

Osiągaj więcej, chroń środowisko. Pod tym hasłem firma Pirelli Polska Sp.z.o.o będzie realizowała letnią promocję nowej, ekologicznej opony P7 z serii Cinturato. Za adaptację globalnej strategii do uwarunkowań społeczno - ekonomicznych polskiej grupy docelowej oraz stworzenie i wdrożenie konceptu marketingowego odpowiada Instytut Rozwoju Reklamy, wybrany do realizacji kampanii w wielostopniowym przetargu.

Nową oponę z rodziny **Cinturato** cechuje ekonomiczność, zwiększone bezpieczeństwo, dbałość o środowisko naturalne, ale przede wszystkim dobra przyczepność na różnorodnych nawierzchniach. Do produkcji Cinturato P7 wykorzystano najlepszej jakości materiały przy zastosowaniu najnowocześniejszej technologii, tak, aby osiągnąć produkt najwyższej jakości. Specjaliści **Pirelli** projektując oponę zadbali o redukcję emisji szkodliwych substancji do atmosfery, zminimalizowanie hałasu, skrócenie drogi hamowania i lepszą przyczepność. Zadbano również o gwarancję równomiernych osiągnięć w trakcie całego okresu eksploatacji opon.

Rodzina opon Cinturato (**Cinturato P4, Cinturato P6, Cinturato P7**) to odpowiedź Pirelli na potrzeby kierowców, którzy świadomie wybierają produkty przyjazne dla środowiska, ale tworzone bez żadnych kompromisów w zakresie osiągnięć, komfortu i bezpieczeństwa jazdy. To także część stworzonego przez firmę Pirelli proekologicznego programu, zakładającego wypracowanie i wdrożenie innowacyjnych dla przemysłu motoryzacyjnego rozwiązań, ograniczających negatywny wpływ motoryzacji na środowisko naturalne. Projekt, realizowany pod hasłem Green Performance, zakłada produkcję "ekologicznych" opon we wszystkich segmentach, przy wykorzystaniu materiałów nie zawierających aromatycznych olejów.

Do głównych zadań **Instytutu Rozwoju Reklamy** należało opracowanie strategii marketingowej obejmującej działania w zakresie ATL oraz BTL. Agencja podjęła się również stworzenia koncepcji wizerunkowej firmy, a także doradztwa kreatywnego. Na życzenie klienta zorganizowana została również seria eventów w 5 regionach Polski dla Klientów Pirelli Polska Sp.z.o.o - Punktów sprzedaży opon. Kampania zaplanowana na rok 2010 na celu realizację celów marketingowych oraz wizerunkowych, a także przeprowadzenie szerokiej akcji informacyjnej dotyczącej ekologicznych produktów marki Pirelli.

Instytut Rozwoju Reklamy