

## Premio all'Iveco per la sponsorizzazione All Blacks

La sponsorizzazione Iveco degli All Blacks, la squadra neozelandese di rugby famosa in tutto il mondo, è stata premiata come miglior "sponsorship communication" nell'ambito della quarta edizione del Press & Outdoor Key Award, il prestigioso appuntamento annuale che premia la creatività veicolata su stampa (quotidiani e periodici) e outdoor.

A ritirare il premio, durante la serata di gala che si è svolta nel suggestivo chiostro seicentesco dell'Accademia del Conservatorio di Milano, è stato Alessandro Cicchetti, Direttore generale Marketing di Iveco che è anche il vero ispiratore dell'idea di legare il nome dell'azienda agli All Blacks.

La giuria - composta da giornalisti di autorevoli mensili e quotidiani, docenti universitari, presidenti di Associazioni di settore, direttori creativi, registi, importanti operatori del settore - ha assegnato ad Iveco questo speciale riconoscimento mettendo in evidenza "la perfetta coerenza tra i valori espressi dai testimonial e i valori del brand comunicante, per l'inedito utilizzo nel mercato dei veicoli pesanti di testimonial internazionali di alto livello, per il livello qualitativo dell'esecuzione delle immagini, per la coraggiosa scelta di allargare la comunicazione dalla stampa di settore alla stampa quotidiana e generalista".

"Al di là dell'indiscusso successo di immagine, questa alleanza tra i valori Iveco e quelli degli All Blacks ha prodotto ottimi risultati anche a livello commerciale" – commenta Stefano Sterpone, Senior Vice President Sales & Marketing Iveco.

Sono infatti circa 25 mila sinora gli ordini del nuovo Stralis, il primo prodotto a cui la sponsorizzazione è stata applicata. Il veicolo pesante della gamma Iveco è stato protagonista, nella scorsa primavera, della più grande campagna di comunicazione Iveco di sempre – non solo per lo spot TV, ma anche e soprattutto per il tour che ha portato una carovana di 100 veicoli, rigorosamente neri con la ormai consueta livrea Maori, su tutte le strade d'Europa.

La sponsorizzazione celebra i primi successi di un'ampia strategia aziendale che ha come obiettivo il miglioramento dell'immagine di marca, che fa leva sull'eccellente gamma di prodotto e servizi al cliente. Una strategia supportata da adeguata comunicazione verso tutte le audience interessate, logica conseguenza del processo di cambiamento della cultura aziendale e organizzativa che Iveco ha intrapreso con la



Trucks and  
Commercial Vehicles

**IVECO**

profonda riorganizzazione di inizio 2006. Il filo conduttore del nuovo corso è l'attenzione alle aspettative del cliente, intesa come elemento fondante delle strategie commerciali e di prodotto, dalla progettazione all'offerta.

## Iveco

*Iveco progetta, costruisce e commercializza un'ampia gamma di veicoli commerciali leggeri, medi e pesanti, mezzi cava/cantiere, autobus urbani e interurbani e veicoli speciali per applicazioni quali l'antincendio, le missioni fuori strada, la difesa e la protezione civile.*

*Con i suoi 24.500 dipendenti, Iveco produce in 28 stabilimenti ubicati in 16 paesi del mondo, con tecnologie di eccellenza sviluppate in 5 centri di ricerca. Oltre che in Europa l'azienda è presente in Cina e in Russia, in Australia e in Argentina, in Brasile e Sud Africa. Oltre 4.600 punti di assistenza in più di 100 Paesi garantiscono supporto in tutte le aree geografiche in cui c'è un veicolo Iveco al lavoro.*

Torino, 19 settembre 2007

Press Release