

Questa stagione, Hankook può nuovamente vantare il successo del proprio impegno come sponsor ufficiale della UEFA Europa League. I tifosi di calcio di tutta Europa hanno avuto la possibilità di vincere online biglietti VIP per le fasi a gironi e a eliminazione, oltre che per la Finale di Baku, attraverso la "Ticket Arena" e i numerosi canali Facebook europei del produttore di pneumatici. Hankook ha consegnato più di 400 biglietti VIP in questa stagione, 20 biglietti per la prossima stagione 2019/20 e molti altri premi in tutte le 15 giornate di gioco.

Sui social media c'è stato un vero fermento con l'avvicinarsi della finale del 29 maggio. Hankook ha ricreato per i propri tifosi un viaggio virtuale a Baku con la campagna "10 tappe per Baku". Le cartoline provenienti da dieci rinomate città europee, tra cui Francoforte sul Meno, Monaco di Baviera, Maribor, Zagabria, Belgrado, Sofia, Istanbul, Trabzon e Tblisi, hanno indicato il percorso verso la finale di Baku e sono state accompagnate da interessanti opportunità di vincita. Attraverso Hankook Ticket Arena (<https://hankook.win/it/>), i partecipanti erano in grado di assicurarsi un posto alla prestigiosa "Finale dei tifosi" che si è svolta il giorno dopo la finale di Baku. Lì, i vincitori sono stati allenati dall'ex giocatore professionale Deco e dal famoso YouTuber Behzinga. Hanno quindi giocato la loro partita allo Stadio Olimpico di Baku.





“La duratura collaborazione con la UEFA Europa League ci offre una piattaforma unica a livello europeo e rappresenta un’opportunità ideale per rafforzare la notorietà del marchio in tutta Europa. Per questo motivo siamo lieti che così tanti tifosi abbiano accettato le offerte e le promozioni presenti sulla nostra piattaforma Hankook europea. Questo conferma in definitiva il nostro impegno di lunga data come partner ai massimi livelli del calcio europeo”, ha affermato **Han-Jun Kim**, Presidente di Hankook Tire Europe.

Hankook è impegnata con successo nella UEFA Europa League in qualità di sponsor principale dalla stagione 2012/2013, e può quindi vantare la collaborazione più duratura di ogni altro sponsor. Con 64 squadre e 205 incontri, la UEFA Europa League è di gran lunga la più grande competizione organizzata dalla UEFA e una delle più grandi del suo genere a livello mondiale. La finale viene seguita da più 60 milioni di telespettatori. Dal 2016, Hankook organizza anche il “Programma Centre Circle Carrier” per gli incontri della UEFA Europa League. Il programma consente ai giovani tra i 14 e i 20 anni di entrare in azione e portare lo striscione circolare centrale all’interno dello stadio prima dell’inizio del match. Hankook desidera porre l’attenzione sulla sicurezza stradale dando la priorità nel portare il cerchio centrale ai giovani che, ad esempio, hanno perso i genitori in un incidente stradale. UEFA Europa League.

