

Hankook si ricandida come partner del calcio europeo. Nella stagione 2011/2012, che si accinge ad iniziare, l'azienda sarà presente ancora una volta nella Bundesliga tedesca, nella Premier League inglese, nella Ligue 1 francese, nella Serie A italiana, nella Primera Division spagnola e nella Premjer-Liga russa. In particolare le cinque squadre che nverranno sponsorizzate da Hankook nella prossima Champions League sono: Borussia Dortmund (campione di Germania in carica), Bayer Leverkusen (secondo classificato in Germania), Olympique Lione (sette volte campione di Francia), CSKA Mosca (vincitore della Coppa di Russia) e AC Milan (sette volte vincitore della Champions League). Oltre a ciò il produttore coreano è diventato quest'anno sponsor di IFK Göteborg, GAIS Göteborg e Djurgarden IF nel campionato svedese.

"Negli ultimi anni, Hankook ha vissuto una crescita costante e sostenibile, soprattutto nei mercati europei. Questo ha portato non solo a una crescita delle nostre capacità produttive e all'ampliamento e aggiornamento dei nostri stabilimenti, ma anche ad una significativa intensificazione delle attività di marketing, soprattutto in quelli che consideriamo i nostri mercati chiave in Europa", ha spiegato Jin-Wook Choi, vice presidente esecutivo di Hankook Tire e COO di Hankook Tire Europe.

Le attività di pubblicità e sponsorizzazione calcistica in Europa assicurano infatti ad Hankook la visibilità in un ambiente sportivo di primo piano, che - dice l'azienda - "rispecchia perfettamente la dinamicità e l'emotività del marchio giovane e sportivo".

Nella prossima stagione, l'azienda farà la sua prima importante apparizione nello stadio di Berlino, il più grande stadio tedesco, esponendo il proprio marchio sul perimetro del campo e sui display. Lo stadio della Bundesliga è in grado di ospitare 75.000 spettatori.

In qualità di partner privilegiato della squadra vincitrice tedesca BVB e della squadra campione della Coppa di Russia CSKA Mosca, Hankook sarà fortemente presente negli stadi di questi paesi anche con spot pubblicitari, conferenze stampa, interviste e promozioni riservate ai tifosi nei siti web delle diverse squadre. Inoltre, i principali clienti e partner dell'azienda potranno godere di esclusivi inviti presso le aree VIP e i lounge degli stadi del Borussia Dortmund in Germania, dell'AC Milan, SS Lazio Roma e US Palermo in Italia, del Valencia FC in Spagna e del CSKA Mosca in Russia.

"Il nostro impegno calcistico rappresenta una parte importante della comunicazione di marketing, soprattutto tenendo conto della vibrante emotività di questo sport, particolarmente adatta a rispecchiare la nostra filosofia aziendale, nota come "Driving Emotion". Il calcio è uno degli sport più popolari in Europa ed è perfettamente adatto a raggiungere in maniera efficace i nostri target e aumentare la conoscenza del nostro

marchio. In questo modo puntiamo a supportare i nostri partner di distribuzione", ha dichiarato Hee-Se Ahn, vice presidente Marketing & Vendite di Hankook Tire Europe. "Siamo estremamente felici di avere la possibilità di proporci come partner di squadre vincenti come il Borussia Dortmund in Germania, il KA Mosca vincitrice della Coppa di Russia e tante altre grandi squadre europee, che, oltre a convincere grazie alle loro ottime prestazioni, sono anche in grado di conquistare i cuori di tutto il mondo, essendo i rappresentanti più popolari di questo sport. Sono loro a fare del calcio un perfetto ambasciatore per il nostro marchio: per questo auguriamo ad ognuna di loro le migliori fortune nella stagione che sta per iniziare".

© riproduzione riservata
pubblicato il 5 / 08 / 2011