Goodyear rinnova l'accordo di partnership con Juventus per il prossimo triennio. Alla firma del contratto erano presenti il presidente e amministratore delegato di Goodyear Dunlop Tires Italia S.p.A. Luca Crepaccioli e l'amministratore delegato della Juventus Football Club S.p.A. Giuseppe Marotta. Il rinnovo della partnership è un passo significativo per Goodyear e Juventus, realtà che giocano su un terreno comune. Entrambe hanno infatti grande tradizione, fondate a fine '800 (1897 Juventus, 1898 Goodyear), entrambe condividono il senso e il patrimonio di una storia centenaria che le ha portate ad essere leader nei rispettivi campi. Con questo accordo Goodyear consolida la notorietà grazie all'opportunità di entrare in contatto con gli oltre 12 milioni di tifosi bianconeri, mentre Juventus ha l'opportunità di annoverare tra i suoi partner un marchio, in un settore, quello dei pneumatici, così importante per le attività automotive del Gruppo FCA.

In considerazione dell'importanza sempre crescente della comunicazione online, il nuovo accordo prevede una maggiore collaborazione fra le piattaforme digital e social della due società. Juventus è da sempre leader in questo campo: quasi 14 milioni di fan su Facebook, più di 1,3 milioni di follower su Twitter, quasi 300.000 iscritti a Juventus Channel su YouTube, solo per citare qualche dato, fanno della Juventus la squadra numero 1 nel panorama calcistico italiano e non solo. Questo è il motivo che ha spinto Goodyear a produrre, solo per fare un esempio, dei video virali che vedranno protagonisti/testimonial proprio i giocatori della Juventus visti in situazioni e circostanze particolari e insolite. I video saranno poi diffusi sulle rispettive piattaforme digitali di Goodyear e Juventus. La visibilità Goodyear verrà garantita anche attraverso iniziative più classiche, già utilizzate in passato (spot sui LED di bordo campo, Logo Goodyear sui backdrop presenti in occasione di interviste e conferenze stampa) e iniziative volte a coinvolgere direttamente gli utenti/tifosi (promozioni con in palio tour esclusivi allo Juventus Stadium, samplig sugli spalti ecc.).

Il Presidente e Amministratore Delegato di Goodyear Dunlop Crepaccioli ha dichiarato: «La partnership con Juventus costituisce un importante tassello della nostra strategia di comunicazione e concorre a dare al nostro brand ulteriore visibilità e prestigio. La sponsorizzazione di una squadra di calcio di così alto livello ci permette di rafforzare il dialogo con tutti gli automobilisti, offrendo anche nuove opportunità di intrattenimento ai nostri clienti. Grazie a questa partnership abbiamo rafforzato inoltre il già stretto legame con il Gruppo FCA, di cui Goodyear è già fornitore in primo equipaggiamento di diversi modelli, con pneumatici che consentono risparmio di carburante.»

L'Amministratore Delegato e Direttore Generale Area Sport della Juventus, Giuseppe Marotta, ha commentato: "Il rinnovo della partnership con Goodyear rappresenta per Juventus la continuità di un rapporto tra due grandi realtà protagoniste nel proprio settore, che nelle ultime tre stagioni ha dato eccellenti risultati. Siamo certi che anche nelle prossime stagioni la nostra partnership sarà altrettanto ricca di reciproche soddisfazioni".