

HUB09 LANCIA L'ADVERGAME HANKOOK RACE EXPERIENCE

Hankook Tire Italia, dopo aver confermato **HUB09** quale partner per la gestione social per il quarto anno consecutivo, ha assegnato all'agenzia torinese il ruolo di ideare e promuovere un contest online in più wave che si svilupperà da aprile a dicembre 2021.

Il concorso [HANKOOK RACE EXPERIENCE](#), la cui prima fase sarà attiva dal 12 aprile al 2 maggio 2021, mette in palio giornate esclusive per avvicinarsi al mondo del rally. Il premio includerà non solo momenti di briefing tecnici, ma anche esperienze in pista che daranno ai vincitori la possibilità di vivere le *driving emotions* di cui il marchio Hankook è da sempre ambasciatore grazie ai suoi prodotti.

Per confermare il legame del brand al mondo motorsport e ai suoi appassionati, HUB09 ha ideato una meccanica concorsuale che prevede l'engagement degli utenti attraverso un vero e proprio videogioco racing. L'ambientazione e l'experience di gioco sono una chiara citazione ai videogame anni 80, con schermate in stile pixel art e musiche dal sapore vintage. Gli utenti avranno la possibilità di guidare un'auto da rally per 3 giri di pista con l'obiettivo di segnare il tempo migliore: solo i primi 50 di ciascuna wave potranno infatti accedere all'estrazione del premio finale.

Oltre alla meccanica del contest, HUB09 ha curato l'identità visiva dell'intera attivazione: dal mood del videogioco, ai visual per il sito e la promozione sui social network.

«Con questo progetto Hankook si cimenta nel settore del gaming per la prima volta a livello globale» — racconta Ilaria Biancuzzo, senior account in HUB09 — «Un risultato reso possibile dalla solida relazione di fiducia che lega HUB09 ad Hankook Italia e dalla voglia comune di realizzare qualcosa di davvero ingaggiante per il pubblico. Per sviluppare questa attivazione digital abbiamo dato vita a forti sinergie di competenze di cui siamo particolarmente fieri. Riteniamo che iniziative come Hankook Race Experience vadano oltre il concorso in sé e possano contribuire positivamente all'awareness del brand anche nel lungo periodo».

CREDITS

Creative Director: Diego Braghin

Art Direction: Franco Racioppo

Technical Director: Marco Lago

Social Media Manager: Davide Agazzi

Senior Account: Ilaria Biancuzzo

Game Development: Rising Pixel