

Posto in prima fila durante la partita, incontro con i giocatori alla fine del match e accesso ad aree esclusive di San Siro, tra cui gli spogliatoi della squadra. Queste e altre le attività pensate da Driver e Pirelli per il vincitore del contest **“Vinci una giornata da protagonista”** che sarà attivo **fino al 10 aprile**. Accedendo al sito www.pirelli.it/vincicondriver e rispondendo correttamente ad alcune domande relative alla storia nerazzurra, gli appassionati di tutto il mondo avranno la possibilità di essere estratti come vincitore finale e vivere una “Ground Box Experience” per due persone in occasione di Inter-Juventus. **Il vincitore presterà il suo volto per le riprese del video ufficiale del concorso.**

L'intero portale web multilingue dedicato all'iniziativa è stato costruito con un flusso logico molto semplice, in cui il tifoso sarà coinvolto in un'esperienza di gamification online molto divertente il cui obiettivo è quello di creare engagement ed incuriosire l'utente finale. Il partecipante, infatti, dovrà guidare se stesso e superare diversi ostacoli per conquistare il posto in prima fila per la partita dell'anno. I dati che Pirelli-Driver richiedono sono indirizzo email, Cap e marca e modello dell'auto utilizzata.

*“Vinci una giornata da protagonista” è stato frutto di un grande lavoro sinergico tra i tre partner, che mettendo a disposizione tutti i loro migliori asset, saranno in grado di offrire a colui che si aggiudicherà il titolo di tifoso numero uno questa esperienza esclusiva. “Il rapporto fra Inter e Pirelli è una delle sponsorizzazioni in atto più lunghe del calcio mondiale - sottolinea **Alberto Zanolì, AD Driver Italia** -. Driver è presente sulla maglia della squadra dal 2015, e questo è per noi un elemento fondamentale e di grande soddisfazione che ci ha consentito di accrescere la nostra riconoscibilità ma anche di sottolineare i valori in comune. Questo contest in particolare valorizza la passione dei tifosi nerazzurri, e la passione è il motore anche del nostro lavoro”.*

Il progetto, nato a seguito della vincita di Driver e Pirelli della seconda edizione del “Project Activation Contest” indetto da FC Internazionale Milano e rivolto a tutte le aziende partner del

Club nerazzurro, sfrutterà tutti i differenti touchpoint a disposizione: dalla comunicazione allo stadio di San Siro ai canali web e social di Inter, Pirelli e Driver.