

Sailun ha partecipato alla fiera Automessen, che ha avuto luogo a Lillestrøm, in Norvegia, presentando la sua line-up per il mercato scandinavo. L'azienda ha visto la partecipazione alla fiera come un'opportunità per entrare più in profondità nel territorio norvegese, danese, finlandese e svedese e per questo motivo ha supportato il distributore Norgesdekk brandizzando una parte dello stand con grafica dedicata, pneumatici in mostra e un concorso per vincere un iPad.

In programma dal 4 al 7 febbraio, Automessen è una data importante per il settore automobilistico scandinavo e ha offerto un'ottima occasione a Sailun per migliorare la brand awareness del marchio. Il focus si è concentrato sui prodotti destinati al mercato scandinavo, come la gamma Ice Blazer invernale, di cui fanno parte il modello WSL2 non chiodato e il WST1 chiodabile. Recentemente, il WSL2 si è comportato molto bene nei test indipendenti di Norges Automobil - Forbund (NAF), la più grande organizzazione di consumatori della Scandinavia. In questo test, il WSL2 ha eguagliato il concorrente Pirelli, battendo Dunlop, Vredestein Nord, Kumho e Sunny, un forte segno della sua qualità e delle caratteristiche di handling su neve e ghiaccio.

✘ Arne J Stangeland, Managing Director di Norgesdekk, si è dimostrato entusiasta del modo in cui il posizionamento del marchio Sailun è stato rafforzato dai risultati del test: "E' bello avere la fiducia in un prodotto di qualità che è in grado di guidare le vendite. Automessen è una fiera importante e il profilo dei visitatori che abbiamo avuto allo stand ha superato le nostre aspettative." Si stima che il numero di visitatori abbia superato le 12.000 unità durante i quattro giorni di apertura, con il 68% dei quali con il ruolo di decision makers.

"Siamo molto soddisfatti dei risultati e del feedback", ha affermato Martin West, Amministratore Delegato di Sailun in Europa. "Riconosciamo gli sforzi e le energie di Norgesdekk e siamo estremamente entusiasti di lavorare insieme in questo modo per migliorare la nostra presenza e aumentare la quota di mercato."

Automessen 2105 è stata anche una delle prime occasioni in cui Sailun ha iniziato a comunicare la sponsorizzazione aziendale del World Child Cancer Charity (WCC). L'azienda si dichiara entusiasta di sostenere questa organizzazione e la presentazione ufficiale avverrà a breve.