

Dopo l'importante investimento sulle reti Mediaset, Vredestein decide di rivolgersi ai canali più seguiti di Sky. Al centro della comunicazione uno spot emozionale dedicato a QUATRAC 3, il pneumatico sia estivo che invernale, uno dei punti di forza del brand olandese che con il suo profilo asimmetrico non direzionale garantisce sicurezza e comfort in qualsiasi condizione atmosferica.

Insieme all'ingresso nel Gruppo Apollo Vredestein aumenta l'ambizione di crescita nel mercato italiano dove il marchio si rivolge agli automobilisti più esigenti che ricercano la qualità, le prestazioni e l'assoluta bellezza dei pneumatici, molti dei quali disegnati dalla mano assolutamente unica di Giugiaro.

Con occhio sempre attento alle nuove forme di consumo, Vredestein concentra sempre più importanti investimenti pubblicitari su reti TV e Internet puntando così ad accrescere l'informazione sui propri pneumatici e a valorizzare il brand, in vista di un aumento dei volumi.

A supporto di questi obiettivi di crescita, il potenziamento dello stabilimento olandese di Enschede che aumenterà di circa il 40% la propria produzione passando da 5,4 milioni a 7,5 milioni di pneumatici prodotti nell'anno.

In primo luogo queste azioni intendono avvicinare il consumatore finale ai rivenditori specialisti CSV - Centro Sicurezza Vredestein, rafforzando l'immagine e la riconoscibilità del Network Ufficiale, così da raggiungere più velocemente l'obiettivo di crescita prefissato sul mercato italiano.

© riproduzione riservata  
pubblicato il 4 / 11 / 2013