Il marchio coreano Nexen è partner ufficiale di Big Air Milano, una gara di acrobazie su sci e snowboard con un trampolino lungo 140 metri e alto 40. È la prima volta che si svolge in Italia questa spettacolare competizione di freestyle invernale, a cui Nexen ha colto l'occasione per legare la propria immagine, raggiungendo così, attraverso vari e innovativi canali, un target giovane, moderno e aperto al futuro.

La manifestazione si svolgerà a Milano, nell'area Expo, di fronte all'albero della vita, e vedrà gareggiare gli atleti nei giorni 10, 11 (finali sci) e 12 novembre (finali snowboard). Nexen sarà presente con un proprio stand, dove verranno distribuiti materiale promozionale e gadget.

Milano in realtà è 'solo' la prima tappa di una strategia d'immagine internazionale, che vede il brand Nexen al fianco delle più importanti competizioni invernali, che si svolgeranno da novembre 2016 a marzo 2017, per culminare nelle Olimpiadi Invernali di Pyeongchang (Corea del Sud) nel febbraio 2018. Obiettivo di questa strategia di comunicazione è costruire un'identità di brand, incrementandone la popolarità e supportando le vendite soprattutto dei pneumatici invernali. I mercati coinvolti e oggetto di questa importante azioni di marketing sono Asia, Europa e Nord America.

In qualità d sponsor ufficiale, Nexen Tire godrà di vari privilegi, tra cui l'utilizzo dei loghi delle competizioni, la partecipazione agli eventi, la presenza del marchio nelle pettorine, la realizzazione di video e il posizionamento di stand all'interno delle manifestazioni.

Oltre alla Big Air World Cup, che si svolgerà in quattro Paesi nella versione sci e in sei nella versione snowboard, Nexen sponsorizzerà anche cinque Campionati Mondiali FIS di Ski Jumping, in Germania, Svizzera e Polonia. A ciò si aggiungono 10 Coppe del Mondo e Campionati di pattinaggio veloce organizzati dalla International Skating Union in nove Paesi, tra cui Corea del Sud, Cina, Giappone, Canada e Germania. Per finire Nexen Tire sarà presente anche nelle gare di bob e skeleton, con la sponsorizzazione di sette Coppe del Mondo e il Campionato Mondiale, che decreteranno i migliori in questi sport a livello mondiale.

Una così ampia e completa campagna di sponsorizzazione degli sport invernali sicuramente offrirà a Nexen una grandissima visibilità, associando il marchio e in particolare i suoi pneumatici winter a una serie di concetti come grip, sportività, sicurezza e precisione. L'azienda coreana ha già programmato una serie di interventi e attività, tra cui spot televisivi, pubblicità nelle riviste, promozioni commerciali con l'offerta di biglietti per le

gare, programmi di ospitalità per i clienti e molto altro.

“Abbiamo intenzione di massimizzare gli effetti di questa iniziativa di marketing, sfruttando a pieno le sponsorizzazioni ufficiali nelle competizioni internazionali di sport invernali, con l’obiettivo di aumentare la popolarità del marchio e le vendite dei nostri prodotti invernali nel mercato globale”, ha dichiarato l’azienda. “Il nostro impegno è costruire un’identità di brand e dei valori, comunicando con i clienti attraverso nuovi contenuti”.

Primo appuntamento con Big Air a Milano, nell’area Expo, di fronte all’albero della vita, dove gareggeranno gli atleti nei giorni 10, 11 (finali sci) e 12 novembre (finali snowboard)