

La vulcanica Picone Pneumatici continua a lanciare novità, che qualche volta possono anche lasciare perplessi mercato e concorrenza. Il primo dicembre, l'azienda di Salerno è diventata srl, con un capitale di 1,2 milioni di euro interamente versato. Picone da ditta individuale è diventata società a responsabilità limitata con due rami di attività: il primo è Picone Pneumatici, il secondo è Gusto Picone, dedicato al food.

“Qualunque sia il prodotto, l'obiettivo è che il marchio Picone sia una garanzia per il consumatore finale”, ha affermato Vincenza Del Verme, Responsabile Marketing dell'azienda. “I prodotti e servizi Picone saranno garantiti da noi stessi. Qualunque problema si presenti, lo risolveremo rimborsando o sostituendo il prodotto difettato al cliente.”

L'altra novità importante è la stipula di una partnership con Infront, azienda specializzata nella vendita di spazi pubblicitari nel mondo del calcio, che ha permesso di essere presenti sui cartelloni laterali dello Stadio Olimpico durante le partite della Lazio fino a giugno 2018. Con Infront verrà avviata anche un'attività di co-marketing.

Vincenza Del Verme,
responsabile marketing di
Picone, insieme a Lorenzo
Annesi, Lorenzo, adv
sponsorship di Infront

“Essere partner della Lazio Calcio per lo Stadio Olimpico ci dà sicuramente una visibilità assoluta, oltre ad essere motivo di orgoglio e prestigio per l'azienda. I risultati di tale

visibilità sono importanti soprattutto per il b2c, pubblico al quale mira sempre di più la politica aziendale di Picone. I termini grossista, ingrosso, depositi sono oggi archiviati: l'obiettivo di Picone srl è diventare una piattaforma, un market place per b2b e b2c."

Infine, Picone è partner della Croce Rossa e della Polizia Stradale: dal primo marzo saranno realizzati una serie di eventi di guida sicura destinati agli istituti superiori del salernitano.

Che sorprese ci riserverà in futuro l'azienda salernitana?

© riproduzione riservata
pubblicato il 26 / 01 / 2018