

Il marchio coreano Nexen è partner ufficiale di Big Air Milano, una gara di acrobazie su sci e snowboard con un trampolino lungo 140 metri e alto 40. È la prima volta che si svolge in Italia questa spettacolare competizione di freestyle invernale, a cui Nexen ha colto l'occasione per legare la propria immagine, raggiungendo così, attraverso vari e innovativi canali, un target giovane, moderno e aperto al futuro.

La manifestazione si svolgerà a Milano, nell'area Expo, di fronte all'albero della vita, e vedrà gareggiare gli atleti nei giorni 10, 11 (finali sci) e 12 novembre (finali snowboard). Nexen sarà presente con un proprio stand, dove verranno distribuiti materiale promozionale e gadget.

Milano in realtà è 'solo' la prima tappa di una strategia d'immagine internazionale, che vede il brand Nexen al fianco delle più importanti competizioni invernali, che si svolgeranno da novembre 2016 a marzo 2017, per culminare nelle Olimpiadi Invernali di Pyeongchang (Corea del Sud) nel febbraio 2018. Obiettivo di questa strategia di comunicazione è costruire un'identità di brand, incrementandone la popolarità e supportando le vendite soprattutto dei pneumatici invernali. I mercati coinvolti e oggetto di questa importante azioni di marketing sono Asia, Europa e Nord America.

In qualità di sponsor ufficiale, Nexen Tire godrà di vari privilegi, tra cui l'utilizzo dei loghi delle competizioni, la partecipazione agli eventi, la presenza del marchio nelle pettorine, la realizzazione di video e il posizionamento di stand all'interno delle manifestazioni.



Oltre alla Big Air World Cup, che si svolgerà in quattro Paesi nella versione sci e in sei nella versione snowboard, Nexen sponsorizzerà anche cinque Campionati Mondiali FIS di Ski Jumping, in Germania, Svizzera e Polonia. A ciò si aggiungono 10 Coppe del Mondo e Campionati di pattinaggio veloce organizzati dalla International Skating Union in nove Paesi, tra cui Corea del Sud, Cina, Giappone, Canada e Germania. Per finire Nexen Tire sarà presente anche nelle gare di bob e skeleton, con la sponsorizzazione di sette Coppe del Mondo e il Campionato Mondiale, che decreteranno i migliori in questi sport a livello mondiale.

Una così ampia e completa campagna di sponsorizzazione degli sport invernali sicuramente offrirà a Nexen una grandissima visibilità, associando il marchio e in particolare i suoi pneumatici winter a una serie di concetti come grip, sportività, sicurezza e precisione. L'azienda coreana ha già programmato una serie di interventi e attività, tra cui spot televisivi, pubblicità nelle riviste, promozioni commerciali con l'offerta di biglietti per le

gare, programmi di ospitalità per i clienti e molto altro.

“Abbiamo intenzione di massimizzare gli effetti di questa iniziativa di marketing, sfruttando a pieno le sponsorizzazioni ufficiali nelle competizioni internazionali di sport invernali, con l’obiettivo di aumentare la popolarità del marchio e le vendite dei nostri prodotti invernali nel mercato globale”, ha dichiarato l’azienda. “Il nostro impegno è costruire un’identità di brand e dei valori, comunicando con i clienti attraverso nuovi contenuti”.



Primo appuntamento con Big Air a Milano, nell’area Expo, di fronte all’albero della vita, dove gareggeranno gli atleti nei giorni 10, 11 (finali sci) e 12 novembre (finali snowboard)

© riproduzione riservata

pubblicato il 8 / 11 / 2016