

Il visual "WOW", soggetto della nuova campagna di comunicazione che per il prossimo futuro rappresenterà l'immagine corporate di BKT, veste i mezzi di trasporto messi a disposizione dei visitatori del Bauma 2013. BKT, presente ormai in 130 Paesi nel mondo, non passerà inosservata anche su questo importante palcoscenico internazionale grazie alla visibilità offerta dai riscii che circoleranno nell'area outdoor della fiera. I tratti distintivi della nuova campagna di advertising, già sotto i riflettori allo scorso Sima di Parigi, compariranno infatti su ognuno dei venti riscii messi a disposizione dei visitatori del Bauma per muoversi gratuitamente all'interno dell'area open-air della struttura fieristica.

A caratterizzare i veicoli, l'originale claim "WOW" dove la lettera O, rappresentata graficamente da un pneumatico BKT, fa da cornice all'esclamazione di stupore "WOW", espressione internazionale d'immediata comprensione con cui si vuole sottolineare lo stupore dei clienti soddisfatti quando toccano con mano la sorprendente qualità dei prodotti e l'ottimo rapporto qualità-prezzo che li contraddistingue.

Il soggetto è stato declinato per il settore OTR nel colore terra bruciata per richiamare le tonalità calde del terreno e della terra battuta.

Questa originale sponsorizzazione consentirà certamente a BKT di sottolineare la propria presenza a questo prestigioso appuntamento nel settore delle costruzioni, dove porterà gli attesi ampliamenti della propria gamma di pneumatici Off-Highway dedicati al settore OTR.

© riproduzione riservata
pubblicato il 12 / 04 / 2013