

HUB09 FIRMA LA CAMPAGNA SUMMER PER HANKOOK

Hankook, marca di pneumatici sempre più presente sul territorio nazionale, ha incaricato HUB09 di sviluppare la campagna dedicata al cambio stagionale. L'agenzia ha ideato un nuovo visual in grado di rappresentare il concetto "*Tu e la strada, una cosa sola*" in una chiave sorprendente. Lo pneumatico si trasforma infatti in un'enorme rollercoaster su cui le auto sfrecciano veloci: una sintesi visiva in cui pneumatico e strada diventano davvero una cosa sola, esaltando il concetto di alte prestazioni e di emozioni in cui il brand si riconosce. Il celebre "giro della morte" oltre a esprimere l'aderenza estrema del nuovo Ventus S1 Evo3, pneumatico Ultra High Performance, evoca la classica pista delle macchinine, così da accendere i ricordi infantili di tutti gli automobilisti di oggi.

Il nuovo soggetto sarà utilizzato sia per la campagna OOH di Hankook con la domination di alcune aree di servizio autostradali, sia per la campagna display.

«Nel dar vita a questa idea – racconta Diego Braghin, direttore creativo di HUB09 – ci siamo ispirati proprio alla tagline di Hankook: driving emotion. Abbiamo voluto rappresentare le emozioni di guida alla massima potenza, attraverso un visual iconico in cui lo pneumatico è il protagonista assoluto: una vera iperbole che punta sull'effetto sorpresa. Siamo molto felici del fatto che questa campagna varcherà anche i confini nazionali, con adattamenti per il mercato overseas».

Con questa nuova campagna, Hankook sottolinea l'importanza del cambio pneumatici a partire dal 15 Aprile e punta alla visibilità del prodotto grazie anche al lancio del nuovo pneumatico estivo Ultra High Performance di altissima qualità, il Ventus S1 Evo3, l'ultimo arrivato nella famiglia S1 Evo, che riunisce le eccellenti caratteristiche di prestazioni, comfort e sicurezza.

Direzione creativa: Diego Braghin
Art Director: Franco Racioppo
Account: Ilaria Biancuzzo
Community manager: Giovanni Paschetto