

Nel 1964 il pilota Gianpiero Moretti incaricò un artigiano di confezionare un volante su misura per la propria vettura da corsa. Quello fu il preciso momento in cui nacque Momo. I piloti degli altri team, incuriositi dal volante di Moretti, ne vollero uno uguale per le proprie vetture. Dopo qualche tempo, anche John Surtees, pilota Ferrari di Formula 1, lo fece installare sulla propria monoposto, andando a vincere il titolo a fine stagione. Fu allora che Moretti ebbe l'intuizione di trasformare la propria passione in una realtà industriale. Nella prima parte della sua storia, Momo produceva solo per le competizioni, mentre dagli anni settanta in poi l'azienda decise di allargare il proprio mercato. Momo avviò la produzione di cerchi in lega leggera e di volanti per le vetture stradali, sia per il mercato aftermarket, sia per il primo equipaggiamento, a cominciare proprio dalle Ferrari. Da quel momento in poi seguirono collaborazioni con molte case automobilistiche, mentre continuavano i successi nelle competizioni: su tutti, il titolo in Formula 1 con il team Brabham nel 1983 e la vittoria dello stesso Moretti alla 24 ore di Daytona del 1998, al volante della leggendaria Ferrari 333 SP.

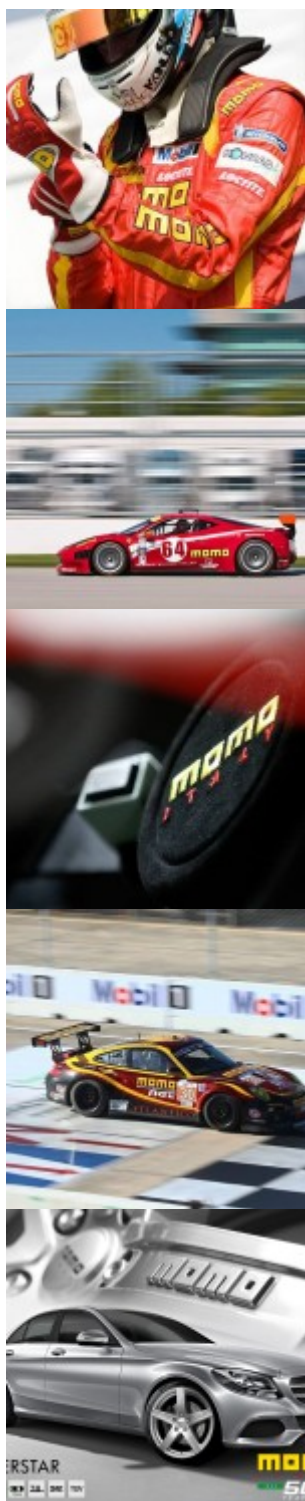
✘ “Ad oggi, la vendita di ruote in lega in Italia si attesta sui 32.000 pezzi all'anno - afferma Massimo Ciocca, amministratore delegato dell'azienda - ed il mercato è attualmente in fase di crescita, mentre in Europa (Italia esclusa) il fatturato è pari a circa 8 milioni di euro. La distribuzione è di tipo misto, ovvero si avvale sia di punti vendita seguiti direttamente sia di distributori. L'azienda commercializza i propri prodotti a marchio Momo e Momo Corse per il mercato aftermarket in oltre 60 Paesi nei 5 continenti.”

L'AD afferma che lo stile di Momo è sempre stato molto personale: “Momo offre prodotti di design e il nostro cliente cerca sempre qualcosa di esclusivo, che si stacchi in modo netto da ciò che offre il mercato. A differenza dei nostri competitors, Momo non è un prodotto, ma è un Marchio.”

Per questo motivo l'innovazione è ovviamente alla base dell'azienda e le sfide tecnologiche vengono intese come opportunità. Ad esempio, il sistema TPMS e la nuova normativa italiana delle ruote sono viste come possibilità di crescita e l'azienda si dimostra quindi pronta al cambiamento. “Molte delle nostre ruote sono già predisposte per accogliere i sensori dei più importanti produttori e, al primo di novembre, saremo pronti con il 98% della nostra collezione adattabile al TPMS”, afferma Ciocca. E sul decreto aggiunge: “Abbiamo provveduto, negli ultimi 18 mesi, a omologare alcuni modelli, per continuare a offrire un prodotto ineccepibile, nel pieno rispetto delle nuove omologazioni per il mercato italiano.”

Riguardo le novità, alle ruote della gamma invernale già sul mercato, Momo affiancherà un nuovo modello a 5 razze, denominato Hyperstar, dalle linee pulite e accattivanti, con verniciatura resistente a sporco e sale e quindi particolarmente adatto ai rigidi climi freddi.

Momo: dalle corse alle strade di tutti i giorni, con il design e l'esclusività sempre in primo piano | 2



Il nuovo modello invernale Hyperstar

Momo: dalle corse alle strade di tutti i giorni, con il design e l'esclusività sempre in primo piano | 3



Momo: dalle corse alle strade di tutti i giorni, con il design e l'esclusività sempre in primo piano | 4

