

Grazie al recente accordo con la Cooper Tire & Rubber, da febbraio, Overgom Srl offre in esclusiva al mercato italiano i pneumatici a marchio Cooper. "Ci ha fatto molto piacere che la scelta di Cooper sia ricaduta su di noi", ha detto Emanuela Girardi, responsabile marketing di Overgom, "perché significa che hanno apprezzato l'attenzione che, nel nostro business plan, avevamo dedicato alla valorizzazione del marchio, al posizionamento sul mercato, agli aspetti commerciali e di marketing, che vanno oltre le semplici logiche di volumi e prezzo."

La gara per aggiudicare l'esclusiva è stata lanciata dalla società americana nello scorso ottobre e la selezione si è basata sulle proposte di piano a tre anni avanzate dai candidati italiani. "E' stato un lavoro lungo e complesso, ma l'investimento che Cooper Tire vuole fare in Italia, che è il secondo mercato in Europa, è importante e quindi volevano trovare un partner di lungo periodo con cui lavorare e con cui portare avanti una strategia commerciale adatta al loro brand" sottolinea Girardi. La filosofia di Overgom è infatti da sempre instaurare rapporti di lungo periodo, sia con i clienti che con i fornitori e valorizzarne la professionalità.

Per il lancio del marchio in Italia, Overgom sta finalizzando un piano di marketing con gli uffici europei di Cooper e l'introduzione ufficiale avverrà probabilmente in occasione di Autopromotec. "Oltre ad essere un ottimo prodotto", ci spiega Emanuela Girardi, "Cooper, che è il secondo gruppo americano e l'ottavo al mondo, possiede una gamma di pneumatici vastissima che copre tutti i segmenti con prodotti di alta qualità, ad alto contenuto tecnologico e con particolare attenzione ai segmenti SUV, 4X4 e alto di gamma".

Nel 2010 Overgom, con un volume di circa un milione e mezzo di pezzi, ha fatturato oltre 100 milioni di euro, una crescita importante che ha portato l'azienda con sede a Torino e 8 centri di distribuzione sul territorio (Milano, Roma, Brescia, Verona, Udine, Cesena, Genova e Prato) a raddoppiare i ricavi in soli cinque anni. Il portafoglio vanta tutti premium brand, gestiti con contratti diretti e di cui il 30% circa sono distribuiti in esclusiva nazionale o territoriale, proprio perché lavorare con contratti di esclusiva è la strategia portante della società.

"Siamo un'azienda legata ai valori della famiglia e della tradizione", conclude Girardi, "ma guardiamo sempre al futuro e all'innovazione, anche nel modo di comunicare: da due mesi è infatti online il nuovo sito internet e clienti e appassionati ci possono trovare anche su facebook e su linkedin!".