

CAMPAGNA 2024

**AF MOTORS**



**SE DURA DI PIÙ  
È MEGLIO**



**AF MOTORS**

SCEGLI CHI TI DÀ LA POSSIBILITÀ DI SCEGLIERE

# "DONNE E MOTORI, UN PERICOLO PER GLI ALTRI BRAND"

Non è vero che le donne non sanno guidare (la nostra guida un'azienda che spacca)

**AF Motors** non è solo un brand: è la storia di chi ha deciso di fare le cose in modo diverso. Di chi ha creduto, con **grinta** e **visione**, che si potesse scardinare l'ordinario e costruire una realtà innovativa, autentica e fatta per durare (ovviamente).

È la storia di chi ha fatto di questa visione una realtà tangibile.

## UNA GUIDA FEMMINILE PER PUNTARE SEMPRE PIÙ IN ALTO

Siamo un'azienda fondata da oltre **40 anni** su valori concreti - **passione, innovazione, famiglia** - e guidata da una leadership femminile che fa dell'empatia e dell'innovazione il suo motore quotidiano: **PAOLA FODDE**, fondatrice e attuale CEO.

In un mondo dove il rapporto umano rischia spesso di essere sacrificato in nome della velocità, noi abbiamo scelto di restare fedeli alla nostra identità. Non ci interessa sembrare "più" degli altri: vogliamo essere **autentici**, andare controcorrente e superare ogni giorno i nostri limiti, perché chi nasce per rompere gli schemi **non cerca scorciatoie**.

## LA COMPETIZIONE È IL NOSTRO CARBURANTE

Nel nostro contesto la competizione è intensa: due concessionarie che trattano gli stessi marchi operano nelle immediate vicinanze (4,9 km e 8.5 km). In uno scenario dove i prodotti sono identici e le promozioni sono le stesse la nostra necessità era una e una sola: **distinguerci**.

Proprio per rispondere a questa criticità l'agenzia **VIDEO VISION SRLS**, responsabile del **marketing creativo** e strategico del brand, si occupa di valorizzare la nostra **identità** e dar vita a campagne memorabili, tra cui la campagna **"Se dura di più è meglio"**.



# LA CAMPAGNA "SE DURA DI PIÙ È MEGLIO"

Il messaggio **"Se dura di più è meglio"** è diventato un manifesto della nostra affidabilità e del nostro impegno a lungo termine.

Tre obiettivi chiari e strategici alla base:

**DISTINGUERCI**

**POSIZIONARCI**

**CONNETTERCI**

Per raggiungere questo traguardo, abbiamo deciso di non seguire le solite formule fatte di slogan patinati: abbiamo messo al centro la nostra **unicità**, usando un **tono ironico** e **diretto** per uscire dalla massa e rimanere impressi.

Perché "in un mare di messaggi impersonali, la semplicità e l'autenticità fanno la differenza".



## AF MOTORS

SCEGLI CHI TI DÀ LA POSSIBILITÀ DI SCEGLIERE

# 01

**Obiettivi specifici della Campagna**

## AUMENTARE LA SODDISFAZIONE DEL CLIENTE E LA PERCEZIONE POSITIVA DEL BRAND

In un settore dove il contatto umano rischia spesso di essere sacrificato in favore del tecnicismo, noi abbiamo scelto di mettere al centro la **persona, le sue aspettative e visioni**.

La nostra chiave per l'autenticità?

Facile, **siamo il nostro pubblico**.

Condividiamo le stesse esperienze, parliamo la stessa lingua e ci divertiamo allo stesso modo.

## PORTARE IL NOSTRO RUOLO NELLA QUOTIDIANITÀ DEL CLIENTE

Non siamo un prodotto o un servizio, siamo persone, siamo **AF Motors**.

Conoscere davvero i nostri clienti significa riconoscere che prima ancora della mobilità, ci accomunano i bisogni quotidiani, le emozioni, i sogni.

Per questo, la campagna voleva mostrare il lato umano del brand: siamo parte della stessa comunità, siamo genitori, lavoratori, giovani alle prime esperienze - **esattamente come i nostri clienti**.

Questa identificazione reciproca ci ha permesso di creare un **contenuto autentico**, nel quale il pubblico potesse riconoscersi, sentendosi parte di qualcosa di più grande di una semplice transazione commerciale.

