

Nokian Tyres ha rinnovato tutta la gamma, presentando ad Autopromotec un nuovissimo pneumatico winter e due summer, che hanno riscosso molto interesse e che, a detta del country manager **Angelo Giandelli**, rappresentano “un notevole miglioramento rispetto alla già ottima qualità della precedente gamma Z Line”.

Snowproof, Wetproof, Powerproof, la gamma nuova per l'Europa



“Ad Autopromotec c’è stato il primo impatto dei clienti con i nuovi prodotti, che sono di ottima qualità e belli anche a vedersi, perché abbiamo curato anche l’estetica, pulendoli dai residui della vulcanizzazione”, ha affermato Giandelli. “L’interesse è stato molto marcato soprattutto per lo Snowproof, che a Bologna abbiamo presentato in anteprima mondiale. Per i due estivi Wetproof e Powerproof, invece, che sono disponibili da aprile, stiamo già registrando il feedback del mercato, che, valutandoli nei primi chilometri di vita, ha dato un responso decisamente positivo.”

“Alla precedente gamma Z Line mancava davvero pochissimo alla perfezione, con questi nuovi prodotti la qualità è ulteriormente migliorata e sono convinto che ci daranno grandi soddisfazioni”, continua il responsabile per il mercato italiano di Nokian Tyres.

Lo specialista del bagnato **Wetproof** ha dimostrato sul campo il suo valore, vincendo ben due test in Germania, organizzati da **GTÜ-ACE** e dalla rivista **Auto Motor und Sport (AMS)**, ma a Giandelli quello che interessa di più è il responso dei gommisti prima e degli utenti poi. E, a giudicare dalle prime vendite, questo responso è davvero positivo.

Per quanto riguarda invece il nuovo invernale, Giandelli è davvero entusiasta: *“Lo Snowproof è un prodotto molto adatto al nostro mercato italiano, perché garantisce ottime prestazioni anche a temperature un po’ più elevate”. “Lo sviluppo ha tenuto infatti in considerazione proprio la necessità di performare al meglio anche a 9-12 gradi di temperatura, in modo da offrire un prodotto ideale ai mercati del sud e del centro Europa, tra cui anche l’Italia. Per questo, sono convinto che avremo degli ottimi risultati”.*

La rete NAD: puntiamo alla qualità



Oltre alla gamma di prodotti rinnovata, Nokian Tyres sta lavorando al programma NAD (Nokian Authorized Dealer) e, probabilmente il prossimo anno, sarà disponibile anche un magazzino in Italia.

“La nostra rete NAD si sta sviluppando bene, perché abbiamo inserito dei nuovi distributori e stiamo aprendo vari canali di commercializzazione”, dice Giandelli.

*“Abbiamo una rete indiretta di circa 450 NAD in tutta Italia, anche se un po’ più concentrati nelle regioni del nord”, aggiunge **Andrea Cancian**, sales representative Italy NAD. “Il nostro obiettivo è puntare alla qualità più che alla quantità, per cui non abbiamo particolare interesse ad incrementarne il numero totale. Quello che vogliamo è renderli sempre più performanti”.*

In questo momento i punti vendita Vianor sono in fase di ribrandizzazione NAD e ogni anno qualche nuovo negozio sposa l’insegna, soprattutto nel centro e sud Italia, dove il marchio è storicamente un po’ più debole. Il vero interesse del produttore finlandese è però tutto focalizzato sulla qualità e sulla visibilità della rete.

“Stiamo cercando di migliorare l’aspetto visivo dei punti vendita, anche all’interno, promuovendo il marchio con delle campagne di sell out, che realizziamo con in collaborazione con il distributore di riferimento”, aggiunge Cancian.

*“Abbiamo risorse da investire, - conclude **Angelo Giandelli** - ma il nostro primo obiettivo è seguire, supportare e far crescere ulteriormente i rivenditori che già credono nel nostro brand e che stanno performando bene”.*