πειραιά και ευρύτερα της χώρας.