

Dal 1° ottobre al 30 novembre 2018 prosegue l'evento di comunicazione ad alto impatto visivo di Hankook, a supporto del sell out invernale: la Domination di tre aree di servizio ubicate su tratte autostradali in concessione ad Autostrade per l'Italia, tra le principali a livello nazionale per i flussi di veicoli giornalieri - Brianza nord ad Agrate, sull'autostrada A4 Milano Venezia, La Pioppa ovest a Bologna e la Macchia Ovest ad Anagni.

Grazie alla collaborazione di Ad Moving, concessionaria esclusiva dei mezzi pubblicitari di Autostrade per l'Italia Spa, di Autogrill e My Chef, operatori della ristorazione autostradale a livello nazionale, il marchio Hankook diventa protagonista del contesto, all'esterno e all'interno delle tre aree di servizio, con formati tradizionali e innovativi per 792 mq complessivi di esposizione, supportati dal circuito Infomoving composto da 190 schermi.

La creatività sarà incentrata sulla nuova campagna invernale *"Tu e l'inverno una cosa sola"* che promuove il pneumatico invernale Ultra High Performance di altissima qualità, Winter i\*cept evo<sup>2</sup>, e ricorda l'importanza del cambio gomme nel periodo invernale. Il pneumatico invernale Winter i\*cept evo<sup>2</sup> è stato sviluppato per garantire una maggiore sicurezza con prestazioni elevate costanti e un comfort superiore nelle condizioni atmosferiche sempre più mutevoli della stagione fredda. Inoltre, il Winter i\*cept evo<sup>2</sup> è disponibile anche in una versione per SUV, adattata a soddisfare i requisiti speciali della diffusa categoria degli Sport Utility Vehicle con la sua carcassa a doppio strato. La Domination è un progetto di grande visibilità che contribuisce all'incremento della brand awareness del produttore premium di pneumatici Hankook ed, insieme alla campagna web e al concorso *"From winter to Miami"*, è stata pensata e realizzata per supportare il sell out invernale 2018.



