

La prima parte dell'anno ha visto il lancio dell'ultima campagna pubblicitaria televisiva globale di Hankook, denominata "Be One with It". La seconda fase della campagna, lanciata a maggio 2011, andrà in onda tra settembre e ottobre in molti paesi europei: Italia, Francia, Germania, Ungheria, Spagna, Russia e Regno Unito.

La campagna Hankook "Be One with It" fa parte della strategia aziendale di promozione del marchio, che punta a diventare uno dei principali brand di riferimento per pneumatici di alta qualità. La campagna sottolinea la sensazione unica del guidatore di essere "una cosa sola" con la strada e con il pneumatico. Il tema è presentato ricorrendo agli sport estremi, come ad esempio il base jumping, per trasmettere il messaggio che la fiducia nel proprio equipaggiamento consente di ottenere le migliori prestazioni e vivere un'esperienza di guida mai provata. Lo spot, girato in Nuova Zelanda, è stato diretto da Jeffrey Darling, un regista pluripremiato, che ha firmato diverse campagne pubblicitarie per marchi come BMW e Jaguar.

Jin-Wook Choi, vice presidente esecutivo di Hankook Tire e COO per l'Europa, ha dichiarato: "Siamo elettrizzati dalla risposta e dalle reazioni ricevute fino ad ora dalla campagna. Mi fa enormemente piacere osservare lo sviluppo e il rafforzamento di Hankook come marchio di punta sul mercato, in grado di offrire pneumatici di alta qualità".

Il successo della campagna Hankook "Be One with It" trova un'ulteriore eco nella candidatura per il Tyres & Fast-Fit Awards (TAFF) 2011, offerto dalla National Tyre Distributors Association (NTDA). Hankook è stata infatti inclusa in due categorie nel Regno Unito per il secondo anno consecutivo: la "Industry Advertising Campaign Award" e la prestigiosa "Tyre Manufacturer of the Year"; inoltre, è stata candidata al premio di Auto Bild "AUTOSPOT 2011" in Germania.

La campagna sarà trasmessa da principali canali televisivi in Europa.

© riproduzione riservata
pubblicato il 13 / 09 / 2011