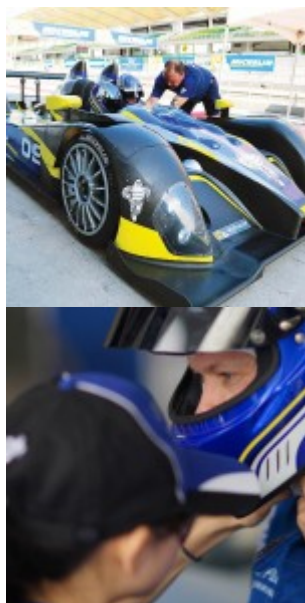


Michelin si sta dimostrando sempre più interessata al web e ai social network, a livello globale. Dopo aver rinnovato il sito americano truck, aver creato la più grande caccia al tesoro per festeggiare i 125 anni dell'azienda, aperto Michelinclassic per le auto storiche e un altro sito dedicato alle recensioni dei suoi pneumatici, ci sono altre novità che coinvolgono il gruppo francese sul web.

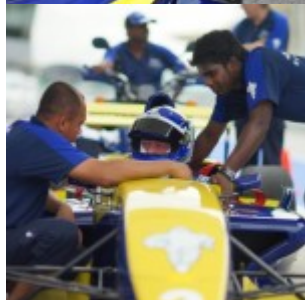
La prima è Energise the Road, un concorso che vede 5 camionisti spostarsi per 4 mesi attraverso l'Europa con i loro camion, equipaggiati con pneumatici Michelin X Line Energy. I camionisti si sono candidati autonomamente e ora condividono le loro esperienze attraverso diversi social network, per essere votati e supportati dal pubblico, come singoli e team.

Il secondo concorso si è concluso in Malesia, sul circuito di Sepang. 25 ragazzi provenienti da 6 paesi (Thailandia, Australia, Filippine, Malesia, Singapore e Indonesia) hanno avuto la possibilità di provare ad essere piloti per un giorno. Tra centinaia di ragazzi che hanno partecipato al concorso, sono stati scelti e hanno potuto provare diverse auto, sia su pista che sterrato, assistiti da tecnici Michelin.

La Michelin Pilot Sport Experience, così è chiamata quest'iniziativa, si è svolta anche in Italia: in questo caso, l'evento chiave è il Pilot Sport Challenge, una gara di regolarità organizzata e monitorata da Michelin, riservata ai piloti con pneumatici Michelin Pilot Sport.



ENERGIS
THE ROAD
MICHELIN X LINE Energy



© riproduzione riservata
pubblicato il 3 / 10 / 2014