

E' ancora il calcio il veicolo promozionale al centro della campagna invernale di Continental. Un rapporto ormai ventennale, quello tra il gioco più seguito e praticato al mondo e il produttore tedesco, inizialmente sponsor di UEFA Champions League e poi ininterrottamente di UEFA Euro e FIFA World Cup. "Loro mettono tutto in gioco, noi tutto in sicurezza": questo il messaggio della campagna invernale 2013 di Continental, attenta alle esigenze dei consumatori proprio quando la scelta degli pneumatici giusti diventa un fattore discriminante. Il messaggio gira intorno alla parola "gioco". Gioco come il calcio dei professionisti. Gioco come il divertimento massimo dei bambini, sempre pronti a dare calci e rincorrere un pallone, anche quando finisce pericolosamente in strada. Gioco infine anche come sfida per la sicurezza, quando ci si "mette in gioco" sulla strada nella vita di tutti i giorni, ben consci che la guida non è certo un gioco e che bisogna affrontarla con il massimo della professionalità, sia in termini di attenzione che di scelte, "mettendo tutto in sicurezza", a maggior ragione quando le condizioni ambientali si fanno difficili come in inverno.

La strada è innevata, la vettura procede speditamente, all'improvviso un pallone rimbalza in mezzo alla carreggiata ed un attimo dopo salta fuori un bambino che insegue la palla: una frenata improvvisa sulla neve, ma precisa, sicura e senza bavature, e la macchina si blocca giusto in tempo per evitare l'inevitabile. L'ingenua incoscienza del bambino si esprime attraverso un sorriso con gli occhi ed un cenno con la mano, il senso di responsabilità del guidatore si appaga con la certezza di aver potuto contare ancora una volta sull'aiuto di chi fa della sicurezza una scelta professionale.

Questo è in sintesi il senso della campagna winter istituzionale di Continental, che riprende temi già proposti in passato che le valsero, lo scorso anno, il prestigioso premio istituito dal Moige (Movimento Italiano Genitori) e dalla Fondazione Ania con la motivazione: "Trasmette un messaggio positivo e offre una lezione sul comportamento da adottare in strada".

La campagna, che si svilupperà ad ampio respiro sui più importanti media nazionali, sarà focalizzata sul periodo che va da fine settembre a inizio novembre, coincidente con le date di emanazione delle ordinanze che impongono l'equipaggiamento invernale per la circolazione sui tratti stradali interessati. L'obiettivo di Continental, leader nel settore degli pneumatici invernali, è di mantenere alto il livello di attenzione alla sicurezza, sensibilizzando il consumatore ad avere gli pneumatici giusti nella stagione fredda. La tempistica di diffusione è in linea con il momento in cui i consumatori stanno effettuando la propria scelta rispetto al cambio stagionale degli pneumatici.

Il visual per stampa e web propone il messaggio forte: "Loro mettono tutto in gioco, noi

tutto in sicurezza", ripreso nel video TV "snowball spot" con due differenti tagli della durata di 10 e 20 secondi.

© riproduzione riservata
pubblicato il 23 / 09 / 2013