

Partendo da Bari il 15 marzo e chiudendo a Milano il 25 maggio, Il RoadShow di Uniroyal attraverserà in 10 tappe tutta Italia. La scelta di partire da sud è stata fatta per privilegiare le condizioni meteo che accompagneranno il tour dell'orango e delle ombrelline rosse nelle principali piazze e vie commerciali d'Italia. Per ogni tappa sono previsti due o tre giorni di permanenza nel fine settimana, con l'obiettivo di coinvolgere le persone, farsi un "selfie" con l'orango e le ombrelline di Uniroyal e pubblicare gli scatti su Instagram. I più votati di ogni tappa vinceranno un fantastico premio. Inoltre tutti i partecipanti potranno ricevere gadget e informazioni dettagliate sulla promozione "Piovono premi!", che prende il via il 31 marzo ed è attiva presso tutti i punti vendita della rete Pneu Expert.  L'iniziativa legata all'acquisto del nuovo pneumatico sportivo Uniroyal RainSport3, l'asimmetrico di terza generazione, mette a disposizione della clientela gli oltre 650 rivenditori in tutta Italia, professionisti pronti a controllare i pneumatici ed a consigliare nel miglior modo il consumatore secondo le esigenze personali

Insomma un'iniziativa divertente e moderna che sfrutta la viralità del web e dei social per dare visibilità al marchio Uniroyal e ai suoi simboli storici. Il tutto all'insegna della creazione di una community, con un'attività fortemente coinvolgente e un grande impatto sulla rete dei rivenditori Pneu Expert, canale di vendita esclusivo per il brand Uniroyal.

“In genere i Road Show trattano temi più istituzionali”, spiega Carlotta Capurro, responsabile marketing di Continental Italia. “Noi usciamo un po' da questa logica. Uniroyal è infatti un brand che può permettersi di raccontare delle storie in maniera diversa, grazie anche al testimonial d'eccezione che ci accompagna da anni: l'orango.”



Carlotta Capurro, responsabile marketing di Continental Italia

Continental decide quindi di puntare sulla storicità dell'immagine del marchio Uniroyal, sfruttando però i mass media più moderni e una forma di comunicazione estremamente attuale. Un'iniziativa che rientra nell'intenso programma di rilancio del marchio, che comprende una gamma di prodotti innovativi e la promozione del network Pneu Expert.

I risultati non potranno che essere positivi, visto che, come ci spiega Capurro, Uniroyal, come marchio, gode già di una popolarità spontanea altissima, anche senza che l'azienda abbia investito molto in comunicazione negli ultimi 20 anni.

- [Il calendario del RoadShow di Uniroyal](#)

- Bari 15-16 marzo
- Cosenza 22-23 marzo
- Palermo 29-30 marzo
- Napoli 5-6 aprile
- Roma 11-13 aprile
- Firenze 26-27 aprile
- Bologna 3-4 maggio
- Verona 10-11 maggio
- Torino 17-18 maggio
- Milano 23-25 maggio

© riproduzione riservata
pubblicato il 14 / 03 / 2014