



COMUNICATO STAMPA

IN TV IL NUOVO SPOT CHE RACCONTA TUTTA L'ICONICITÀ DI TELEPASS. L'OFFERTA DISPONIBILE ANCHE IN OLTRE 1.900 NEGOZI TIM

- *On air, da ieri, la campagna, firmata da Crafted e prodotta da Groenlandia, mette al centro l'offerta Telepass ora disponibile anche in oltre 1.900 punti vendita TIM presenti sul territorio nazionale*
- *Due protagonisti italiani dell'innovazione insieme per rendere i servizi più accessibili, diffusi e sostenibili*

Roma, 16 marzo 2026 – **Telepass**, società del gruppo Mundys e *leader* del telepedaggio e della mobilità integrata, lancia una **nuova campagna TV** per raccontare le più **recenti soluzioni per chi viaggia, oggi disponibili anche in oltre 1.900 punti vendita TIM in tutta Italia**.

L'iniziativa nasce dalla recente collaborazione tra le due società e punta a favorire una maggiore diffusione dei servizi di mobilità integrata per i cittadini. La capillare rete dei negozi TIM presenti su tutto il territorio nazionale, rende infatti ancora più semplice acquistare il dispositivo Telepass, con vantaggi esclusivi per i clienti TIM.

In particolare, lo spot ideato e firmato dall'agenzia **Crafted** - già partner del *brand* per la comunicazione digital e ATL - e prodotta da **Groenlandia**, racconta la mobilità secondo Telepass attraverso gli occhi di una bambina. Il film segue il viaggio in auto di una famiglia e si concentra in particolare sulla bimba e sulla sua 'macchinina', un tempo appartenuta al papà, che diventa il filo narrativo della storia.

È proprio attraverso gli occhi della bambina che viviamo un viaggio che ripercorre l'evoluzione dell'offerta di **Telepass, un brand italiano che in 35 anni si è trasformato dall'essere sinonimo di telepedaggio a una vera e propria piattaforma di servizi per la mobilità integrata, con soluzioni sempre più innovative in ambito urbano ed extra-urbano. Un'offerta che oggi è disponibile anche negli oltre 1.900 punti vendita TIM, un numero che crescerà ulteriormente nei prossimi mesi.**

L'idea creativa rientra nella più ampia campagna di posizionamento avviata nella scorsa estate e punta a valorizzare la **storicità del brand** attraverso un passaggio generazionale per mettere in luce cosa Telepass rappresenta oggi. Un *concept* che contribuisce a sottolineare la *leadership* e la riconoscibilità della marca e a scaldare il racconto. La macchinina, gialla come Telepass, è un ulteriore elemento visivo che crea attenzione e aggiunge un elemento identitario alla narrazione.

Nel nuovo spot, la 'macchinina' attraversa la città e fa tappa in un negozio TIM dove i protagonisti ritirano il nuovo dispositivo Telepass prima di proseguire il viaggio verso l'autostrada. Una scena che evidenzia la possibilità che oggi hanno i clienti **di poter accedere direttamente ai servizi Telepass anche nei punti vendita TIM, grazie alla capillarità di una delle reti commerciali più diffuse d'Italia.**

Per **Aldo Agostinelli, Chief Consumer Revenues Officer di Telepass** *"Con questa campagna raccontiamo l'evoluzione di Telepass e la sua capacità di semplificare la mobilità degli italiani, ieri come oggi. In oltre trentacinque anni siamo passati dall'essere sinonimo di telepedaggio a essere la principale piattaforma della mobilità. Oggi continuiamo ad accompagnare gli italiani nella loro quotidianità, in un viaggio che unisce innovazione,*



memoria e nuove abitudini. La collaborazione con TIM ci consente di rendere questa offerta ancora più accessibile e vicina alle persone, grazie alla capillarità della sua rete di negozi presenti su tutto il territorio nazionale.”

La campagna, che sarà on air fino al 5 aprile, è declinata sui diversi mezzi di comunicazione con una strategia principalmente in formato video, incentrata in uno spot TV nel formato 30” e 15”, in onda sulle principali emittenti televisive lineari e sui principali broadcaster digitali, Netflix, Amazon Prime, Disney, oltre a uno spin-off dedicato al mondo YouTube, news e piattaforme social.

Credits campagna

CRAFTED

CEO: Silvio Meazza

EVP: Alessandro Cedrone

CCO: Alessia Serino

Creative Director: Agnese Pagliarini, Martha ter Horst

Project Management: Federica Fiorini

Team Creativo: Furio Visintin, Gaia Verducci, Martina Guaita

GROENLANDIA

CDP: Groenlandia Film

Regia: Igor Borghi

Executive Producer: Leonardo Godano

Executive Producer Milano: Barbara Brown

Dop: Tommaso Terigi

Direttore di Produzione: Rocco Marcandino

Scenografo: Gabriele Cavalchi

Stylist: Aurora Zaltieri

Montatore: Lorenzo Colugnati

Post Produzione: You are

Telepass

Il Gruppo Telepass nasce nel 2017 con l'obiettivo di creare un sistema integrato di servizi per la mobilità in ambito urbano ed extraurbano. Oggi Telepass è un ecosistema che offre a privati e aziende un numero sempre maggiore di opzioni, fruibili anche in modalità digitale, per una mobilità flessibile, sicura e sostenibile. Un pioniere della mobilità impegnato a facilitare la libertà di movimento delle persone, ampliando la sua offerta e garantendo l'accesso ai propri servizi in Europa, perché ogni spostamento sia davvero un'esperienza senza confini. <https://www.telepass.com>