

Yokohama Italia ha stretto un accordo con la community di Calciatori Brutti, una delle realtà social legate al mondo del calcio più seguite e apprezzate. I follower raccolti dalla pagina Facebook e dagli account Twitter e Instagram di CB hanno superato quota 2 milioni in soli 5 anni di attività, con una reach complessiva mensile stimata di oltre 100 milioni di contatti.

Il progetto Calciatori Brutti, nato sui social, è quindi arrivato a coinvolgere milioni di italiani online e non solo: i fondatori della pagina sono riusciti negli ultimi anni a organizzare eventi presto divenuti virali e ad avere tra le altre anche una presenza in trasmissioni televisive nazionali come "Quelli che il calcio". Proprio per il grande seguito di appassionati che li contraddistingue, i canali di Calciatori Brutti sono stati reputati da Yokohama Italia come i migliori e i più adatti a veicolare la propria immagine e per aumentare la propria awareness. Forte della sponsorizzazione della casa madre al Chelsea, Yokohama Italia ha deciso di intraprendere questa strada creando un progetto ad hoc: il brand sarà raccontato e coinvolto attraverso i canali comunicativi della community e godrà inoltre di visibilità nelle 6 tappe del tour che Calciatori Brutti ha in programma per l'estate 2017 nelle più importanti località balneari d'Italia.

L'evento itinerante si chiamerà "Giochi del Calcio di Strada" e gli pneumatici Yokohama verranno utilizzati come target per la prova del "Tiro di precisione" oltre ad essere parte integrante di tutto l'allestimento dei campi dedicati al torneo. La presenza fisica del prodotto permetterà a Yokohama di entrare nel racconto delle attività social di Calciatori Brutti e di ampliare così la propria notorietà.

*"Sono entusiasta dell'accordo stretto con il team di Calciatori Brutti." - afferma **Enrico Mazzardi**, Junior Marketing Manager di Yokohama Italia, che ha promosso questa partnership insieme al Web Marketing Specialist **Alberto Magri** - "I fondatori della pagina hanno dimostrato in questi anni di avere una marcia in più rispetto a molte altre realtà "concorrenti", idea di partenza è quella di sfruttare al 100% i plus derivanti dalla sponsorship tra Yokohama e Chelsea: sono convinto che la notorietà del nostro brand ne trarrà grande giovamento. Yokohama Italia con questo accordo si è confermata ancora una volta "azienda all'avanguardia nel settore pneumatici, pronta a cogliere opportunità innovative per promuovere la propria immagine."*

© riproduzione riservata
pubblicato il 12 / 04 / 2017