

Driver è in questi giorni protagonista di una campagna televisiva, web e social senza precedenti. Nelle prossime due settimane, infatti, su tutte le emittenti nazionali delle reti Mediaset, Sky e del digitale terrestre sarà trasmesso lo spot Driver girato a Cinecittà nel gennaio scorso, al termine della Convention annuale.

I passaggi televisivi della pubblicità realizzata da Driver saranno migliaia, concentrati principalmente nella fascia oraria del prime time (dalle 19:30 alle 23:00) che si distingue per la percentuale di share più alta.

Grande visibilità ai rivenditori specializzati Pirelli sarà data anche nel corso dei principali eventi sportivi delle prossime settimane: alcuni passaggi tv dello spot Driver saranno mandati in onda, tra gli altri, al termine del primo tempo della partita di UEFA Champions League tra Roma e Chelsea il 31 ottobre, e durante il podio delle gare di WorldSBK in Qatar trasmesse da Italia Uno il 4 e 5 novembre prossimi.

Alla campagna televisiva si affianca quella sul web, con la presenza visual sui siti di informazione più visitati e consultati in Italia e con un significativo investimento sui motori di ricerca.

Nelle prossime settimane, la presenza di Driver sarà garantita anche dalla consistente campagna social che coinvolge anche alcuni dei suoi principali partner, tra i quali la Federazione Italiana Sport Invernali (FISI) e FC Internazionale Milano (Inter).