

Il nuovo catalogo OZ Stylebook 2011, 160 pagine ricche di fascino e proposte accattivanti, è in distribuzione ai Paddock Club. Cosa sono i Paddock Club? Semplice, dichiara l'azienda, "sono operatori specializzati accuratamente scelti da OZ perché condividono i valori del gruppo: qualità, performance e sicurezza". Passione e fidelizzazione del network distributivo sono le regole di base con cui opera l'azienda padovana, da quarant'anni protagonista del mercato delle ruote e dei più prestigiosi eventi automobilistici. Il progetto Paddock OZ è nato nel 2007 e dal 2009 è uscito anche dai confini nazionali, tanto che oggi si contano circa 300 punti vendita, di cui 65 in Italia, 90 in Germania, 35 in Francia, 31 in Finlandia e ancora in Svizzera, Gran Bretagna, Norvegia, Austria, Croazia, Romania e Ucraina. "Dal 2008 al 2010 abbiamo registrato un aumento dei volumi del 40%, per una crescita progressiva, dal 2006 al 2010, del 70%", sottolinea il dott. Nicola Baggio, responsabile marketing e vendite Italia. "Tutti risultati - continua - che confermano i numerosi e continui investimenti dell'azienda nel mercato italiano. Siamo fieri del lavoro fatto; la rete Paddock è diventata un modello efficace che l'azienda ha deciso di estendere anche ad altri paesi europei".

Ogni anno OZ organizza un evento, il Paddock day, che l'anno scorso è stato ambientato nel suggestivo scenario del Museo Ferrari e durante il quale sono stati premiati i punti vendita che hanno raggiunto i migliori risultati. Per il 2010 si sono distinti Tufano Luigi di Napoli, come "Miglior risultato dell'anno", Guglielmo Vittorio di Rovigo, come "Miglior Crescita dell'anno" e Il Nuovo Pneumatico di Abano Terme (PD) che è salito sul podio come vincitore del premio "Show Room dell'anno".