

Un'edizione sicuramente da ricordare quella del SIMA 2013 appena conclusa a fine febbraio a Parigi. Non solo per gli organizzatori di questa storica manifestazione dedicata a produttori e operatori del settore agricolo - che quest'anno ha richiamato ben oltre 248mila visitatori - ma anche per BKT, protagonista e punto di riferimento per gli ospiti e visitatori, che ha potuto contare su un'altissima e costante affluenza di pubblico al proprio stand.

Interesse concreto e di alto profilo ai prodotti in esposizione hanno confermato il ruolo di big player dell'azienda nel mercato dei pneumatici agricoli. Ad animare i saloni di Parigi hanno contribuito anche gli oltre 14 mila palloni da calcio distribuiti gratuitamente da BKT durante i quattro giorni di fiera a bambini, ragazzi e anche adulti.

Non è certo passato inosservato anche il presidio degli spazi pubblicitari outdoor e indoor della struttura con il nuovissimo visual e claim WOW, indice di vitalità e forza del brand, presentato proprio in occasione di questo prestigioso appuntamento internazionale, e che caratterizzerà la comunicazione BKT nei prossimi mesi.

Lucia Salmaso, Amministratore Delegato di BKT Europe, si è dimostrata estremamente soddisfatta del risultato ottenuto: "Questa edizione del SIMA è per noi la migliore di sempre. Affluenza costante, pubblico di qualità, clienti attenti e presenti al nostro stand per condividere con spirito propositivo il futuro. Una tappa strategica di questo percorso di crescita che ci pone ai vertici del mercato e in netta controtendenza all'attuale congiuntura economica globale. E sicuramente anche la massiccia presenza del nostro nuovo visual WOW ha contribuito alla positiva percezione del valore e della forza del nostro marchio."

Anche per il Presidente e AD di BKT, Arvind Poddar, la manifestazione è stata la piattaforma ideale dove affermare il brand e confermare i piani d'investimento e crescita. "Questi appuntamenti sono fondamentali perché non solo ci consentono di dialogare con un pubblico internazionale e di raccogliere feedback e spunti per la crescita e il miglioramento, ma sono anche ottime occasioni per rafforzare il nostro posizionamento e comunicare i valori che sono alla base della nostra vision e che ci guidano nel lavoro di ogni giorno."



Lucia Salmaso, Amministratore Delegato di BKT Europe, ha presentato a Sima 2013 il nuovo visual WOW, "che ha contribuito alla positiva percezione del valore e della forza del nostro marchio"

© riproduzione riservata
pubblicato il 26 / 03 / 2013