**LE AFFISSIONI**

| Numero | Dimensione | Rotazione                  | Superficie coperta |
|--------|------------|----------------------------|--------------------|
| 38     | 6x3 cm     | In rotazione per 60 giorni | + di 270           |
| 16     | 12x3 cm    | In rotazione per 60 giorni |                    |
| 9      | 18x3 cm    | In rotazione per 60 giorni |                    |
| 35     | 140x200 cm | In rotazione per 60 giorni |                    |
| 41     | 100x140 cm | In rotazione per 60 giorni |                    |

**AEROPORTO**

**CAGLIARI**

**Social Media Comments:**

- Acquisto mia prima macchina, una ATOS nel 2007, nel 2009 passata alla 1.10, 1200 benzina e ancora oggi mi accompagna tutti i giorni al lavoro..PS oggi è il suo complikilometri 400.000 . Penso prossima nuova sempre da AF MOTORS.
- 4 sett - Mi piace - Rispondi
- 4 sett - aggiunti - Rispondi
- SE DURA DI PIÙ È MEGLIO AF MOTORS
- NON È AMORE SE NON È PASSATO DAL AF MOTORS
- Ma non saranno mai come quelli della Panda 30!
- 12 sett - Mi piace - Rispondi
- Vamoss, alla sella del diavolo
- 1 sett - Rispondi - Vedi traduzione
- Al Motors una garanzia... in sei anni ho preso tre auto nuove una migliore dell'altra iniziata con i 10 i 20 e bayon in consegna a giorni Personale veramente speciale, assistenza top. Grazie af motors
- 17 sett - Mi piace - Rispondi



## INCREMENTARE LA BRAND AWARENESS TERRITORIALE

In un mercato locale caratterizzato da un'elevata competitività, un'ulteriore obiettivo era affermare la presenza di **AF Motors** sul territorio sardo, rendendo il brand immediatamente **riconoscibile**.

La campagna **"Se dura di più, è meglio"** ha rappresentato un punto di svolta: un concept **originale** e **distintivo**, capace di rompere gli schemi del linguaggio promozionale tradizionale e di parlare al pubblico in **modo diretto**, empatico e memorabile.

Questa scelta ha rafforzato l'identità del brand, imprimendolo nella mente dei consumatori come un punto di riferimento "autentico".

## PORTARE NUOVI CLIENTI IN CONCESSIONARIA E FIDELIZZARE IL TARGET

Al di là della visibilità digitale, la campagna aveva un obiettivo pratico: tradurre l'attenzione ottenuta online in **azioni reali offline**.

L'interesse generato sui social, tramite i video, il **brano Spotify** e i contenuti sponsorizzati, è stato finalizzato ad aumentare il traffico e a stimolare il primo contatto con nuovi potenziali clienti, coinvolgendoli emotivamente con un **tono ironico** e **smart**, capace di creare empatia e vicinanza verso il brand.



## IL BRANO

Ascolti dell'annuncio

**262.019**

Copertura

**66.043**

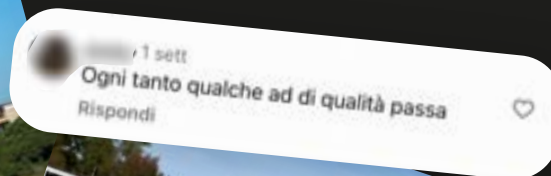
account raggiunti

Ascolti in media per persona

**3.97**

Brani pubblicati

**1**



# 02

**Dal Concept alla Creazione:  
Contenuti Creativi**

## VISUAL E TESTI

Il concept creativo è stato sviluppato su tre linee grafiche, ognuna caratterizzata da un claim portante:

# 1 “SE DURA DI PIÙ È MEGLIO”

“Se dura di più, è meglio”, è diventato il nostro manifesto. Diretto, autoironico, ma soprattutto vero.

Non è solo una promessa legata all'affidabilità dei veicoli che offriamo - è una dichiarazione d'intenti, che parla del nostro modo di lavorare e della **relazione** che vogliamo costruire con chi ci sceglie.

Abbiamo voluto strizzare l'occhio al pubblico, evocando situazioni che tutti hanno vissuto. E in fondo il messaggio è semplice: quando scegli bene, scegli qualcosa (o qualcuno) che resta, che dura, e se non dura, **cambiala!**

Il claim gioca con un **doppio senso ironico**, ma nasconde un messaggio autentico: la durata non è solo una questione tecnica, è una scelta di valore. Durano i prodotti costruiti bene, durano i legami fondati sulla fiducia, durano i marchi che ci mettono la faccia. Ecco perché “Se dura di più, è meglio” non è solo uno slogan che fa sorridere, ma un **impegno concreto**: quello di offrire veicoli di qualità e un servizio che non finisce alla consegna delle chiavi.





## 2 “NON È AMORE SE NON È PASSATO DAL SEDILE POSTERIORE”

Un messaggio più **emozionale, nostalgico** e **ironico**.

Questo claim riporta il pubblico a quei momenti di gioventù vissuti in auto, simbolo di libertà e primi amori.

