

Iara Tyres ha organizzato la convention annuale con i suoi clienti affiliati al programma GeminiStore lo scorso 12 marzo nella splendida cornice del castello di Rosciano, che si trova nelle frazioni Signoria del comune di Torgiano, in provincia di Perugia.

L'evento, diventato ormai un appuntamento fisso, ha visto la partecipazione di oltre 150 rivenditori e la presenza dei produttori partner di riferimento di Iara Tyres: Apollo Vredestein, Avon Tyres, Continental e Hankook. I rappresentanti di questi marchi hanno presentato le caratteristiche dei loro prodotti, ma anche i progetti di sviluppo e le attività di ricerca svolte dalle loro aziende.

Aldo Ercole, responsabile vendite Italia di **Apollo Vredestein**, ha affermato: "dopo quattro anni di successi raggiunti con la collaborazione di Iara Tyres, siamo felici e orgogliosi di annunciare, in occasione di questo fantastico evento, l'ulteriore consolidamento della partnership: affideremo infatti a Iara Tyres la distribuzione del nostro premium brand Vredestein". "Crediamo fortemente - ha aggiunto Ercole - nei valori e nei progetti di questa azienda emergente. Grazie all'ampliamento della gamma Apollo e ai prodotti top di Vredestein, Quatrac 5, Sportrac 5, Ultra Vorti e il nuovissimo Ultrac Satin, presentato al salone di Ginevra, abbiamo la certezza di poter raggiungere insieme obiettivi ambiziosi."

Per il **Gruppo Continental** sono intervenuti Luigi Cirillo, key account manager, e Andrea Reffo, responsabile formazione, che hanno descritto i ruoli delle varie divisioni del Gruppo Continental, Tyres, Powertrain, Contitech, Chassis, Safety e Interior, dedicando particolare attenzione alla Ricerca & Sviluppo, agli investimenti per aumentare ulteriormente la produzione entro il 2018 e all'ultimo pneumatico UHP super sportivo: SportContact 6.

Il responsabile della divisione moto Italia di Continental, Fabio Borelli, ha presentato la gamma dei prodotti e le tecnologie che li contraddistinguono. Grazie alla forte e costante partnership con IaraTyres, l'azienda promuove inoltre contenuti e progetti dedicati, come ad esempio la promozione Get the Grip rivolta ai punti vendita specializzati.

Jacques Licata, responsabile commerciale di **Avon Tyres**, ha presentato le caratteristiche di sicurezza e affidabilità anche su bagnato dei nuovi pneumatici ZX7 e ZV7. Il manager ha inoltre ampiamente descritto il programma di marketing AvonClub. "Avon ritiene che nel medio termine soltanto la costante qualità e affidabilità dei prodotti potrà consentire di migliorare le vendite e consolidare la fiducia della clientela", ha dichiarato Licata.

Per **Hankook Tire Italia** è intervenuto il capo area Andrea Sulli, che ha presentato la gamma dei prodotti, soffermandosi sul nuovo estivo Ventus Prime 3 K125, particolarmente affidabile su bagnato.

Tutte le aziende presenti avevano allestito degli spazi dedicati, dove poter accogliere i clienti e rispondere dettagliatamente ai quesiti e illustrare i propri prodotti.

IaraTyres ha voluto premiare Massimiliano Andreoni, titolare della **ConverGomme di Viterbo**, quale miglior rivenditore per la marca Apollo nel 2015 e Alfio Maggi, in rappresentanza della **F.lli Maggi di Frosinone**, che nel 2015 ha avuto la migliore performance di crescita, sempre sulla marca Apollo.

L'incontro si è concluso con la presentazione del **terzo seminario GeminiStore**. Come ormai consuetudine, infatti, l'agenzia Lando f Emotion organizza degli eventi, che diventano occasioni d'incontro e aggregazione e quest'anno la meta sarà **l'isola di Kos**.

Ha concluso l'incontro Antonio Andreucci di **GruppoGemini**, che, esprimendo il personale piacere di partecipare ancora una volta alla ormai tradizionale Convention IaraTyres, ha proposto ai presenti una considerazione conclusiva in considerazione degli argomenti trattati: "i pneumatici di oggi contengono altissima tecnologia e rappresentano una fantastica evoluzione rispetto ai pneumatici di una volta. Le moderne autovetture sono inoltre incredibilmente più sicure e sofisticate. Tutto ciò è un'opportunità incredibile per il rivenditore specialista, che può far valere la propria competenza e professionalità: basta con il prezzo tutto incluso!". "L'esplosione dell'offerta e di internet - ha aggiunto Andreucci - hanno banalizzato il prodotto, mai particolarmente considerato dal consumatore e soltanto il rivenditore può e deve illustrare i contenuti tecnologici, consigliare il prodotto più adeguato, curare il montaggio e offrire servizi connessi e di grande valore. Codici di carico e di velocità, omologazioni, valori di rating dell'etichetta europea, tipologia di prodotto (summer, all season, winter) e molto altro rappresentano un vero e proprio capitale di conoscenza per il rivenditore che vuole essere definito 'specialista'. E contro questo tipo di rivenditore Internet avrà la vita molto, ma molto dura".

