

Goodyear e SuperService hanno registrato un'ampia partecipazione al secondo appuntamento delle **riunioni locali del 2025**, organizzate in 10 tappe su tutto il territorio nazionale. Gli incontri con i rivenditori hanno rappresentato un momento fondamentale di condivisione, confronto e premiazione per tutti gli affiliati e hanno offerto un'occasione concreta per approfondire gli **scenari di mercato, i risultati della rete, le novità e le strategie per la crescita futura**.



All'interno delle riunioni il team SuperService ha presentato i risultati dei programmi e delle iniziative 2025, sottolineando la riuscita delle promozioni di supporto al sell-out, dei programmi di formazione, del supporto digitale e del continuo sviluppo del **programma partnership della rete**. Quest'ultimo in particolare si conferma strategico ed efficace: si basa su accordi e convenzioni con aziende d'eccellenza in settori chiave e rappresenta un punto cardine nella strategia di differenziazione del business per il rivenditore.

L'attenzione al **rivenditore SuperService** resta al centro della strategia retail del gruppo Goodyear, per rispondere alle esigenze di clienti sempre più informati alla ricerca di centri qualificati per la cura e l'assistenza completa del veicolo. A questo scopo l'**ampliamento dell'offerta di servizi e di iniziative esclusive per i rivenditori** - dal supporto nell'operatività quotidiana dei professionisti in officina alla comunicazione integrata per la visibilità e l'identità dei centri - si conferma essenziale per attrarre nuovi clienti e incrementare il fatturato.



Le riunioni locali hanno anche rappresentato l'occasione per illustrare le **strategie Goodyear nei comparti consumer, truck e moto**, con la presentazione di tutte le novità di prodotto e le promozioni dedicate alla Rete. Particolare attenzione è stata riservata alla stagione invernale in corso e alle novità per il nuovo anno, con un'offerta complementare di marchi, soluzioni per primo equipaggiamento e accordi flotte, supportata da iniziative esclusive per stimolare la domanda.

Un tema importante e ricorrente delle riunioni è stata l'evoluzione del marchio **Cooper Tires**, che diventa ufficialmente il **nuovo brand del segmento medium (tier-2) del gruppo Goodyear** nell'area EMEA. Questa scelta strategica ottimizza il portafoglio marchi e offre ai clienti una gamma chiara e competitiva: Goodyear come riferimento premium e Cooper come marchio di qualità, affidabile e dal prezzo competitivo.

Fondata nel 1914, Cooper Tires ha infatti costruito una reputazione internazionale per le sue soluzioni su strada e off-road, con particolare apprezzamento nel mondo 4x4. L'integrazione di Cooper nella strategia EMEA valorizza i punti di forza dei marchi del gruppo, sostenendo la crescita dei partner e dei rivenditori con un'offerta performante e differenziata. In Italia, Goodyear continuerà a investire nella promozione di Cooper, consolidandone visibilità e ruolo strategico nel mercato multi-brand.



*“I rivenditori SuperService sono il fiore all’occhiello di Goodyear: il loro entusiasmo nel cogliere le novità ci permette di costruire al meglio le opportunità per il punto vendita del futuro e di realizzare programmi concreti che valorizzano i Centri grazie a pneumatici premium e iniziative esclusive per gli utenti finali”* ha affermato **Marco Prodocimi**, Retail Director Goodyear Tires Italia.