Perché noi di **AF Motors** lo sappiamo bene: un'auto non è solo un mezzo di trasporto, ma un contenitore di storie, di ricordi e emozioni.

Con questa linea creativa abbiamo voluto umanizzare il prodotto, farlo uscire dai confini del razionale per farlo entrare in quelli del cuore.

Attraverso un'immagine **semplice ma evocativa** abbiamo creato una **connessione autentica**, in cui tanti hanno potuto riconoscersi.

Il tono ironico non sminuisce l'emozione, anzi: la rende più leggera, più condivisibile, più reale.



### 3 “SCEGLI CHI TI DÀ LA POSSIBILITÀ DI SCEGLIERE”

Perché quando ogni chilometro conta, meglio avere **la possibilità di scegliere il meglio!**

Un messaggio che mette al centro il cliente e la nostra varietà di soluzioni.

Nel visual che accompagna questo claim, vediamo una coppia che si bacia: sono i protagonisti del nostro spot, ma anche **simbolo di una scelta che ha funzionato.**

L'intesa tra due persone nasce anche dal potersi scegliere davvero, senza forzature, con spontaneità.

Che sia per una famiglia in crescita, per un nuovo lavoro o per un sogno che prende forma, **AF Motors** ti accompagna con un ventaglio di opzioni pensate per adattarsi a te - non il contrario.

La connessione è potente: quando hai davanti la possibilità di scegliere liberamente, puoi davvero scegliere bene.



## LO SPOT PUBBLICITARIO

Girato a **Calamosca**, uno dei luoghi più iconici e romantici di Cagliari, lo spot racconta con ironia una situazione tipica: un momento magico in macchina, con luci soffuse e una coppia che si bacia sui sedili posteriori, che rischia di andare in frantumi a causa di una **"scelta sbagliata"**.

Ma chi **guida un'auto AF Motors** non si troverà mai in queste situazioni. Perché **se dura di più è meglio, quindi scegli chi ti dà la possibilità di scegliere...**anche nei momenti più belli!

## UN GIOCO IRONICO CHE CONQUISTA

La durata è un elemento fondamentale, in tutti i rapporti, quelli romantici tanto quanto quelli con la tua concessionaria di fiducia.

È proprio qui che entra in gioco il concetto di scelta: scegli di scegliere il brand giusto, costruendo una relazione che dura nel tempo, così come scegli di scegliere il partner giusto, che non ti lascia sul più bello!

Il concetto di scelta sposta il cliente da un ruolo passivo ad uno attivo: **sei "tu" che scegli**, perché **AF Motors ti dà la possibilità di scegliere** tra più opzioni, perché con noi è la concessionaria che si adatta a te, mai non il contrario. Con uno storytelling fresco, cinematografico e un'ironia garbata ma efficace, il messaggio chiave viene trasmesso in maniera **autentica** e **UMANA**, avvicinando **AF Motors** alla realtà quotidiana del cliente.

## CONTRO GLI SCHEMI SOCIALI

Un elemento distintivo dello spot è stato il **ruolo protagonista della donna**: è lei alla guida, in tutti i sensi, della macchina quanto della scena.

Questa scelta, ben lontana dal caso, è stata pensata per **ribaltare i tradizionali ruoli di genere** in un settore da sempre dominato da **stereotipi maschili**. Ancora una volta, abbiamo cambiato prospettiva, creando un contenuto che rompe gli schemi sociali e va oltre.





## UN JINGLE INNOVATIVO E MEMORABILE

**Colonna sonora** dello spot un jingle iconico e memorabile, scritto e composto dai **Moon Foongo**, band sarda con un'identità originale e perfettamente in linea con il tono della campagna.

Un brano, **ammiccante** e **orecchiabile**, che ha accompagnato lo spot e le sponsorizzazioni Spotify, con un ritornello che resta in testa e una base dal ritmo coinvolgente: il jingle è diventato uno degli asset più apprezzati della campagna, riconoscibile e condivisibile anche al di fuori del contesto pubblicitario.





# GUARDA LO SPOT



Clicca qui  
per vederlo  
su **Instagram**



Clicca qui  
per vederlo  
su **YouTube**

03

**Risultati e Impatto**

*I numeri*

Meta

Google Ads

# IL POST

Views

**744.056**

dai follower **9%**

dai non follower **91%**

Copertura

**117.168**

organica **2.678**

da inserzioni **14.869**

Interazioni nette

**95.468**





*I numeri*



Meta

Google Ads

YouTube

TikTok

## LO SPOT

Views

**+1.60M**

dai follower **1%**

dai **NON** follower **99%**

Copertura

**408.84**

organica **1.196**

da inserzioni **102.391**

Interazioni nette

**211.316**



## I numeri

Advertising

# IL BRANO

Ascolti dell'annuncio

**262.019**

Copertura

**66.043**

account raggiunti

Ascolti in media  
per persona

**3.97**

Brani pubblicati

**1**



Jeep FIAT LANCIA OPEL BYD HYUNDAI

## OLTRE I NUMERI, LE PERSONE

la campagna **"Se dura di più è meglio"** ha prodotto un impatto qualitativo concreto e misurabile sulla percezione del brand.

