

Prima del fine settimana del Super Bowl, Bridgestone Americas ha annunciato l'estensione del suo accordo di sponsorizzazione della National Football League per altri cinque anni. Il nuovo accordo allunga il rapporto tra il produttore di pneumatici e il campionato di football, che dura già da 8 anni.

“Amiamo l’NFL. Inoltre, per noi è di vitale importanza connetterci con i fan e gli automobilisti che cercano le prestazioni, l’innovazione e la durata. Per questo motivo Bridgestone ha scelto di sponsorizzare ancora la National Football League”, ha affermato Philip Dobbs, chief marketing officer di Bridgestone Americas Tire Operations. “L’NFL fornisce una piattaforma ideale per contattare milioni di donne e uomini di tutte le età, offrendo la possibilità di far conoscere i nostri prodotti e servizi.”

“Siamo lieti di lavorare con Bridgestone per raggiungere i fan in modi autentici e innovativi”, ha detto Renie Anderson, vice-presidente della gestione delle partnership e delle sponsorizzazioni della NFL. “Bridgestone offre esperienze uniche ai fan di tutto il paese. Siamo molto orgogliosi del rapporto creato finora e emozionati per il futuro.”