

Per entrare nell'atmosfera dell'Amsterdam Dance Event, Apollo Vredestein ha lanciato un nuovo brano musicale, "United We Are - Vredestein Remix", nato dalla collaborazione di DJ Hardwell, n. 1 al mondo, e la pilota automobilistica Carmen Jorda. La musica ha il potere di cambiare l'umore e la maggior parte degli automobilisti adora ascoltare la propria selezione di brani mentre è alla guida. "United We Are - Vredestein Remix" intende celebrare il momento in cui si guida ascoltando la propria musica preferita. Il brano incarna in modo esclusivo le prestazioni dei pneumatici Vredestein: la musica dance e il video si ispirano ai dati provenienti dai pneumatici Vredestein in azione.

#ROCKTHEROAD, la campagna online di maggiore portata nella storia di oltre 100 anni di Vredestein, punta ad aumentare la visibilità dell'azienda fra persone con età compresa tra 25 e 45 anni. "La campagna è stata ideata per sottolineare l'elevata qualità dei pneumatici Vredestein, che offrono prestazioni superiori e design ineguagliabile", ha dichiarato Marco Paracciani, Chief Marketing Officer, Apollo Tyres. "Riteniamo che la vena musicale della campagna e l'ampio uso dei social media ci consentiranno di stabilire una forte presenza del marchio nella fascia di età del gruppo di riferimento."

Prestazioni entusiasmanti



Amsterdam, The Netherlands - April 05, 2014; The Dam square is the very centre and heart of Amsterdam and has seen many historical dramas. The big attractions in Dam Square, Royal Palace. Although no longer home to the Dutch Royal family, this grand 17th century Royal Palace is still used to hold official receptions.

La campagna mediatica conta sulla collaborazione dell'olandese DJ Hardwell, nominato per ben due volte DJ numero 1 al mondo, e di Carmen Jorda, pilota automobilistica spagnola. L'ispirazione per la musica e per il video deriva dal brivido di unire insieme una guida dinamica e l'entusiasmante musica di DJ Hardwell.

"La musica è l'essenza di un'eccezionale esperienza di guida. La creazione di musica a partire dai dati dei pneumatici Vredestein è un'operazione pionieristica, che migliorerà ulteriormente l'interazione tra la guida e la musica", ha affermato Hardwell, tra le nuove generazioni di DJ olandesi ad aver conquistato il mondo delle discoteche negli ultimi anni. Con il 70% degli oltre 12,5 milioni di fan che seguono i due ambasciatori del marchio nella fascia di età del gruppo di riferimento, la star olandese e quella spagnola si inseriscono perfettamente nella strategia di Vredestein, che punta a raggiungere gli appassionati di

#ROCKTHEROAD! Vredestein lancia la sua più grande campagna online | 2

auto e di guida.