

Sono stati più di 60 i rivenditori italiani accompagnati da Giovanni Masinelli, amministratore delegato di Vredestein Italia, a Budapest per il [lancio dei due ultimi prodotti del brand olandese](#). “Tutti gli ospiti sono rimasti positivamente impressionati, per le strepitose auto sportive utilizzate per la presentazione, per l’ospitalità al Four Season sul famoso ponte delle catene della capitale ungherese, per lo spettacolo allestito al museo dell’arte applicata a cui siamo arrivati con la scorta della polizia, insomma per l’evento nel suo complesso, che i colleghi olandesi sono riusciti ad organizzare benissimo”. Il lancio Vredestein è stato anche l’occasione per alcuni tra i più qualificati e rinomati rivenditori italiani di conoscersi tra loro, ci racconta Masinelli. “Tra i nostri ospiti, posso dire che c’erano 8-10 tra i migliori 20 gommisti italiani in assoluto. Del resto queste sono la nostra filosofia e la nostra strategia: avendo un prodotto di altissimo livello, trendy e di nicchia, puntiamo sempre su rivenditori di un certo livello e in ogni città proponiamo il nostro brand col progetto CSV al punto vendita più prestigioso”.

I due nuovi prodotti [Ultrac Vorti](#) e [Sportrac 5](#) sono già disponibili da aprile sul mercato e i Centri Sicurezza Vredestein hanno già avuto l’opportunità di montarli e testarli.

“L’accoglienza è stata entusiastica e, anche dal punto di vista del gommista stesso, che guarda sia all’estetica che alle problematiche tecniche, abbiamo ricevuto molti complimenti. Giugiaro infatti è riuscito a dare un tocco particolare al pneumatico, pur mantenendo il disegno asimmetrico classico e rispettando i paletti tecnici necessari per fare un prodotto perfetto dal punto di vista funzionale, senza problemi di rumorosità, acquaplaning, ecc.”

Dopo il lancio a Budapest, in Italia uscirà una campagna promozionale sulle principali riviste auto, puntando ad un target di consumatori medio alto. Oltre a ciò non mancheranno le iniziative, da sempre promosse da Vredestein Italia, in stretta collaborazione con i rivenditori locali, come la recente campagna “Muoversi in Sicurezza” che, ad esempio, nella zona di Seregno, ha permesso a Palpon Gomme di raggiungere con un giornale sulla sicurezza sponsorizzato da Vredestein, più di 60.000 famiglie.

Per quanto riguarda le previsioni di vendita Masinelli non azzarda numeri, ma certamente si aspetta volumi contenuti per l’Ultrac Vorti, un prodotto avveniristico, d’immagine e per vetture di prestigio, e cifre invece decisamente più interessanti per lo Sportrac 5 destinato ad auto di fascia medio-alta.