Siamo stati in grado di rafforzare la nostra **reputazione online** come **marchio affidabile**, autentico e vicino al cliente.

I commenti, le condivisioni e le reazioni dimostrano come la campagna abbia saputo creare un **legame emotivo con il pubblico**, contribuendo a definire **AF Motors** non solo un concessionario, ma un punto di riferimento umano e valoriale nel territorio.

**"Se dura di più è meglio"** ha trasformato un valore tecnico in una dichiarazione identitaria, contribuendo in modo diretto al rafforzamento della brand identity.

04

4

**Il nostro grande progetto**



La campagna **"Se dura di più, è meglio"** si inserisce in un ampio progetto di marketing che portiamo avanti da anni seguiti dall'agenzia **Video Vision SRLS**.

Un percorso strategico e creativo attraverso il quale lavoriamo costantemente per rafforzare la nostra immagine e trasmettere, in modo autentico, i valori che da sempre ci contraddistinguono: vicinanza, fiducia e un profondo senso di famiglia.

Grazie a una **comunicazione mensile strutturata e mirata** - fatta di contenuti video narrativi, eventi dal vivo e una presenza social attiva e coerente - siamo riusciti a posizionarci sul mercato come una brand che mette al centro le persone.

Non solo clienti, ma membri di una comunità con cui costruire **relazioni vere**, perché per noi, la fiducia non è un punto di partenza, ma il traguardo più importante.





## VOGLIAMO ROMPERE GLI SCHEMI

Un aspetto centrale della nostra comunicazione è anche l'attenzione all'inclusività. Per troppo tempo, nel settore automotive, il linguaggio e l'immaginario sono stati declinati esclusivamente al maschile, alimentando stereotipi che non rispecchiano la realtà.

Noi abbiamo scelto un'altra strada: **parlare a tutti**, con **rispetto**, con **empatia** e **consapevolezza**.

Le nostre campagne, in particolare sui social e nei materiali marketing, sono pensate per **superare i vecchi cliché** e rivolgersi a un pubblico ampio e diversificato. Parliamo anche - e soprattutto - alle **donne**, che oggi hanno un ruolo sempre più **attivo** e **autorevole** anche nelle decisioni d'acquisto legate all'auto. E lo facciamo con una comunicazione che non solo rappresenta la donna ma la valorizza.

## IL NOSTRO IMPEGNO È SOCIALE

Diversi progetti ci hanno permesso di consolidare questa visione, tra quelli che più ci stanno a cuore c'è il nostro impegno sociale, fatto di partecipazione a **iniziative culturali, festival e realtà del territorio**.

Un esempio è stata la nostra adesione al **Festival Street Books (edizione 2024)**: per l'occasione abbiamo messo a disposizione due vetture brandizzate per il trasporto degli autori, personalizzate con il tema del festival, "**Narracontro: raccontare per trasformare, voci contro la violenza**". Un messaggio potente, che abbiamo sentito nostro in quanto azienda fondata e guidata dalla **forza di una donna**, e che portiamo avanti con profonda convinzione.



## VOGLIAMO ESSERE SEMPRE AL TOP (DEALERS ITALIA)!

Sia nel **2020** che nel **2025** abbiamo ricevuto il premio **Top Dealers Italia** conferito da **InfoMotori**, un'importante conquista che ci riconosce tra le concessionarie più virtuose d'Italia. Questo riconoscimento rappresenta non solo il nostro impegno costante per offrire ai clienti un servizio di alta qualità, ma anche la passione e la dedizione che mettiamo ogni giorno nel nostro lavoro.

## ANCHE QUESTA VOLTA, SIAMO RIUSCITI AD ANDATI OLTRE

La nostra ultima campagna **"Se dura di più è meglio"** ha aggiunto un'altro pezzetto al nostro viaggio, rappresentando non solo una campagna pubblicitaria, ma un manifesto dell'identità di **AF Motors**.

Un progetto nato da un'esigenza reale, sviluppato con innovazione e passione, che ha saputo coniugare **creatività, strategia, ironia e sostanza, allineandosi** con i nostri valori fondamentali: affidabilità, famiglia e vicinanza al cliente.

Grazie a questa iniziativa, siamo stati in grado di superare il tradizionale concetto di concessionaria "fredda" e "tecnica", avvicinandoci a una rappresentazione più **umana** del brand.



# AF MOTORS

