

Eigene Kampagne im April



Cashback-Aktion für alle Cinturato-Versionen im April

P-Zero-Kollektion für den UHP-Bereich



Unter dem Motto „Pirelli belohnt die ‘Green Performance Driver‘“ werden Autofahrern, die sich einen Satz Pirelli Cinturato Sommerreifen (P4, P6 oder P7) zulegen, bis zu 40 Euro zurückgezahlt. Diese Cashback-Aktion ist mit einem Gewinnspiel kombiniert, das die Verlosung eines attraktiven Limited Edition Pirelli Bikes vorsieht. Die Höhe der Prämie richtet sich nach der Größe der Reifen: Bis 16 Zoll gibt es 20, ab 17 Zoll 40 Euro zurück. In Deutschland ist eine vergleichbare Aktion bereits vier Mal über die Bühne gegangen; sie hat sich dort als erfolgreichste Verkaufshilfe erwiesen.

Grüne Corporate Identity
Zielsetzung der Aktion ist es, mit Nachdruck darauf hinzuweisen, dass der Cinturato von Pirelli entwickelt wurde, um der ökologischen Logik, der angesichts der sich anbahnenden Umweltkrise niemand die Augen verschließen sollte, verstärkt Rechnung zu tragen. Mit dieser Orientierung werden nicht nur die gesetzlichen Anforderungen der Zukunft vorfristig erfüllt, sondern auch der steigenden Bereitschaft der Konsumenten entsprochen, auf

Dass Ökologie bei Pirelli Programm ist, zeigt sich nicht nur in der Entwicklung des Sortiments, sondern auch in den Aktionen, die das Unternehmen zur Unterstützung des Sellout setzt. Für den Monat April ist eine Green-Performance-Kampagne geplant, die sich über die teilnehmenden Partner an die Endverbraucher richtet.

umweltfreundliche Reifen zurückzugreifen. Zusätzlich bekennt Pirelli sich im Rahmen der Corporate Identity des Konzerns von sich aus zur Umweltverträglichkeit der Produkte, zur ökologischen Nachhaltigkeit im Prozessmanagement und der effizienten Nutzung von Energie und Ressourcen.

In diesem Sinn wurde der Cinturato in allen drei verfügbaren Versionen so entwickelt, dass folgende Eigenschaften garantiert werden können: Energieeffizienz, Luftreinhaltung, Geräuscharmheit und hohe Laufleistung. Gleichzeitig wurden bei der Sicherheit keine Kompromisse eingegangen.

Vorteile für die gesamte Range

Pirelli hat gleichzeitig auf die Ertragsträger im Bereich der Ultra-High-Performance-Reifen nicht vergessen. Parallel zur Green-Performance-Kampagne für die Cinturato-Produkte läuft die Sellout-Aktion für die Spitzenreifen des Hauses wie die P-Zero-Kollektion im Rahmen von Tyrelife und PZeroClub. Dabei handelt es sich um ein Angebot für UHP-Kunden in puncto Reifengarantie bzw. exklusive Vorteile und Privilegien.

Der italienische Reifenhersteller mit dem sportlichen Touch hat jedenfalls dafür gesorgt, dass aus der Sicht der Endverbraucher beim Kauf von Pirelli-Produkten im bevorstehenden April für die gesamte Produktrange nur klare Vorteile zu erkennen sind. ● (LHO)