

Hankook Tire Italia annuncia il raggiungimento di un nuovo accordo di partnership con il leader mondiale della corsa ad ostacoli Spartan Race. Il contratto è stato siglato per la stagione 2018, che inizierà il 24 Marzo a Maggiora (NO). Spartan Race è il leader mondiale della corsa ad ostacoli di varie distanze e difficoltà, da più di 5 km alla distanza della maratona. Nelle 170 gare in 25 paesi in tutti i continenti, un milione di persone partecipano a questa corsa ad ostacoli, rendendola la più grande nel suo genere.

Questo accordo di partnership avrà la durata di un anno con possibilità di rinnovo. L'accordo prevede la sponsorizzazione delle 5 corse italiane (Maggiora, Orte, Campi Bisenzio, Dolomiti e Misano Adriatico) e della finale mondiale che si terrà a Sparta, in Grecia.

La sponsorizzazione del leader mondiale della corsa ad ostacoli, rappresenta una grande opportunità per rafforzare l'immagine e la conoscenza del marchio Hankook e permette al produttore premium di pneumatici di raggiungere facilmente i propri fan e gli sportivi italiani. La Spartan Race ha acquisito sempre più popolarità nel mondo e si inserisce perfettamente nel portfolio delle sponsorizzazioni di Hankook. "L'obiettivo sarà quello di massimizzare questo accordo in termini di visibilità e interazione attraverso la presenza di Hankook sul campo gara, sui social media e sul materiale pubblicitario degli eventi di Spartan Race" dice Carlo Citarella, Amministratore Delegato di Hankook Tire Italia.

Da molti anni Hankook si è inserita con decisione nel panorama delle sponsorizzazioni sportive, seguendo una strategia 3D targettizzando i fans in tre livelli: globali, europei e locali. Nel 2016 Hankook ha moltiplicato la sua brand awareness in tutto il mondo attraverso la sponsorizzazione di una delle squadre di calcio più popolari a livello internazionale, Real Madrid C.d.F.. Dal 2012 la sponsorizzazione della UEFA per il campionato di Europa League offre ad Hankook l'opportunità di interagire con i fans di tutta Europa.

Localmente, Hankook segue, come per le sue sponsorizzazioni e attività marketing, una strategia a lungo termine basata sulla continuità e diversità, come per la sponsorizzazione di AX Armani Exchange Milano, la squadra di pallacanestro più titolata d' Italia, di cui il produttore premium di pneumatici è sponsor dalla stagione 2016-2017.

© riproduzione riservata  
pubblicato il 17 / 01 / 2018