

Col rinnovo della gamma UHP e winter, Uniroyal ritorna a far sentire la propria voce sui principali canali di comunicazione. Lo scopo della nuova campagna istituzionale è quello di rilanciare il secondo marchio forte del Gruppo Continental, l'unico brand del settore che vive di una caratterizzazione propria, e di creare supporto per gli oltre 600 affiliati alla rete in franchising Pneus Expert, esclusivista del marchio Uniroyal sul territorio nazionale. Uniroyal è infatti il solo marchio nell'universo dei pneumatici che ha una propria definita collocazione di prodotto: è " il pneumatico pioggia" per eccellenza. Nessuna altra marca di coperture, sia all'interno che soprattutto all'esterno del Gruppo, può vantare una individualizzazione così ben definita ed una collocazione di prodotto così precisa, avallata negli anni sia dai risultati tecnici che dal consenso degli addetti ai lavori e dei consumatori finali.

Testimonial della campagna Uniroyal, che andrà in diffusione a partire dalla seconda settimana di Ottobre, sarà sempre il simpatico Orango, che tanto seguito continua a mietere dalle iniziali e coraggiose apparizioni di metà anni '90, entrato ormai a forza nell'immaginario comune come "la scimmia di Uniroyal".

La campagna 2013, studiata anche per dare supporto e visibilità alla rete Pneus Expert, sarà diffuso livello nazionale sulle emittenti regionali e si articolerà su due direttive:

- la prima, uno spot TV da 10 secondi, propone sostanzialmente il billboard con l'Orango a fare da testimonial al brand, riparato dalla pioggia sotto l'ombrellino rosso insieme all'ultimo nato di casa Uniroyal, il Rain Sport 3. L'immagine finale rimanda al sito internet della rete Pneus Expert, che il telespettatore potrà consultare per individuare il rivenditore più vicino alla sua zona geografica. Lo spot verrà trasmesso dalle principali emittenti regionali a partire dal 6 Ottobre fino al 16 Novembre.
- La seconda è invece una story più articolata, e presenta una giovane automobilista dal piglio sportivo ed anticonformista che si rivolge al gommista Pneus Expert per un controllo professionale delle coperture del proprio Maggiolino (ovviamente rosso, come i colori Uniroyal). Simpatia ed expertise fanno da substrato alla conversazione tra i due, ed alla fine la ragazza è soddisfatta della scelta ed è pronta per affrontare il viaggio in tutta sicurezza, bagnata o asciutta che sia la strada. Il filmato, della durata di 60 secondi, passerà all'interno di una telepromozione mirata di Uniroyal nel programma televisivo di calcio Diretta Stadio, in onda a copertura nazionale su 7 Gold.

La campagna, nel suo complesso, prevede una stima di redemption di oltre 20 milioni di contatti.



© riproduzione riservata
pubblicato il 7 / 10 / 2013