La partnership di Apollo Vredestein con le più importanti firme internazionali specializzate nell'allestimento di autovetture culminerà all'edizione 2015 dell'IAA che aprirà i propri padiglioni al pubblico dal 19 al 27 settembre prossimi. Uno stand condiviso con Mansory farà infatti da sfondo alla presentazione delle nuove ed esclusive vetture allestite dall'azienda tedesca tutte equipaggiate con pneumatici Vredestein. Inoltre, il salone dell'automobile di Francoforte sarà il punto di partenza della più grande campagna online della storia Vredestein: #ROCKTHEROAD.

Fondata nel 1989, Mansory basa il proprio core business sulla creazione di allestimenti per marchi di lusso come Rolls-Royce, Bentley e Aston Martin. Mettendo al centro del proprio lavoro la cura artigianale dei dettagli e una tecnologia sofisticata, l'azienda si è resa negli anni protagonista di una crescita fortissima. Il team,composto da oltre 200 dipendenti, soddisfa le esigenze e i desideri della propria clientela,unica ed esclusiva. Per sfruttare al massimo le proprie potenzialità dinamiche oltreché estetiche, le vetture Mansory montano pneumatici Vredestein capaci di garantire sempre le massime prestazioni e il loro forte appeal.

Lancio della nuova campagna media: #ROCKTHEROAD con Vredestein

L'8 settembre, l'isola di Ibiza è stata il palcoscenico per il lancio della nuova campagna #ROCKTHEROAD. Vredestein, infatti, ha annunciato la sua collaborazione con DJ Hardwell, eletto due volte miglior DJ al mondo, e con Carmen Jordá, pilota automobilistica spagnola.

Insieme uniranno l'emozione della guida dinamica offerta dai pneumatici Vredestein al ritmo incalzante creato da DJ Hardwell per realizzare un brano unico ispirato alle abilità della Jordà.

#ROCKTHEROAD, la più grande campagna online nella storia del marchio Vredestein, raggiungerà il pubblico all'inizio della stagione invernale. Il "focus" sulla musica, unito a un ampio uso dei social media, segna un nuovo inizio per Vredestein in termini di "marketing strategy". "Questa campagna, infatti, introduce un nuovo posizionamento del marchio Vredestein", spiega Marco Paracciani, Chief Marketing Officer, Apollo Tyres Ltd. "che si concentrerà su un pubblico più giovane che ama le vetture e l'emozione che nasce dalla guida".

© riproduzione riservata

pubblicato il 17 / 09 / 2015