

Goodyear Dunlop ha ingaggiato due attori comici per rendere il marchio Sava più popolare e accattivante per i guidatori nella fascia di età dai 18 ai 34 anni. Kenny Santucci e Ben Rameka sono infatti i due attori americani scelti dal Goodyear per la campagna pubblicitaria che lancerà il nuovo claim "Gli automobilisti Sava si divertono di più".

La nuova campagna pubblicitaria, dal titolo "Mates on a Mission", propone due amici che viaggiano attraverso l'Europa a bordo di una Renault Espace, fermandosi in vari luoghi per sfoderare i loro sketch - e la promozione Sava - ad un pubblico ignaro. In linea con il target giovanile, le avventure della coppia di comici si può seguire anche su Facebook e Youtube.

Sava descrive i potenziali clienti tra i 18 e i 34 anni, come un gruppo "molto orientato al tempo libero, ma con un budget limitato a disposizione." Goodyear Dunlop ritiene che il marchio Sava rappresenti infatti un'"alternativa attraente", in quando i pneumatici Sava hanno un prezzo abbordabile che lascia agli automobilisti più denaro per le "cose divertenti" della vita.

"Kenny Santucci e Ben Rameka sono gli ambasciatori ideali per questo marchio", ha commentato Kristof Dierickx, marketing manager di Goodyear Dunlop per la regione EMEA. "I due attori godono di un alto livello di popolarità nel gruppo di riferimento della campagna e parlano la loro stessa lingua".

La campagna pubblicitaria verrà lanciata in settembre e, vista la stagione invernale, la prima serie vedrà i due attori alle prese con la neve.