

Nexen Tire sta investendo sull'immagine del suo marchio in Europa, con l'obiettivo di raggiungere nuovi gruppi target e fidelizzare quelli esistenti. A tal fine, il produttore coreano ha avviato collaborazioni con artisti internazionali per un'ampia gamma di espressioni artistiche, che i consumatori finali possono sperimentare *"da vicino"*.

L'anno scorso, [Nexen Tire ha già collaborato con l'artista haitiano-americano Kervin Brisseaux](#), un illustratore di fama internazionale, le cui influenze provengono dalla moda, dalla musica e dalle sfaccettature della cultura pop.

Anche l'agenzia creativa Saint Elmo's, che è una delle prime 20 agenzie gestite direttamente dai proprietari in Germania, ha fatto parte di questa collaborazione artistica. I creativi hanno contribuito con la loro competenza a un disegno in stile leopardo, i cui motivi caratterizzano il pneumatico e il marchio.





Brisseaux e Saint Elmo's hanno creato una campagna focalizzata sul brand Nexen Tire, con lo slogan *"We got you"*, che riassume i tre pilastri aziendali: Trendy, Innovative e Caring. La campagna è stata lanciata in tutta Europa la scorsa estate. I creativi hanno progettato due motivi artistici pubblicitari in stile disegno, combinando illustrazioni con pneumatici veri, per riflettere l'attuale tendenza in cui l'immaginazione incontra la realtà. Questi motivi presentano leopardi abbinati ai messaggi del marchio *"Future Rider, Ready for All"* e *"GRRRIP"*. Attraverso questa creazione, Brisseaux e Saint Elmo hanno trasmesso l'identità dell'innovativo marchio di pneumatici Nexen Tire, concentrandosi specificamente sulle gomme invernali. I concetti di "potenza sfrenata" e "forza" sono incarnati in questi due motivi artistici pubblicitari.

Per Nexen Tire, la campagna pubblicitaria è stata un *"successo completo"*: un concorso per un Meet&Greet con Kervin Brisseaux, organizzato contemporaneamente alla campagna, ha avuto una risposta vivace. Il produttore di pneumatici ha invitato i vincitori Marc Denny Jaspert (28) e la sua compagna Sophie Berger (24) a un lungo weekend a New York City, all'inizio di agosto di quest'anno. Lì hanno incontrato Brisseaux e il team B&A, l'agenzia che lo rappresenta, presso l'ufficio di New York per uno scambio di idee (v. foto).

"Con le future collaborazioni artistiche, vogliamo offrire esperienze più ravvicinate", afferma **Peter Gulow**, Vice President of Europe Central & East, che continua dicendo: *"Questo porterà Nexen Tire a un nuovo livello: il nostro marchio sarà percepito come alla moda e di alta qualità nella mente dei consumatori. Siamo coraggiosi nell'essere diversi e mostrare il nostro ruolo pionieristico nel settore dei pneumatici"*.

© riproduzione riservata pubblicato il 26 / 08 / 2024