

*“La nuova strategia di comunicazione e marketing di Yokohama si basa su due concetti base:*

- Yokohama è l'unico marchio Premium con distribuzione selettiva, ovvero non presente ovunque,*
- Il Rivenditore al centro del progetto.”*

Queste le parole di **Giovanni Masinelli**, nuovo Manager Esecutivo di Yokohama Italia e del Gruppo Magri.

Tenendo come riferimento questi due concetti basilari, sono state consegnate le prime Abarth 595, destinate esclusivamente ai rivenditori ufficiali Yokohama, a:

- Mirko Galafassi - **G. Gomme Kwik Fit di Suzzara**
- Claudia & Alessandro Poiatti - **Poiatti Gomme CDG di Artoigne.**

*“Il precedente concetto di auto di cortesia viene ora declinato in chiave moderna come Auto Spot - spiega **Masinelli** - ovvero una vettura che possa condividere con Yokohama i concetti di bellezza, sportività, alte prestazioni ed esclusività. La piccola vettura sportiva italiana non passerà certo inosservata in zona e quindi diventerà il miglior strumento pubblicitario a livello locale per il Rivenditore Yokohama.”*

Le nuove Abarth 595 Yokohama saranno disponibili per i rivenditori appartenenti ai **Network CDG & Kwik Fit.**

*“L'Auto Spot sarà un tassello importante nella strategia di comunicazione dei nostri Network”, aggiunge **Alex Cavazzoli**, responsabile dei progetti di affiliazione del gruppo. “Oltre all'Auto Spot è infatti previsto un pacchetto di supporti e investimenti di comunicazione a livello locale, dove il nostro Rivenditore sarà il protagonista. Il tutto a completamento degli importanti investimenti pubblicitari a livello nazionale di Yokohama, come Radio 24, SKY TV, riviste del settore automotive, riviste lifestyle (come GQ) e scientifiche (come Focus).”*

*“L'evidente cambio di passo impresso a Yokohama Italia nel 2020 dal nuovo management, all'insegna degli slogan “Yoko is back” e “Rinnamorarsi”, alla base del progetto di comunicazione, ha il chiaro obiettivo di riaccendere l'interesse del Rivenditore che vuole distinguersi, e dei suoi clienti, verso un marchio esclusivo, altamente tecnologico, performante, in grado di trasmettere emozioni uniche”, conclude **Masinelli.***