

L'evento di lancio Bridgestone "Ultimate Experience" ha vinto il primo premio nella categoria "Media Idea of the Year: brand experience/event". Il premio è stato ritirato dai rappresentanti delle agenzie di stampa internazionale PHD Germany e OMG Fuse, agenzie per la brand stage del marchio e social media, a nome di Bridgestone Europe alla cerimonia dei premi Mediapreis a Monaco il 6 marzo.

Bridgestone, col pneumatico sportivo premium Potenza Adrenalin RE002, si rivolge agli appassionati di auto che amano un tocco sportivo e vogliono un handling emozionante sul loro circuito urbano di tutti i giorni. L'idea alla base del lancio è stata di incrementare la campagna di marketing digitale invitando 60 tra i migliori blogger europei di automobili a testare Adrenalin. Accompagnati da istruttori professionisti, questi blogger sono stati in grado di sentire il brivido dell'adrenalina al volante durante l'"Ultimate Experience" di Bridgestone, su uno dei più emozionanti circuiti d'Europa, il circuito Ascari nel sud della Spagna.

L'evento è stato accolto con entusiasmo, generando una positiva e immediata copertura del marchio su internet. Nel mese successivo l'esperienza, i blogger hanno postato 89 report, foto, video e articoli su webzine auto e social network - Facebook, YouTube, Flickr e Twitter - attirando più di 372000 visitatori unici e 806000 visite.

"Facendo sperimentare ai blogger l'adrenalina sul circuito Ascari, siamo stati in grado di accelerare il messaggio del lancio lungo l'autostrada digitale" ha detto Jake Rønsholt, Direttore Corporate and Brand Communications di Bridgestone Europe.