

# Uber Black lancia la nuova campagna, firmata Curve Creative Studio.



*Uber Black lancia la nuova campagna e si mostra lussuosa come sempre per trasportare i viaggiatori di Roma e Milano. E sceglie di farlo ancora con Curve Creative Studio. Già, la campagna "Noi ci siamo. E ti portiamo dove vuoi", aveva riscontrato enorme successo. Oggi, con il lancio della nuova wave di comunicazione a Milano e Roma, si punta a consolidare la consapevolezza del servizio **Uber Black**. La conferma della scelta dell'agenzia creativa Curve di Torino, con il compito di pensare e realizzare la campagna, comprende un investimento importante nella pubblicità all'aperto. Questa, prevede manifesti e display nelle aree più centrali e strategiche di Milano e Roma e un' incisiva presenza digitale dove saranno inclusi anche alcuni influencer. Ovviamente, coloro in grado di produrre contenuti freschi e attuali. **È previsto anche un commercial adv localizzato a seconda della città.***



## Uber Black lancia nuova campagna, al via la seconda wave.

La *seconda wave della campagna Curve Studio*, punta su un *approccio globale e su un tone of voice perfetto per Milano e Roma* e suoi abitanti. Concentrandosi in particolar modo, alle loro abitudini uniche di vivere le città. La campagna tenta di raggiungere un target locale e giovane, con un metodo di comunicare soggettivo.



## Luciano Aiello, co-founder di Curve Studio.

[Luciano Aiello](#), co-founder di Curve, ci spiega: “Abbiamo creato un racconto di Milano e di Roma pensando a chi vive le città dal mattino fino a notte fonda, dai momenti di lavoro al tempo libero”. “Siamo molto soddisfatti del lavoro svolto – continua Aiello -. Ci siamo focalizzati sul tone of voice: da un lato, bold, smart e immediatamente riconducibile al brand; dall’altro, coerente con le espressioni e i modi di dire locali. Così facendo, abbiamo reso Uber parte integrante della

città e del suo tessuto urbano. Il tutto, naturalmente, senza dimenticare lo stile che ci contraddistingue: fresco, divertente, ironico, veloce”.



## Gianluca Benincasa, Head of marketing Uber.

[Gianluca Benincasa](#), *Head of Marketing Southern Europe di Uber*, sostiene: “La nostra campagna coincide con il periodo prenatalizio, momento in cui le persone si incontrano, escono a divertirsi o hanno da sbrigare commissioni come ad esempio i regali di Natale. Con questa campagna vogliamo raccontare come Uber sia in grado di aiutare le persone a muoversi in città e di rientrare nella loro quotidianità, quasi un invito a lasciare a casa la loro auto spesso fonte di stress, e a godersi in totale serenità questo momento magico dell’anno”.