

Bridgestone lancia una nuova campagna pubblicitaria improntata sul tema della sicurezza. Con il claim "Il Pneumatico: l'unico sistema di sicurezza della tua auto a contatto con la strada", Bridgestone vuole rafforzare non solo i valori del marchio, ma il suo grande impegno per aumentare la sicurezza degli automobilisti. La campagna multimediale verrà veicolata in tutta Europa utilizzando un'ampia varietà di canali, come televisione, stampa, web e outdoor. I nuovi spot televisivi si basano sul forte legame di Bridgestone con il mondo dello sport e per questo sottolineano la connessione tra le performance sportive e quelle dei pneumatici.

Il nuovo spot si concentra sull'importanza dei pneumatici in quanto "unico sistema di sicurezza della propria auto a contatto con la strada". Come marchio premium, l'ambizione di Bridgestone è di aumentare la consapevolezza, tra gli utenti finali, di quanto siano fondamentali i pneumatici per ogni veicolo, motivo per cui vengono "progettati pensando alla sicurezza". La campagna comprende spot di prodotti che offrono differenti soluzioni ai diversi tipi di automobilisti. Saranno diffusi gli spot per la sicurezza durante le performance invernali e sul bagnato, che mostreranno rispettivamente i pneumatici invernali Blizzak LM001 e Turanza T001 Touring. Il primo si concentra sulla sicurezza e l'aderenza invernale, creando un parallelo tra la guida invernale e la discesa sugli sci, mentre il secondo crea un parallelo tra la performance di aderenza sul bagnato e il nuoto.

Angoli di ripresa insoliti, tecniche di modellizzazione hi-tech e una combinazione dinamica del montaggio slow-motion e high-speed creano, secondo l'azienda, uno spot televisivo suggestivo e visivamente accattivante che rinforza chiaramente il messaggio di sicurezza al centro della campagna. Guidare con pneumatici in buone condizioni, adatti alla strada e alle condizioni climatiche deve essere una priorità assoluta.

Jake Rønsholt, Managing Director della Business Unit Consumer di Bridgestone Europe, afferma: "Abbiamo mirato a dimostrare i benefici dei pneumatici Bridgestone in modo emozionale, collegando le nostre sponsorizzazioni ed enfatizzando il nostro slogan 'Your Journey, Our Passion'. Durante uno studio sulla segmentazione della clientela portato avanti l'anno scorso nei principali mercati europei, è emerso chiaramente come la prima preoccupazione dei clienti sia la sicurezza in tutte le condizioni: il 43% dei clienti intervistati cita la sicurezza come criterio principale nell'acquisto dei pneumatici. Tenendo questo a mente, abbiamo creato una nuova campagna che possa enfatizzare le performance di sicurezza usando un linguaggio universale - quello dello sport."

Bridgestone afferma di "impegnarsi a fornire i più alti standard di sicurezza possibili su tutte le strade e con tutte le condizioni meteorologiche, in tutte le regioni del mondo e in ogni periodo dell'anno. Ecco perché le performance garantite dalla gamma Bridgestone per

l'inverno e per il bagnato sono paragonabili agli altri prodotti premium dell'azienda e sono parte integrante della strategia del marchio. Integrando l'accattivante design del battistrada con la tecnologia avanzata dei materiali, l'ultima generazione di pneumatici Bridgestone garantisce nuovi standard in termini di aderenza, maneggevolezza e affidabilità, anche in condizioni estreme."

La campagna Bridgestone viene lanciata a settembre/ottobre come campagna integrata e trasversale in sei mercati (Regno Unito, Germania, Francia, Italia, Spagna e Polonia). Ad occuparsi della strategia e della pianificazione è stata l'agenzia media Universal McCann, responsabile per le strategie mediatiche nei mercati europei. Il piano mediatico include una varietà di canali con un approccio televisivo comune per creare interazione e prevede una serie di attività Out of Home, inclusi innovativi speciali format, accattivanti operazioni online e supporto stampa.