

Storicamente nota per la distribuzione in tutta Italia del marchio Yokohama e, ormai da alcuni anni, GT Radial, la bresciana Magri Gomme ha sentito l'esigenza di inserire in portafoglio anche un marchio della cosiddetta fascia budget. La scelta, la primavera scorsa, è ricaduta su Rotalla, un marchio di proprietà di Enjoy Tyre, che sta già dando al distributore delle buone soddisfazioni.

“Siamo davvero contenti della collaborazione con Enjoy Tyre per la distribuzione esclusiva in tutta Italia del marchio Rotalla”, afferma Federico Tebaldini, amministratore delegato della rete di rivenditori specializzati CDG-One Srl. “Tre sono gli elementi che ci soddisfano: il prodotto in termini di qualità, l'accettazione del prodotto da parte degli utenti di quella fetta di mercato a cui li destiniamo e la gamma, che è buona ed è in continua crescita, sia nella versione summer che winter. Il posizionamento del prodotto Rotalla è naturalmente molto più basso sia di Yokohama, sia anche di GT Radial. E' una terza fascia che di fatto completa la gamma di Magri Gomme in un'area dove non era presente.

“E' un dato di fatto che i brand budget sono in crescita”, continua Tebaldini, “e a noi mancavano. Per avere successo è però necessario che combacino tutte le tessere del puzzle e con Enjoy Tyre siamo riusciti a trovare il prodotto, la gamma e anche un interlocutore efficace, nella persona di Rob Henderson, direttore generale per l'Europa. L'ottimo rapporto con Rob e la sua capacità di trasferire le informazioni in modo veloce ed efficiente fanno sicuramente la differenza, perché l'inglese è una condizione necessaria ma non sufficiente per avere una buona comunicazione. Non è questione di lingua, ma di capirsi, e con Enjoy Tyre siamo in assoluta sintonia”.

Per il momento, dunque, Magri Gomme aggiunge al pacchetto vettura il marchio budget Rotalla. E' possibile però che quest'anno la collaborazione con Enjoy Tyre si intensifichi e che a Magri venga affidata anche la distribuzione in esclusiva del marchio Routeway, lanciato nel mercato nel 2014 con la gamma autocarro e autobus e sviluppato quest'anno con la gamma vettura. Il primo ordine è stato piazzato e se la partnership andasse in porto anche per questo brand, magari potrebbe offrire ai clienti un'alternativa anche nelle applicazioni TBR.

© riproduzione riservata
pubblicato il 26 / 08 / 2015