

Carrera e Sanetti,

trionfano a Varano

triumph in Varano



L'autodromo di Varano ha ospitato la terza tappa della Coppa Italia del campionato Driver Trophy. La gara è stata una autentica prova di forza del rientrante Sanetti. Il pilota del team Carrera al volante della sua Honda Civic Type R ha letteralmente dominato la gara. Sin dallo spegnersi del semaforo rosso, è balzato al comando sorpassando al via il rivale Massa partito dalla pole. Sanetti ha legittimato questo successo imponendo alla gara un ritmo impressionante, guadagnando infatti quasi due secondi al giro sui rivali. Il pilota del team Carrera dopo i tanti successi non sembra essersi stancato di aggiungere record e trofei alla sua già ricca collezione di vittorie e rimane ancora una volta il favorito principale per la conquista del titolo



iridato.



The Circuit of Varano hosted the third race of the Driver Trophy. The race was a true test for Sanetti. The Honda Civic Type R of the Carrera team's driver has absolutely dominated the race. Sanetti has led the race since beginning and his success has been legitimized by imposing the race an incredible pace, gaining nearly two seconds per lap over all the other drivers. The Carrera team's driver seems not tired of adding records and trophies to his already impressive collection of victories and is once again the main favorite to win the World Title.

PROFILO DI CARRERA SPA

QUOTA DI MERCATO. Prima quota di mercato del Jeans in Italia nella fascia tra i 20 e i 50 Euro con il circa 27%

PRODUZIONE. Circa l'80% dei prodotti viene realizzato in proprie strutture industriali verticalizzate che partono dal fiocco di cotone e arrivano al prodotto finito

MARCHIO. Registrato a livello mondiale dal 1965

STRATEGIA DISTRIBUTIVA. Multicanale: negozi propri e in partnership, ingrosso, Gdo e grande dettaglio tessile

INSEGNE. Intermedia, Carrefour, Bennet, Pam Finiper ecc. E' presente nei maggiori distributori all'ingrosso e nelle principali catene di dettaglio tessile

POSIZIONAMENTO DEL PRODOTTO. Fascia intermedia

TARGET DI CLIENTELA. Famiglia giovane; uomo, donna, bambino

PRODOTTI VENDUTI. 5,3 milioni l'anno

STRATEGIA CONCORRENZIALE. Controllo integrale della filiera produttiva per mantenere qualità, costi concorrenziali e tempi rapidi di consegna; sviluppo del Carrera Point per migliorare l'immagine e la penetrazione del marchio presso i consumatori; ricerca e sviluppo di nuovi tessuti; internazionalizzazione

OBIETTIVI A MEDIO TERMINE. Aumentare la percezione della marca a livello nazionale, migliorare l'incidenza del fatturato realizzato attraverso i Carrera Point, internazionalizzazione

PAY OFF. Carrera - Il Bello dell'Italia

PROFILE OF CARRERA SPA

MARKET SHARE. First market share of Jeans in Italy in the range between 20 and 50 Euro with approximately 27%

PRODUCTION. About 80% of products are made in their industrial structures that depart from the vertical staple cotton and come to the finished product

MARK. Recorded worldwide since 1965

MARKETING STRATEGY. Multichannel shops and in their partnership, wholesale, retail and large GdO tessile

TEACHES. Intermediate Carrefour, Bennet, Pam Finiper etc.. It's found in more distributors and major retail chains, textile

POSITIONING OF THE PRODUCT. Intermediate zone

TARGET OF GUESTS. Young family, man, woman, child

PRODUCTS SOLD. 5.3 million per year

COMPETITIVE STRATEGY. Control of the production to maintain quality, competitive costs and quick delivery, development of the Carrera Point to improve the image and the penetration of the brand among consumers, research and development of new tissues; internationalization

MEDIUM-TERM GOALS. Increase the perception of the brand nationally, to improve the impact of turnover through the Carrera Point, internationalization

PAY OFF. Carrera - The Beauty of Italy