

Tenneco Inc., il produttore degli ammortizzatori e dei sistemi di sospensione Monroe, destinati al mercato del primo equipaggiamento e a quello del ricambio, ha presentato al mercato italiano l'iniziativa "I love Monroe", ideata per promuovere il marchio e la cultura della sicurezza legata al buono stato degli ammortizzatori. L'iniziativa, inaugurata nei primi giorni di maggio e conclusasi a fine giugno, ha riscontrato un grande successo in tutte le sue tappe.

Quattro Seat Leon dalla livrea del WTCC 2011, guidate da eleganti promoter, hanno viaggiato lungo tutta la penisola, per incontrare ricambisti e meccanici, ma anche il grande pubblico. L'itinerario ha condotto le 4 vetture in Lombardia, Liguria, Toscana, Lazio, Campania e Sicilia, dove sono state protagoniste di una serie di eventi organizzati presso i principali centri commerciali e officine, in collaborazione con alcuni distributori dei prodotti Tenneco (Ovam, Sarat, Chisari, Centro Europa Ricambi, Maina, Euroveicoli e General Parts).

"L'iniziativa 'I love Monroe' è assolutamente innovativa e conferma la forte volontà di Tenneco di essere vicina a tutta la filiera distributiva, ricordando a meccanici e ricambisti l'importanza della verifica dello stato di usura degli ammortizzatori", afferma Alessandra Casetta, Marketing Manager Centro e Sud Europa. "L'iniziativa è stata utile anche per informare la clientela della forte esperienza OE che caratterizza l'azienda e della sua capacità di trasferire tutto il know-how tecnico nei prodotti e servizi destinati all'aftermarket. In occasione di 'I love Monroe', inoltre, abbiamo presentato i nuovi prodotti per sterzo e sospensioni - la tiranteria - che confermano l'assoluta posizione di Monroe di 'Specialista delle sospensioni'", conclude Alessandra Casetta.

Parallelamente, gli eventi organizzati con il grande pubblico in occasione di "I Love Monroe" prevedevano giornate di controllo gratuito degli ammortizzatori. Questi eventi testimoniano quanto Tenneco sia sempre in prima linea per diffondere la cultura della sicurezza, sensibilizzando gli automobilisti sulla corretta manutenzione degli ammortizzatori. Questo aspetto oggi è importante, più che mai, poiché la crisi economica sta seriamente compromettendo la propensione degli italiani alla manutenzione delle proprie vetture, aumentando i rischi legati alla sicurezza. Gli ammortizzatori sono componenti non visibili, controllati di rado, che si usurano progressivamente; l'automobilista non si può accorgere del loro consumo e di conseguenza si abitua alla guida con ammortizzatori usurati, correndo grossi rischi, come recenti test organizzati anche da enti terzi hanno dimostrato.

Per promuovere maggiormente la cultura di una corretta manutenzione degli ammortizzatori, le promoter di "I love Monroe" hanno regalato agli automobilisti materiale

informativo sui pericoli della guida con ammortizzatori scarichi, oltre a un originale drink Monroe, un succo multivitaminico salutare. L'iniziativa "I Love Monroe" proseguirà ora il suo itinerario all'estero; prossimamente le vetture saranno in Spagna, Portogallo e, infine, in alcuni Paesi del Centro Europa come Repubblica Ceca, Ungheria, Croazia, Slovenia, Bulgaria, e molti altri ancora.

"I love Monroe", insieme all'importante iniziativa itinerante "Tenneco on tour", organizzate entrambe a livello internazionale, testimoniano il forte impegno di Tenneco nella promozione dei propri marchi sul mercato e l'innovazione che la caratterizza da sempre nel trovare per prima nuove iniziative volte alla diffusione della cultura della sicurezza a tutti i livelli, dai professionisti della riparazione agli automobilisti.