

Momo Tires ha partecipato a Reifen Essen per la seconda volta consecutiva e lo ha fatto con uno stand di dimensioni doppie (140mq) rispetto all'edizione 2012.

“Nonostante la maggiore estensione, lo stand Momo Tires è stato costantemente affollato di visitatori, molti dei quali rappresentavano aziende interessate alla distribuzione del marchio italiano di pneumatici nel proprio paese d'origine” ha detto Alexandra Peccia, responsabile marketing e relazioni esterne di Univergomma e Momo Tires.

L'azienda è molto soddisfatta dell'inizio di quest'anno: “il 2014 è partito bene: i primi tre mesi sono stati molto soddisfacenti e i clienti sono fedeli. Siamo molto contenti.

Univergomma spa, licenziataria ufficiale del marchio Momo Tires, ha avuto una crescita del 35% nel primo quadrimestre 2014: questo importante risultato complessivo è stato raggiunto anche grazie al determinante contributo di Momo Tires.”

La forza del brand, secondo la responsabile marketing, è immediatamente riscontrabile:

“Ciò che rende interessante il prodotto Momo Tires non è solo l'elevata qualità, testata in Europa da enti certificatori indipendenti tra i quali Idiada (Spagna), ma anche e soprattutto un brand ricco di storia, tradizione, tecnologia e design. E la forte presenza di Momo nel motorsport - basti citare i team Momo ufficiali che corrono nei campionati IMSA e Porsche Supercup - non fa che incrementare il potenziale attrattivo verso l'utente finale, aspetto decisivo nella scelta di uno pneumatico.”

“Ad oggi, la gamma Momo Tires conta 184 misure già disponibili e altre 34 che entreranno in produzione a luglio, con disponibilità a partire da settembre 2014. A queste, se ne aggiungono 9 attualmente in fase di sviluppo, per un totale di 227 misure a catalogo” conclude Alexandra Peccia.

© riproduzione riservata
pubblicato il 10 / 06 / 2014