

Pirelli ha inaugurato a Los Angeles P Zero World, il primo negozio di pneumatici incentrato su prodotti e servizi prestige.

La P lunga ha scelto la capitale globale del cinema, del car design, dell'innovazione tecnica e punto focale nel fashion e nelle arti per presentare il suo nuovo progetto pilota, con un gala che ha visto la presenza di influencer e star. Questi gli ingredienti del P Zero World: servizio esclusivo, consulenze tecnologicamente avanzate e assistenza al cliente, un ambiente elegante e confortevole ispirato al mondo del motorsport in cui le immagini iconiche di The Cal fanno da cornice alle più belle supercar e alla più ampia gamma di pneumatici Pirelli high performance e ultra high performance.

P Zero World, situato a Beverly Hills sul Santa Monica Boulevard, segna una nuova tappa della strategia Pirelli Prestige, centrata su un segmento, quello delle auto sportive, auto di lusso e marchi premium, che si sta espandendo a un ritmo superiore al resto del mercato in tutto il mondo - in particolare negli USA, con una crescita prevista dell'11% nel 2016. Questa strategia ha dato a Pirelli la leadership assoluta nel primo equipaggiamento per auto di lusso e di gran lusso, con una quota di mercato di circa il 50% grazie alla filosofia "perfect fit": pneumatici fatti su misura, appositamente sviluppati dai tecnici dell'azienda italiana in collaborazione con i ricercatori delle più prestigiose Case auto.

✖ P Zero World ridefinisce radicalmente il concept di un negozio di pneumatici, a partire dalla location. A Los Angeles, infatti, c'è la più alta concentrazione di auto di lusso e sportive al mondo. Lo spazio di 750 metri quadrati include tre aree di servizio per i cambi pneumatici, un bar e una 'waiting area' di lusso. Gli ospiti vivranno anche una full immersion nel brand, ripercorrendo all'interno dello store la storia del motorsport Pirelli, le partnership per il primo equipaggiamento, il Calendario Pirelli e le pubblicità vintage - in stile tipicamente LA.

Il concept del nuovo shop sarà il modello per ulteriori centri pneumatici prestige Pirelli in altre parti del mondo, con location future che saranno decise utilizzando gli strumenti di geo-marketing più sofisticati, come nel caso di Los Angeles.

"Los Angeles è una culla di innovazione, in cui le idee e i concept rivoluzionari di tutto il mondo prendono forma", ha detto il **sindaco di Los Angeles Eric Garcetti**. "Sono orgoglioso che Pirelli abbia scelto di aprire il suo primo flagship store americano nella nostra città e felice di celebrare l'inaugurazione di P Zero World."

✖ "P Zero World rivoluzionerà in modo radicale l'industria del commercio al dettaglio di pneumatici, proprio come il suo omonimo, l'iconico pneumatico P Zero, che è anche il

prodotto esclusivo per le monoposto di Formula Uno - la massima espressione del motorsport. La location vuole offrire un'esperienza unica di shopping rivolta direttamente agli appassionati delle auto top", ha detto **Paul Hembery, Direttore Global Motorsports e Prestige Project di Pirelli**. "Valore aggiunto, Los Angeles rappresenta lo scenario ideale per il lancio di questo progetto, dato che offre il mix perfetto di elementi strategici legati al business - come l'alta concentrazione di veicoli di prestigio - con una cultura dell'auto emozionante e attiva che conta su clienti appassionati e testemakers: la clientela che più apprezza i servizi e i prodotti che noi offriamo. Per questo motivo, siamo anche molto felici di lavorare con Claus Ettensberger di CEC Wheels, che gestirà le vendite al dettaglio di P Zero World. La sua conoscenza del mercato e la sua clientela sono indispensabili nella nostra nuova sfida".

"P Zero World esprime perfettamente il nostro apprezzamento e la nostra conoscenza della cultura automobilistica e siamo felici di poter servire i nostri clienti qui, con uno stile davvero dedicato, offrendo la ricca gamma di prodotti Pirelli prestige e premium. A questi prodotti fatti su misura per ciascuna autovettura si arriva attraverso la stretta collaborazione con i più importanti Costruttori automobilistici al mondo. Questa nuova avventura è parte di un piano di crescita aggressivo di Pirelli in Nord America e non solo", ha detto **Pierluigi Dinelli, CEO e Chairman di Pirelli Tire North America**. "Questa nuova iniziativa esprime il concetto della vendita al dettaglio a 360 gradi nel cuore del nostro brand".

Da 144 anni, Pirelli è un pioniere su diverse piattaforme - motorsport, offerta di pneumatici best in class, primo equipaggiamento, ma anche comunicazione, arte e design attraverso numerosi asset come la pubblicità, il Calendario Pirelli, la moda o l'Hangar Bicocca. L'identità del brand Pirelli è definita da questa fusione di innovazione high tech e pura espressione artistica, che eleva il marchio oltre l'industria del pneumatico per abbracciare un più ampio mondo del lifestyle, quello che P Zero World intende appunto rappresentare a livello fisico in uno store.