

Terzo continente per il quarto P Zero World: dopo Los Angeles, Monaco di Baviera e Monte Carlo, Pirelli apre a Dubai il suo nuovo flagship store - espressione della strategia retail della P lunga ma anche del suo posizionamento sul mercato - e lo fa nel contesto che ha saputo porsi come fulcro tra i paesi del Golfo e il resto del mondo. Una parata di oltre 60 supercar di appassionati e collezionisti locali ha salutato l'apertura del nuovo negozio, dopo aver attraversato la capitale dell'Emirato; il giorno successivo, invece, oltre 200 vetture hanno calcato l'asfalto del circuito Yas Marina di Abu Dhabi per la P Zero Experience, il trackday firmato Pirelli.

Il concetto di P Zero World è stato spesso sintetizzato come "la boutique del pneumatico", un negozio dove i clienti trovano i prodotti più esclusivi della gamma Pirelli oltre a servizi dedicati al mondo delle auto sportive e di lusso. I P Zero World sono gli unici negozi dove scoprire l'intera offerta della P lunga, come il P Zero Trofeo R, il pneumatico con omologazione stradale più performante della gamma; qui si possono trovare le gomme Pirelli Collezione, progettate per tutelare l'originalità delle auto classiche ma con tecnologie all'avanguardia. Naturalmente, tutta la gamma Pirelli è a disposizione dei clienti, compresa quella Moto e quella Velo così come gli accessori firmati Pirelli Design. Fra i servizi esclusivi per i clienti del nuovo P Zero World, il car valet e la courtesy car, ma non solo: qui è possibile vivere completamente l'esperienza Pirelli, dalle immagini del calendario più celebre del mondo all'esposizione del "fiore" composto dai pneumatici da F1. Insomma, l'espressione della strategia di Pirelli, focalizzata sull'alto e altissimo di gamma, quel settore del mercato che mostra una crescita continua e dove l'azienda milanese ha saputo conquistare una leadership riconosciuta da clienti e costruttori automobilistici: in cifre, significa presidiare oltre la metà del primo equipaggiamento delle vetture prestige. Se più di una supercar su due è gommata Pirelli, anche fra le auto premium la P lunga ha saputo conquistare più del 20% del mercato, confermando la leadership sull'high value.

Perché a Dubai?

Dubai, al centro degli Emirati Arabi Uniti, è stato nella sua storia un importante hub commerciale e portuale, il che lo ha reso l'emirato più aperto a influssi e tendenze in arrivo dal resto del mondo. Non a caso, nel 2020 sarà ospitato l'Expo, l'esposizione universale che richiamerà 25 milioni di turisti. A Dubai, la passione per l'auto ha saputo radicarsi in modo forte e rappresenta per importanza il secondo mercato di tutto il Golfo, dietro solo all'Arabia Saudita. Gli Emirati Uniti assieme sono il fulcro del mercato dell'auto di lusso in Medio Oriente, area dove per i prossimi anni si prevede una crescita del 4-5% annuo per le quattro ruote di lusso. Prova di questa passione ne è lo stesso corpo di Polizia di Dubai che possiede un parco auto da collezionisti: Lamborghini Aventador, Ferrari FF, Bentley Continental GT, McLaren 12C e Audi R8 sono solo alcune delle supercar con lampeggianti e livrea bianco-

verde. Alcune di queste, hanno guidato la parata di 60 auto sportive che si sono presentate all'apertura del P Zero World. E a Dubai è attiva anche la W Motors, la prima azienda araba produttrice di hypercar. Una Fenyr SuperSport gommata Pirelli è stata anche ospitata all'apertura del P Zero World e, a rappresentare il costruttore, era presente il CEO di W Motors, Ralph R. Debbas. Costruttore esclusivo e visionario, W Motors è stata capace di incastonare 240 diamanti nei fari anteriori o creare un display a ologrammi per l'abitacolo.



All'evento è stata anche esposta una Aston Martin Zagato: per il carrozziere milanese, la presenza a Dubai ha rappresentato l'inizio delle celebrazioni per il centenario dalla nascita, festeggiato assieme all'apertura del P Zero World.

Non stupisce, insomma, che a Dubai - e più in generale negli Emirati Arabi - questa passione per l'auto sportiva si accompagni a scelte precise e chiare degli automobilisti. Parlando di pneumatici, l'omologazione e la marcatura hanno un'importanza strategica in questo mercato, dove la tendenza dei proprietari di supercar è quella di acquistare pneumatici marcati al cambio gomme, cioè quelli progettati per l'auto che si guida. Una scelta che dà sostanza alla strategia aziendale che Pirelli chiama "Perfect Fit" e di cui è leader di mercato. La marcatura dei pneumatici identifica quelli realizzati appositamente per un modello specifico, con simboli identificativi per i vari costruttori. Queste gomme nascono grazie a un percorso di co-sviluppo fra Pirelli e i car maker che dura 2-3 anni e dà vita a pneumatici omologati specificatamente per le vetture su cui devono essere montati. Una garanzia fondamentale per i proprietari di queste auto che sanno così di poter ottenere il massimo delle prestazioni e il comportamento perfetto che gli ingegneri del costruttore hanno progettato.

