

Pirelli cambia marcia e declina la prossima campagna di sell out invernale con un taglio meno altisonante, ma più concreto e orientato al rivenditore. "Crediamo molto in questa campagna invernale, che nasce dall'ascolto delle esigenze dei nostri principali dealer. La promozione è meno autoreferenziale e più mirata ad incrementare il business e l'efficienza del gommista, soprattutto in una fase della sua professione in cui i cambiamenti sono particolarmente repentini", spiega Giovanni Ricci, responsabile marketing di Pirelli.

Il titolo della campagna è "Anticipa la tua voglia di inverno" e l'obiettivo è convincere gli automobilisti a fare il cambio gomme per tempo, in modo da aiutare i gommisti a rendere più stabile il business, distribuire i costi fissi e gestire il picco stagionale, senza perdere opportunità.

Giovanni Ricci sottolinea come, grazie alle campagne di sensibilizzazione sulla sicurezza e sui pneumatici invernali promosse in questi anni da produttori, gommisti e associazioni, oggi il cambio gomme è percepito come un'operazione di routine importante per la sicurezza personale. "Ora è arrivato il momento di insegnare al consumatore quali sono le tempistiche e come scegliere il professionista giusto e il prodotto giusto. Dopo la prima fase divulgativa, dobbiamo fare lo sforzo di educare gli automobilisti italiani sui contenuti e noi cerchiamo di farlo con questa campagna", spiega Ricci.

[\(altro...\)](#)