

COMUNICAZIONE
DIGITAL

1/2

IAKI TRASFORMA IL VIAGGIO IN ESPERIENZA: LA STRATEGIA INTEGRATA CHE ACCELERA L'ESPANSIONE EUROPEA DI FLIBCO

Pubblicato da **Redazione** 29/04/2026


Oltre 1,5 milioni di visualizzazioni e 13.000 interazioni: l'approccio data-driven di IAKI consolida il leader del trasporto aeroportuale nelle nuove tratte strategiche del Nord Italia.

IAKI ha ideato e progettato una campagna di comunicazione integrata per aumentare brand awareness, far conoscere il servizio e incrementare le prenotazioni sulle tratte recentemente attivate, intercettando in modo efficace il target dei viaggiatori nel suo ambiente digitale in occasione dell'apertura delle nuove tratte Nord Italia Flibco, Lampugnano – Malpensa; Milano Centrale – Linate/Malpensa; Como – Orio al Serio; Aosta – Caselle, e valorizzare i collegamenti aeroporto-città.

Flibco è un'azienda specializzata nei servizi di navetta aeroportuale che collega le principali città europee con i rispettivi aeroporti con un servizio economico e confortevole. Per lanciare le nuove tratte IAKI ha ideato un progetto di comunicazione orientato al customer engagement, capace di rendere Flibco non solo un servizio, ma un brand sempre più vicino e affidabile.

La campagna si è sviluppata in due attività principali. Nella prima IAKI ha coinvolto influencer e creator: **Travel Mati** (Matilde Silvestri all'anagrafe), **Chiara Metafora**, **Andrea Medici**, **Pietro Civera**, **Sofia Balzani**, **Lucretia Paggetta**, **Ylenia Frezza**. I contenuti sono stati costruiti in modo originale e altamente pertinente: un racconto delle nuove tratte e dei servizi con dei reel stile vlog tra i 30 e i 60 secondi, facendo vedere il viaggio; una canzone a tema; brevi video da 15" con dei ganci iniziali che attirassero l'attenzione e raccontassero le nuove tratte e servizi sempre in maniera esaustiva ma più breve e condensata, da veicolare tramite adv. Con gli influencer, i video d'impatto sono stati pubblicati sui loro canali social, mentre le attività sponsorizzate dei creator su Meta e campagne Demand Gen, ossia strumenti basati sull'IA, nati per sostituire le campagne Discovery e progettati per generare domanda e interesse visivo attraverso formati video e immagine su YouTube (inclusi Shorts), Gmail e Discover per coinvolgere potenziali clienti, lavorando sulla domanda latente (utenti non ancora alla ricerca attiva). Per la seconda attività, IAKI ha realizzato ADV statici sempre per adv su Meta e Demand Gen con un tono di voce smart e contemporaneo, pensati per evidenziare i vantaggi delle nuove tratte e rafforzare la percezione del brand presso un pubblico interessato a soluzioni di mobilità affidabili e convenienti.

Questa strategia integrata ha permesso di costruire un dialogo diretto e rilevante con il target, consolidando Flibco come "compagno di viaggio" ideale, con oltre 1,5 milioni di visualizzazioni sui social e più di 13.000 interazioni, confermando l'efficacia di un approccio che unisce contenuti social e attività ADV.

Commenta Matteo Cirio, Head of Marketing & Digital Communication di Flibco: “In Flibco mettiamo il viaggiatore al centro di ogni decisione. La strategia sviluppata con IAKI ha saputo interpretare perfettamente questa visione, utilizzando un linguaggio contemporaneo e coinvolgente che ha accorciato le distanze tra il brand e l'utente finale. Vedere come il racconto dei creator e la precisione dell'ADV abbiano lavorato in sinergia per valorizzare le nostre nuove tratte nel Nord Italia è la conferma che la nostra direzione marketing ha puntato su un'eccellenza creativa capace di generare valore misurabile e una connessione autentica con il target.”

“La strategia costruita per Flibco è nata dall'ascolto dell'ambiente social in cui vive chi viaggia: per questo abbiamo costruito un percorso integrato capace di intercettare l'attenzione e poi trasformarla in interesse concreto. – ha commentato Sandro Marchetti, AD di IAKI – La campagna ha unito creatività social e attività di ADV in modo coerente e misurabile. E i risultati dimostrano che il messaggio è stato veicolato nel contesto giusto, trasformando Flibco in una scelta concreta e riconoscibile”.

Credits

Sandro Marchetti – CEO IAKI

Filippo Fiocchi – Executive Creative Director

Silvia Brambilla – Creative Strategist & Research

Francesco Davide Scafà – Content & Influencer Marketing Manager

Sara Marinaro – Account Manager

Mariella Binda – Senior Art Director

Alberto Lomartire – Art Director

Diletta Starace – Copywriter