"Fare rete significa prima di tutto costruire un ecosistema virtuoso in cui condividere programmi e iniziative di successo, individuare le sinergie tra business e attività diversi e creare relazioni di qualità tra i membri", afferma **Marco Prosdocimi**, **Retail Director** di **Goodyear Dunlop Italia**. *"Ma in epoche di grandi cambiamenti, in cui gli imprenditori ci chiedono supporto per affrontare le nuove dinamiche di mercato che minacciano la loro competitività, fare rete per Goodyear significa anche sviluppare strategie e azioni che permettano ai suoi soci di adattarsi, evolvere e dotarsi degli strumenti necessari per cogliere per primi le opportunità e non farsi trovare impreparati di fronte alle grandi trasformazioni che stanno coinvolgendo il nostro settore"*.

Questo è stato il *fil rouge* che ha caratterizzato **Together Today**, **la convention Retail 2019 di Goodyear Dunlop Italia**. Un'edizione particolarmente speciale visto che, per la prima volta, gli aderenti alla rete **SuperService** e quelli del network **TruckForce** si sono ritrovati fianco a fianco per un momento di condivisione sulla strategia Retail di Goodyear Dunlop, sui nuovi programmi e sui prodotti che l'azienda lancerà nel corso dell'anno nei segmenti vettura, moto e autocarro.

Gli oltre 300 imprenditori riuniti nella splendida cornice di Monte-Carlo hanno infatti potuto conoscere anche i responsabili della **struttura Retail europea di Goodyear Dunlop EMEA**, nata con l'obiettivo di sviluppare progetti e iniziative a beneficio di tutte le sue reti.

"In Europa le nostre reti contano oltre 2600 centri specialistici vettura e quasi 2000 per l'autocarro: un patrimonio inestimabile di competenze ed esperienza, che passa anche attraverso le differenze che contraddistinguono i diversi mercati", ha dichiarato **Jacek Prizcek**, **Retail Director Europe** di Goodyear Dunlop, ospite speciale dell'evento. *"i rivenditori SuperService e TruckForce fanno parte quindi di una realtà europea, con la possibilità di beneficiare delle best practice sviluppate in altri Paesi"*.

Oltre al vantaggio di far parte di un network innovativo e con un diversificato portafoglio di soluzioni all'avanguardia, SuperService e TruckForce possono fare affidamento sulla qualità e sull'ampiezza della gamma Goodyear e Dunlop. Per questo motivo, agli oltre 600 partecipanti alla due giorni di Monte-Carlo, sono state presentate le principali novità legate ai prodotti Goodyear Dunlop nei diversi segmenti.

Nel dehor del prestigioso Grimaldi Forum sono stati esposti in anteprima il **nuovo Eagle F1 Asymmetric 5**, ma soprattutto la **nuova gamma Eagle F1 SuperSport**, la serie di pneumatici ad altissime prestazioni, sviluppata da Goodyear per equipaggiare dalle berline più sportive fino ai modelli da track day.

In prima linea anche il **nuovo pneumatico sportivo stradale Dunlop SportSmart Mk3**, sviluppato per adattarsi a qualunque condizione atmosferica ed equipaggiare moto sportive, maxi naked e sport tourer, e la **nuova gamma autocarro Goodyear OMNITRAC** per servizio misto con tecnologia Durashield.

La Convention Retail per Goodyear Dunlop è tipicamente un momento in cui si guarda al futuro, per analizzare il contesto competitivo e offrire ai membri delle reti una visione privilegiata sui cambiamenti in atto e sulle strategie a disposizione per non affrontarli.

Per questo motivo, come special guest dell'evento è stato invitato il famoso giornalista economico **Sebastiano Barisoni**, **voce storica di Focus Economia** e **Vice Direttore di Radio24**. Nel suo intervento, Barisoni ci ha ricordato l'importanza di offrire un reale valore aggiunto all'utente finale: con un utente finale che può confrontare i prodotti e i servizi seduto comodamente sul divano e che può trovare diverse alternative alla velocità di un click, non si può pensare di continuare operare come si è sempre fatto. Nessun business è immune alla rivoluzione in atto. Bisogna smettere di concentrarsi sul prezzo come leva competitiva e focalizzarsi su un'esperienza d'acquisto in grado di soddisfare appieno le esigenze del cliente.

"*Cambiano i paradigmi e si attestano prepotentemente nuovi trend, come la mobilità condivisa, i veicoli elettrici e autonomi e l'esplosione del digitale e dei canali di informazione", continua **Marco Prosdocimi**. "In uno scenario così complesso e dinamico, il ruolo delle reti SuperService e TruckForce è proprio quello di facilitare la transizione dei suoi membri, fornendo soluzioni innovative e percorsi di sviluppo che permettano ai nostri rivenditori di attrarre e fidelizzare i clienti. Vanno in questa direzione l'articolato calendario formativo, le numerose iniziative di marketing on e offline e soprattutto le molte partnership che sviluppiamo con partner distintivi per consentire ai nostri aderenti di diversificare l'offerta con prodotti e servizi rivolti alla cura dell'auto nel suo complesso".*

Per stimolare l'integrazione e la diversificazione del business, oltre a permettere ai rivenditori di approfondire la conoscenza dei programmi SuperService e TruckForce e dei prodotti di tutte le gamme Goodyear Dunlop (vettura, moto e autocarro), la Convention Retail 2019 ha offerto un momento di networking con i partner delle due reti, società leader nei rispettivi business, delle attrezzature, ai ricambi e componenti automotive, alle soluzioni IT al finanziamento sell-out e noleggio auto.

Infine, è stato toccato un tema molto sentito dai rivenditori di tutta Italia, grazie a un intervento di **Giovanni Corbetta**, **Direttore Generale** di **Ecopneus**, che ha raccontato l'attività del Consorzio e dato un aggiornamento sui numeri della raccolta e le sfide ad essa

collegate.

"Per vincere sul mercato oggi servono tre elementi principali: la forza di una rete, la garanzia di prodotti e brand prestigiosi e le persone giuste. Durante la nostra convention tutti questi elementi erano presenti e ben intrecciati. Con questi presupposti ci aspettiamo un grande 2019!" conclude **Marco Prosdocimi**.