

Anche per questa stagione il logo di Toyo Tire sarà presente nei campi da calcio italiani. La filiale della giapponese Toyo ha infatti confermato la sponsorizzazione per tutta la stagione del bordo campo di Fiorentina, Siena e Parma. Per le due ultime squadre il brand apparirà anche nel back drop, ossia il pannello posteriore dell'area dove vengono realizzate le interviste. "Siamo stati presenti nel calcio per anni, ma quest'anno avevo quasi deciso di interrompere la tradizione, perché mi sembrava un'iniziativa inflazionata, vista la presenza di molti competitor, da Pirelli a Goodyear ai brand coreani che sono entrati di prepotenza in questi ultimi anni", spiega Marco Cecconi, presidente di Toyo Tire Italia SpA. "Alla fine però ho fatto un passo indietro e ho deciso, proprio perché ci troviamo in una fase di mercato difficile, di investire e di stanziare per il 2013 un budget pubblicitario importante, che comprende calcio, televisione e molto altro."

Il presidente dell'azienda di Collesalveti (LI) non ha dubbi che il 2013 sarà un anno molto competitivo, forse più del 2012, che già è stato piuttosto difficile, soprattutto per i marchi di prima fascia. "Noi offriamo un prodotto di altissimo livello qualitativo", continua Cecconi. "Se scomparissimo dal mondo della comunicazione, come il momento critico suggerirebbe, l'utente finale potrebbe avvicinare l'immagine del nostro marchio ai prodotti di fascia bassa. Ecco perché torniamo nel calcio, e non solo, sperando che la visibilità mediatica ci dia una mano ad affrontare le sfide del prossimo anno."

© riproduzione riservata
pubblicato il 21 / 12 / 2012