Caffè italiano e Track Expert

Il P Zero World di Dubai nasce in una nuova struttura, su una superficie di oltre 600 metri quadrati, divisi fra showroom e officina, dove lavorano 5 tecnici, 2 venditori e un'addetta

alla reception. Quattro i ponti disponibili dove si possono eseguire tutte le operazioni sugli pneumatici, utilizzando i migliori macchinari del mondo. Fra questi, i più moderni laser per l'allineamento delle ruote o sistemi di montaggio completamente automatici che non richiedono l'intervento umano e garantiscono un lavoro perfetto grazie a soluzioni tecniche specifiche che evitano ogni danno ai cerchi. Inoltre, il P Zero World di Dubai si è dotato di uno dei più veloci macchinari per il bilanciamento capace di risolvere problemi - come vibrazioni sul volante - che i sistemi tradizionali non permettono di identificare.

Nell'attesa, i clienti possono divertirsi con un simulatore F1 a dimensione naturale e godere di un vero caffè italiano, offerto dal bar del P Zero World, mentre i tecnici si prendono cura dell'auto. A disposizione dei clienti, anche un Track Expert, un professionista pronto a dare utili consigli sull'assetto della macchina e sulla gestione dei pneumatici, oltre che suggerimenti specifici per la guida in pista.

“La strategia retail di Pirelli - ha spiegato Gaetano Trezza, Head of Trade&Operative Marketing di Pirelli - è focalizzata sull'attivazione di punti vendita in collaborazione con partner già attivi sul luogo, come nel caso di Dubai con il nostro distributore Al Hawaii che lavora esclusivamente con Pirelli da 32 anni. Significa poter contare su una clientela già fidelizzata ma soprattutto sull'affidabilità e la competenza di imprenditori con la passione per il nostro mestiere. All'interno di questa strategia, il P Zero World è la punta di diamante dove i clienti scoprono il nostro marchio, prodotti esclusivi, servizi del massimo livello e un contesto studiato ad hoc. Inoltre, possono scoprire anche i brand nostri partner che ci aiutano a creare quell'ambiente capace di distinguere il P Zero World da ogni altro gommista. Prossimo appuntamento: l'apertura del P Zero World di Melbourne in Australia.





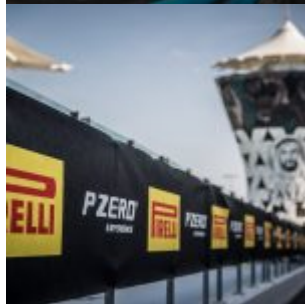














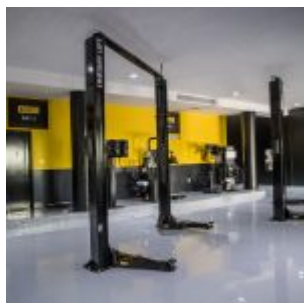




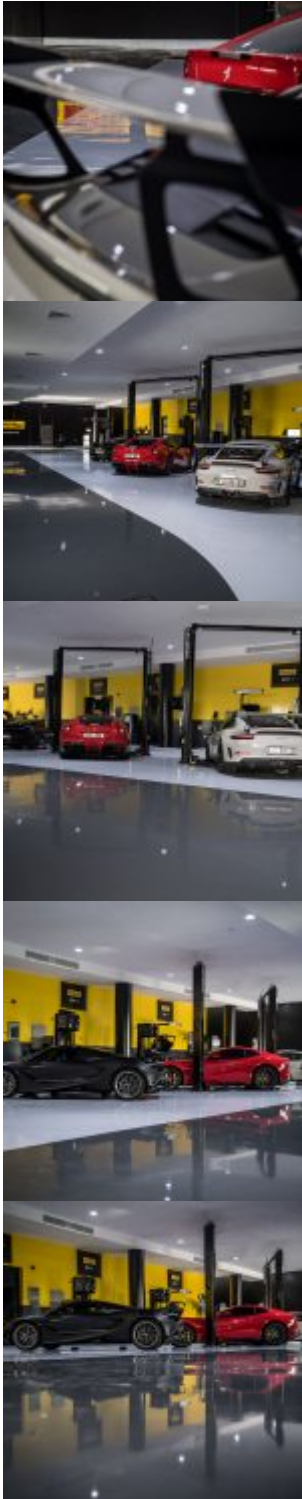








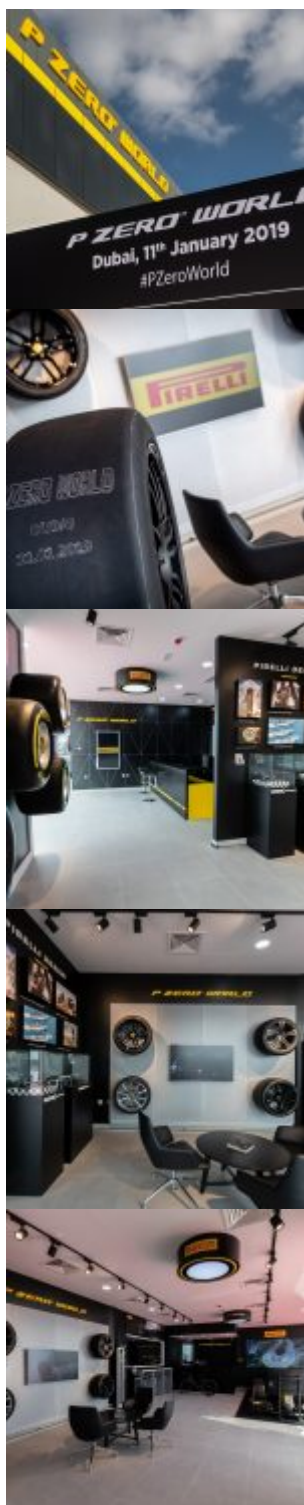














© riproduzione riservata
pubblicato il 16 / 01 / 2019