

La campagna di comunicazione Nokian Tyres si propone di far conoscere le condizioni atmosferiche estreme che ci sono in Finlandia e che hanno portato il produttore finlandese ad inventare il primo pneumatico invernale al mondo 80 anni fa. In oltre 14 importanti centri sciistici in quattro paesi europei - Austria, Svizzera, Germania e Italia - saranno utilizzati più di 2.200 spazi OOH. Il concept della campagna sarà potenziato da numerose attività in resort selezionati come, per esempio, il salto in una piscina ghiacciata organizzato dal 27 gennaio nel resort austriaco di Kühtai; i partecipanti potranno vincere premi invitanti come l’abbigliamento termico del marchio finlandese OneWay. Nel resort, il branding di Nokian Tyres sarà completato anche da statue di ghiaccio, tra cui quella di un orso, che insieme al campione di F1 Mika Häkkinen, brand ambassador di Nokian Tyres, sarà protagonista del nuovo spot tv europeo.

Da dicembre, sul profilo europeo Instagram di Nokian Tyres, ci sarà anche una divertente competition (@nokiantyreseurope, <https://www.instagram.com/nokiantyreseurope>) che invita i partecipanti a mettersi alla prova per vedere se sono “resistenti” come i finlandesi. Tutto quello che bisogna fare è “schiacciare” la propria faccia nella neve, scattarsi una foto e condividerla su Instagram utilizzando l’hashtag #shapedbynorth. Il premio principale sarà un viaggio di tre giorni oltre il Circolo Polare Artico presso “White Hell”, il testing centre di Nokian Tyres. Il concorso prevede tre premi principali che saranno annunciati ogni mese, mentre altri premi includeranno dei voucher per abbigliamento invernale. Alla competizione potranno partecipare persone provenienti dai paesi europei selezionati.

Per saperne di più: <https://www.nokiantyres.it/shapedbynorth>

© riproduzione riservata  
pubblicato il 16 / 12 / 2016