

Apollo Tyres ha nominato Mindshare come propria agenzia media per tutto il mondo. Nell'ufficio marketing londinese del produttore indiano si sono presentate diverse agenzie di comunicazione e, fra tutte, la scelta è ricaduta su Mindshare per la sua portata internazionale e per la sua struttura finanziaria e organizzativa che risponde alle esigenze di Apollo Tyres. Mindshare impiega circa 6.000 persone in 82 Paesi e ha una presenza attiva in 115 città e in tutti i principali mercati mondiali.

Commentando l'accordo, Marco Paracciani, direttore marketing di Apollo, ha affermato: "Poiché la nostra presenza si sta espandendo geograficamente, sentivamo il bisogno di avere un'agenzia globale che lavorasse in squadra con noi e che fosse in grado di adeguarsi alle nostre strategie a livello globale, operando sia su scala regionale che internazionale. Abbiamo scelto Mindshare per l'approccio strategico e per la dimestichezza con le associazioni sportive, attitudine necessaria visto il nostro legame con il Manchester United Football Club nei mercati inglese e indiano."

Gera Sulinska, responsabile di Mindshare Worldwide che seguirà il cliente Apollo, ha affermato: "Siamo lieti di iniziare a lavorare con Apollo Tyres per aiutarli a promuovere l'azienda in tutto il mondo. Non vediamo l'ora di forgiare una collaborazione efficace per far crescere il business con strategie di marketing innovative e flessibili."

Mindshare sostituirà l'agenzia Zenith Optimedia, che ha finora seguito la comunicazione di Apollo Tyres in india.