Mancano solo pochi giorni alla Grande Partenza del Giro d'Italia 2016 che scatterà dai Paesi Bassi venerdì 6 maggio, per concludersi domenica 29 a Torino. Il GreenTeam Bardiani CSF, caratterizzato da giovani atleti italiani, si presenterà alla partenza con grandi ambizioni. Nel Giro 2015 il team è stato protagonista con la vittoria di Tappa di Nicola Boem e l'ottimo secondo posto Manuel Bongiorno nella tappa di Verbania dietro al pluricampione Gilbert. Per quest'anno, tutto il team e B.I.S., distributore CST in Italia, si augura invece che il capitano nonché nazionale, Sonny Colbrelli, possa scaricare la rabbia del prestigioso 3° posto alla classica monumento delle Ardenne, Amstel Gold Race, con quella vittoria prestigio internazionale che quest'anno non ha ancora raggiunto.

La proficua e continuativa collaborazione tra CST Cheng Shin Tyres e il GreenTeam Bardiani CST ha permesso al distributore italiano di migliorare ed ampliare l'offerta di pneumatici di alto livello, come il tubolare di nome Stradale e i copertoncini Cito, Correre e Conquistare da 170TPI che gli atleti usano quotidianamente per le gare e gli allenamenti.

A conferma che la strategia di marketing di CST è legata agli sport in generale, CST ha investito anche nel mondo Mtb con il Bart Brentjens Team, che vedrà tre atleti partecipare alle Olimpiadi di Rio, ha riconfermato la sponsorizzazione della squadra di calcio AJAX e la partnership con i San Antonio Spurs, squadra vincitrice del campionato di Basket NBA due anni orsono. A completare il quadro, la sponsorizzazione di una miriade di eventi internazionali e nazionali, con i quali CST vuole accompagnare chi usa un suo prodotto nel cammino della vita quotidiana.

La visibilità mondiale che CST sta cercando è necessaria per supportare le vendite di tutta la gamma di pneumatici che l'azienda taiwanese produce (Bici, scooter, moto, quad, auto, trasporto leggero, pesante e agricolo).

L'ampia gamma trasversale nel mondo pneumatico ha permesso anche a B.I.S. per il 2016 di fare investimenti mirati su magazine di ogni settore merceologico per dare supporto alle vendite. Per sensibilizzare il consumatore finale e dare un'ulteriore supporto nelle vendite l'azienda ha invece pianificato un'uscita tabellare su la Gazzetta dello Sport e sui principali quotidiani nazionali.

Per maggiori informazioni circa il piano pubblicitario, ***clicca qui.***