

La nota rivista automobilistica tedesca Auto Bild ha indetto per la quinta volta il premio che segnala il migliore spot commerciale dell'industria dell'auto. Il filmato televisivo di Kumho, dal titolo “Imagine you are a tire”, che è stato diffuso nelle stazioni televisive tedesche durante la primavera di quest'anno, ha vinto il terzo posto nella categoria “Automotive”. Il secondo premio è stato assegnato a Michelin per lo spot del Primacy 3 e l'oro è andato alla polizza assicurativa Allianz. Il premio è stato consegnato a Till Schulz, advertising manager di Kumho Tyres, in occasione del Salone dell'auto di Parigi.

Il concorso di Auto Bild ha coinvolto, oltre ai classici spot commerciali televisivi, anche i video per iPad e quelli virali del web, lasciando ai lettori, oltre 5 milioni di persone, la possibilità di votare e scegliere il vincitore, parallelamente ad una giuria specializzata, con esperti di creatività provenienti da agenzie.

Lo spot di Kumho ha scelto l'idea originale di spostare il punto di vista della telecamera all'interno del pneumatico, per far comprendere al telespettatore quali e quanti sfide le gomme devono affrontare ogni giorno. Sfide che tutelano la sicurezza degli automobilisti e dei passanti, bambini che giocano a palla compresi. “Così sono le gomme: affidabilità dentro, Kumho fuori”, termina lo spot.

La regia del filmato è di Ben Gabel, la produzione di Gerisch & Krack e l'agenzia creativa è la Hoffmann Schalt.