

Driver Center compie 30 anni e li festeggia insieme ai suoi 450 punti vendita che ne fanno la rete di rivenditori di pneumatici e assistenza al veicolo più ampia d'Italia.

Nato nel 1992, a partire dal 1994 il network Driver si è esteso anche in Germania, Spagna, Grecia, Polonia e Svizzera, arrivando a contare più di 1100 punti vendita. Il traguardo è stato celebrato durante la Convention Driver 2022, che si è svolta il **26 e il 27 marzo a Sorrento**. Un'occasione in cui gli aderenti hanno potuto discutere della **strategia, il piano operativo e i progetti della Rete per il futuro**. La ricorrenza, peraltro, cade nell'anno in cui Pirelli celebra i suoi 150 anni.

I VALORI DI DRIVER

Dall'idea di Pirelli di affiancare al prodotto un servizio specializzato nasce "Driver Pneumatici e Assistenza", una promessa che si è evoluta nel corso del tempo attraverso la competenza e professionalità dei gommisti. Oggi Driver guarda al futuro guidata da tre valori fondamentali: visione, passione e innovazione, rappresentati sul palco dagli imprenditori stessi per valorizzare le diverse generazioni che si sono riconosciute nel marchio. Sono intervenuti, infatti, **Antonio Testa** di Borgo Gomme, fra i primi a vedere in Driver un'opportunità, **Antonio Barone** di Pneuservice, entrato nella rete nel 2007 e **Giulia Feriero** di Tony Gomme, testimone dell'ultima decade, periodo rivoluzionato da un'esperienza d'acquisto sempre più digitale e attenta alle esigenze del consumatore.



ATTIVITÀ E STRATEGIE

Il network Driver rappresenta un modello di riferimento nel mercato automotive italiano. Il supporto garantito agli aderenti copre diversi ambiti: le attività di vendita, lo sviluppo degli accordi con le aziende locali e la possibilità di utilizzare strumenti del mondo Pirelli, fra cui le sponsorizzazioni nelle principali competizioni sportive.

Una delle più importanti novità comunicate nel corso della Convention Driver, infatti, è la **presenza del brand, insieme a quello Pirelli attraverso la sua Formula 1® Global Partnership, in due Gran Premi** di questa stagione, al fine di sviluppare la visibilità internazionale del marchio Driver. Un altro elemento fondamentale nella strategia Driver è la formazione dei gommisti, attraverso corsi tecnici di prodotto, di marketing, di approccio al cliente. Di questi il principale è il Master Driver in “Gestione d’Impresa Automotive” in collaborazione con Il Sole 24 Ore e Newton Management Innovation.





UN'ESPERIENZA DI ACQUISTO SEMPRE PIÙ SMART

In merito al futuro di Driver, l'amministratore delegato **Alberto Zanoli** ha dichiarato: *"Siamo molto soddisfatti del traguardo che abbiamo raggiunto. Driver è un percorso in continua evoluzione, fatto di aziende ma soprattutto di persone e oggi, dopo 30 anni, siamo pronti ad alzare ulteriormente il livello. Con la prossima fase della nostra strategia, definita nel programma "Driver Next", vogliamo creare un'esperienza di acquisto facile e veloce, basata su una relazione di fiducia con il cliente, da costruire attraverso l'innovazione dell'offerta, l'eccellenza del servizio e dei processi e la formazione continua".*



© riproduzione riservata pubblicato il 30 / 03 / 2022