



Milano, 16 settembre 2020

Il Miglio di Milano Michelin riparte in versione virtuale

Il Miglio di Milano Michelin torna a correre il 17 ottobre. Havas Sports & Entertainment (Havas SE) aveva portato la corsa de Il Miglio per la prima volta a Milano lo scorso ottobre, e lo aveva fatto insieme a Michelin che si riconferma anche quest'anno title sponsor.

La corsa questa volta sarà virtuale per garantire sport e divertimento in sicurezza. Il 17 ottobre si potrà correre ovunque: per strada, in spiaggia, in montagna, ma il percorso sarà uguale per tutti i partecipanti, proiettato in quello che Havas SE ha disegnato, dal Parco Sempione e sulle ombre del Castello Sforzesco. Nel Miglio virtuale ognuno correrà dunque dal suo luogo preferito ma rimarrà sempre connesso all'evento e al resto dei partecipanti attraverso un'applicazione che terrà traccia di tutte le distanze percorse.

La distanza di 1 miglio – 1.609,34 metri – è perfetta per chi vuole mettersi alla prova e battere il suo record personale, ma anche per chi non è un corridore abituale. Un solo limite: il numero dei partecipanti che sarà massimo di 1.609 e potranno iscriversi, esclusivamente online, sul sito ufficiale o su enternow.it entro le ore 00.00 di venerdì 16 ottobre 2020.

A testimoniare l'importanza dell'evento due grandi nomi: riconfermato Genny Di Napoli, detentore del record italiano sulla distanza, e Federica Pellegrini, campionessa di nuoto e ambassador di Michelin che commenteranno l'evento durante la diretta streaming insieme ad altri ospiti speciali. Una diretta streaming di 1h e 30' che verrà trasmessa sulla pagina ufficiale de Il Miglio di Milano, sulla pagina Facebook di Michelin e sul canale youtube TDSLIVE con crossposting dei momenti più caldi sulla pagina di EUROSPORT. Sarà proprio EUROSPORT il media partner che manderà in onda dal giorno dopo le pillole e gli highlight dell'evento.

Ad affiancare il broadcaster come media partner ci sarà RDS 100% Grandi Successi, official radio e TDS riconfermato come official technology provider.

Il claim RUN LIVE SMILE sottolinea la natura ludico-sportiva e sociale dell'evento: RUN un miglio da correre dove vuoi, LIVE una festa per tutti, da vivere con chi vuoi e SMILE la gioia di regalare un sorriso.

Il Miglio di Milano Michelin anche quest'anno corre infatti per una buona causa: riconfermata la partnership con la Fondazione Francesca Rava - NPH Italia Onlus che sarà anche per questa edizione la charity ufficiale dell'evento. Il 50% dell'iscrizione base di ogni runner sarà devoluto alla Fondazione al momento della registrazione, con la possibilità di aumentare l'importo della donazione. Inoltre, al termine della gara, se tutti i runner avranno raggiunto l'obiettivo di correre complessivamente 1.609 miglia, una donazione extra sarà devoluta da tutti gli sponsor del Miglio di Milano che avranno abbracciato il progetto di solidarietà S.O.S. Spesa – la spesa per chi ha bisogno: il miglio di ogni partecipante potrà fare la differenza per tanti.

Oltre al title sponsor, confermato ad oggi anche OPPO come premium partner. La scelta di OPPO, brand leader mondiale di smartphone, sottolinea la connessione tra la tecnologia e un evento come questo, completamente virtuale.

Guido Surci, Chief Sports & Intelligence Officer di Havas Media Group, dichiara: "Non ci siamo fermati: dopo il successo della prima edizione siamo orgogliosi che aziende come Michelin e OPPO credano, insieme a noi, in questa versione virtuale de Il Miglio di Milano. Lo sport è una leva di comunicazione che resta meaningful anche con format innovativi. Perché dove c'è passione, c'è meaningfulness."

Havas Media Group

Havas Media Group è uno dei gruppi media e di comunicazione cresciuto maggiormente al mondo. Presente in oltre 140 paesi, offre ai suoi clienti professionisti specializzati in media, strategia, digital consulting, data, acquisti in programmatic, performance marketing, mobile, out of home, geolocalizzazione, social network, marketing esperienziale, intrattenimento e sport.

Contatti

Alessandra Quatti
T. +39 0267443270
M. +39 3477867886
alessandra.quatti@havasmg.com

Il nostro obiettivo è fare una meaningful difference per brand, aziende e persone.

Marco Do, Direttore Comunicazione Michelin Italia commenta: “Sicurezza e sostenibilità sono elementi cardine nella strategia di Michelin. Per queste ragioni abbiamo deciso di confermare la nostra presenza al Miglio di Milano in qualità di Title Sponsor anche in questa seconda edizione, quest’anno 100% digitale. La distanza del miglio, ovvero 1,6km, richiama la misura che indica il limite legale di usura dei pneumatici: 1,6mm. Una cifra diventata centrale nella comunicazione di Michelin ormai da qualche anno. Una vera e propria campagna di sensibilizzazione verso istituzioni e consumatori, per aumentare la consapevolezza riguardo l’utilizzo dei pneumatici, così che possano essere impiegati fino al limite legale di usura in sicurezza anziché essere sostituiti prematuramente, quando hanno ancora 3 o 4 millimetri. Un comportamento che andrebbe a creare un circolo virtuoso, con benefici per l’ambiente e per le tasche degli automobilisti.”

Seguici su:

<https://ilmigliodimilano.com/>

<https://www.instagram.com/migliodimilano/>

<https://www.facebook.com/migliodimilano>

#RunLiveSmile

Havas Media Group

Havas Media Group è uno dei gruppi media e di comunicazione cresciuto maggiormente al mondo. Presente in oltre 140 paesi, offre ai suoi clienti professionisti specializzati in media, strategia, digital marketing, consulenza dati, acquisti in programmatic, performance marketing, mobile, out of home, geolocalizzazione, social network, marketing esperienziale, intrattenimento e sport.

Contatti

Alessandra Quatti
T. +39 0267443270
M.+39 3477867886
alessandra.quatti@havasmg.com

Il nostro obiettivo è fare una meaningful difference per brand, aziende e persone.