

Sarà lanciata ad Autoptomotec la nuova immagine griffata Giugiaro dei Centri Sicurezza Vredestein. La parola d'ordine, anche per i gommisti, è differenziarsi, essere diversi dagli altri, farsi notare. Questa regola d'oro per sopravvivere in un mercato sempre più inflazionato e concorrenziale punta essenzialmente in due direzioni: chi sceglie di andare al ribasso e chi al rialzo. Alcuni gommisti hanno preferito la strada dei prezzi bassi e dei prodotti presenti ovunque, stringendo al minimo i costi di esercizio. Altri gommisti hanno preferito distinguersi con una linea di più alto profilo, investendo per offrire ai clienti prodotti più esclusivi e servizi di alta qualità. Il tempo decreterà quale sia stata la scelta migliore. Su dove si collochi Vredestein non vi è comunque dubbio.

Il network Centri Sicurezza Vredestein nasce, quasi per definizione, orientato allo stile e alla qualità, ma per il 2013 ha fatto un vero e proprio salto in avanti nel look, che è stato ridisegnato dal noto stilista Giugiaro, che già firma i pneumatici del brand olandese. "Abbiamo affidato alla Giugiaro Design lo studio e la definizione del negozio di gomme ideale", dice Stefano Sbarzaglia, direttore vendite di Apollo Vredestein Italia. "Giugiaro è un autorità mondiale in campo di design e abbiamo pensato di sfruttare la collaborazione, che ci lega dal 1999 nello sviluppo dei prodotti, per differenziare e rendere unici i nostri punti vendita".

Lo studio è stato commissionato l'anno scorso e quest'anno è già iniziata l'attività sul territorio, per identificare alcuni negozi con l'immagine firmata Giugiaro Design. Lo stilista italiano è partito dall'impostazione di stili e colori che nel tempo si sono affermati e hanno delineato la fisionomia dei punti vendita CSV, mantenendo in particolare i colori tenui e il grigio sfumato che evocano l'innovazione tecnologica, ma integrandoli con immagini a tema. In particolare Giugiaro ha fuso schizzi e progetti di prototipi di auto con le bozze dei profili dei pneumatici Vredestein da lui firmati. Sono quattro le esclusive immagini realizzate solo per i negozi CSV, che mixano arte e tecnologia e che sono inserite in pannelli modulabili all'interno del punto vendita, evocando sensazioni di performance e qualità nel mondo dei motori. Anche l'esterno dei negozi ricalca le immagini Vredestein con le cifre stilistiche indicate da Giugiaro: una verniciatura personalizzata su due tonalità di grigio, il logo Vredestein appositamente stilizzato e pannelli descrittivi (es. Servizio Freni o Sala d'attesa) che conducono il cliente in un percorso d'acquisto griffato Giugiaro dalla A alla Z.

Tutto il progetto di personalizzazione viene proposto, realizzato e seguito da Apollo Vredestein Italia ai migliori rivenditori del network e riflette la strategia perseguita da sempre dall'azienda: i negozi si devono orientare alla soddisfazione delle esigenze - espresse e non - del cliente finale, curandone in modo particolare l'accoglienza. "Vogliamo sviluppare dei concetti di vendita che per altri settori sono acquisiti, ma che nel mondo dei pneumatici sono ancora molto indietro", continua Sbarzaglia. "Stiamo in questi giorni

realizzando i primi punti vendita by Giugiaro Design e nel corso dell'anno proseguiremo con le stupende personalizzazioni firmate in tutta Italia, anche se il progetto rimane elitario e dedicato a pochi selezionatissimi professionisti. Siamo convinti che questa sia la carta vincente per conquistare il cliente e superare le sfide del prossimo futuro".

Appuntamento dunque a Bologna, ad Autopromotec, dove lo stand Vredestein (C74, Padiglione 20) ricalcherà il punto vendita CSV ideale firmato Giugiaro, in grado di offrire all'utente finale quella che Sbarzaglia definisce "l'esperienza d'acquisto perfetta".



© riproduzione riservata
pubblicato il 9 / 05 / 2013