

L'AFC Asian Cup Australia 2015 ha preso il via venerdì 9 gennaio a Melbourne, con Continental come partner esclusivo di pneumatici. In associazione con l'evento, il produttore di pneumatici sta lanciando una serie di campagne sotto l'insegna "Thrill of Technique", ovvero l'emozione della tecnica, per soffiare sul fuoco della passione per il calcio in tutta la regione dell'Asia-Pacifico, e in particolare in Cina.

"Il calcio, lo sport numero uno al mondo, la sua passione, la tecnica e lo spirito di squadra caratterizzano perfettamente il DNA del marchio Continental. Con una lunga storia di sponsorizzazione del calcio in tutto il mondo, Continental Tires dimostra l'impegno verso questo sport e comunicherà attraverso questa piattaforma continuamente" ha dichiarato Antonio Lopes de Seabra, Executive Vice President di Continental Business Unit Replacement APAC, Passenger and Light Truck Tires .

Conti-Footie App

Per coinvolgere in maniera divertente il pubblico durante l'evento, Continental Tires incoraggia i fan condividere la loro passione con gli amici sulle piattaforme social come facebook, twitter, line o wechat. Considerando l'apprezzamento dei fan del calcio per poster e cartoline così come il crescente trend dei selfie, Continental ha realizzato la App DIY footie, lanciandola in Cina, Corea e Giappone. L'app DIY footie consente all'utente di scattare un selfie e scegliere un template predefinito tra 80 modelli, temi e giocatori. Automaticamente viene generata l'immagine di una cartolina con il volto di chi l'ha scattata. Se l'utente posta la sua immagine in una piattaforma Social e ottiene più di dieci like dai suoi amici, la cartolina viene stampata e spedita al suo autore come souvenir.

Conti-Balloon

Mongolfiere in volo nelle cinque principali città che ospitano le partite in Australia, ossia Sidney, Melbourne, Canberra, Gold Coast e Brisbane. Grandi mongolfiere arancioni con il marchio ufficiale AFC e Continental volano nel cielo per festeggiare questo festival del calcio nella regione APAC. Oltre alla mongolfiera Conti-Football Balloon, ci sono anche i Conti-bus che effettuano servizio di navetta per le strade delle città in cui si disputano le partite. Altre attività si svolgono durante i match per alimentare la passione del calcio come ad esempio il "Conti-Challenge" nella fan zone, "Fan Of the Match" e "Player Escort".

12th Person

Dopo quattro anni di partnership con la squadra nazionale della Cina, Continental Tire vuole valorizzare l'Asian Cup 2015 abbinandola al brand premium di Continental e incrementando

la sua brand awareness. L'iniziativa "12th person" (12esima persona) è stata ideata per "cercare il 12esimo giocatore per la squadra della Cina", ed invita tutti gli appassionati a tifare per la loro squadra durante l'Asian Cup 2015. I supporter sono coinvolti principalmente attraverso piattaforme digitali, mentre il vincitore andrà in Australia a sostenere la Cina allo stadio.

"I fan di tutto il mondo si appassionano agli aspetti tecnici e alla precisione di gioco dei calciatori. Continental Tire rende sicure le prestazioni che riguardano la frenata, l'handling e la tenuta laterale curva grazie ad una tecnologia leader negli pneumatici. Quindi la tecnica è il perfetto link tra pneumatici e calcio", afferma Jing Wang-Winter, Marketing Director della Business Unit Replacement Asia Pacific, Passenger and Light Truck Tires di Continental.

© riproduzione riservata
pubblicato il 21 / 01 / 2015