

Il distributore olandese Van Den Ban ha partecipato a Reifen Essen con tutta la forza vendita schierata e con uno stand nuovo e d'impatto, dove ha lanciato il nuovo marchio budget di proprietà Goldline.

“Siamo molto soddisfatti dei risultati della fiera: lo stand era sempre pieno e i visitatori sono arrivati da tutti i Paesi. Per questo eravamo presenti con almeno 25 venditori di tutti i Paesi”, dice Walter Purvis, direttore vendite di Van den Ban Autobanden.

“Anche dei risultati del mercato italiano siamo molto soddisfatti”, aggiungono i responsabili per quest'area, Marco Franzoso e Sergio Russo. “Quest'anno poi lo stand aperto ha ben rappresentato la nostra mentalità, anch'essa aperta, e si è rivelato molto funzionale per accogliere i clienti”.

✖ “Il mercato sta cambiando molto”, continua Purvis, “e lo ha dimostrato il calo di affluenza dei gommisti alla fiera tedesca. Noi, come distributori, dobbiamo tenere gli occhi aperti sulle trasformazioni del canale della distribuzione e sulle nuove esigenze dei gommisti. Per fortuna abbiamo investito molto, anche in passato, e abbiamo un magazzino in grado di adattarsi al mercato. Stiamo investendo ancora, e non solo nel magazzino, ma anche in logistica e informatica. Siamo un'azienda giovane e dinamica”.

La nuova gamma di pneumatici con private label Goldline è attualmente in produzione e le prime misure saranno pronte per settembre, con una disponibilità di almeno 200 dimensioni entro la fine dell'anno. La gamma include pneumatici estivi, invernali, all season, SUV e trasporto leggero.

Il nuovo brand andrà ad ampliare ulteriormente il portfolio dell'azienda, che copre praticamente ogni fascia di prezzo. Tutti i pneumatici vengono distribuiti direttamente dallo stock.



