

La storia di Pirelli Truck è nata un secolo fa e, proprio in occasione del centenario, segna una svolta importante: una rivoluzione che mette il business autocarro al centro dell'attenzione, con il lancio di tre nuove linee di prodotto e con un rinnovato impegno nei servizi e nella comunicazione. "Raramente in questo settore si assiste al lancio di un'intera gamma di prodotti", afferma Alberto Viganò, direttore marketing della business unit truck. "Questo evento manifesta la nostra voglia di investire nel segmento autocarro. La rivoluzione è iniziata nei laboratori di ricerca e sviluppo Pirelli, che hanno declinato mescole e battistrada, ma continua anche nei servizi e nella comunicazione. Avevamo bisogno di una messa a punto dei prodotti e adesso siamo pronti per giocare a tutto campo, nella tradizione di eccellenza qualitativa che contraddistingue Pirelli in tutti i segmenti".

La presentazione alla stampa internazionale delle tre nuove linee di prodotto che completano la Serie 01 è avvenuta ad Izmit, una scelta non casuale, poiché la Turchia è uno dei paesi più importanti per la divisione Truck Pirelli, sia come sito produttivo sia come mercato di sbocco, e rappresenta uno dei paesi che hanno dato il maggiore contributo all'affermazione sui mercati internazionali della 'P Lunga' nel settore dell'autotrasporto in questi 100 anni. Oggi, la Business Unit Truck di Pirelli conta 6 stabilimenti dislocati oltre che in Turchia, in Italia, Egitto, Cina e Brasile, dove sorgono due siti. Tutte le fabbriche della divisione impiegano le più moderne tecnologie produttive del gruppo e si avvalgono dei centri di Ricerca e Sviluppo di Izmit, Santo André (Brasile), Yanzhou (Cina) e Milano, che assicurano la progettazione di pneumatici in linea con le specifiche esigenze dei diversi mercati.

Il senior vice president della business unit truck di Pirelli, Ugo Forner, ha introdotto il lancio dei nuovi prodotti con una presentazione generale dell'azienda Pirelli, che è oggi concentrata al 98% sul prodotto pneumatico e, in particolare, per il 70% sui prodotti consumer e il 30% industrial.

"La divisione autocarro di Pirelli - ha spiegato Forner - ha una forte distribuzione nei mercati emergenti, dove ha anche l'opportunità di confrontarsi con situazioni estreme, come ad esempio i tipici casi di sovraccarico in Cina, che ci hanno portato a realizzare delle applicazioni particolarmente resistenti. In alcuni dei mercati emergenti Pirelli gode di una posizione di leadership che ha saputo costruirsi nel tempo, come in Turchia, Egitto e Sud America. Ma anche nei mercati maturi, Nord America esclusa per scelta, Pirelli conferma il proprio peso e si attesta secondo brand in Europa, dove trova maggior consenso nella fascia meridionale".

Per quanto riguarda invece la produzione dei prodotti autocarro, il peso si sbilancia in favore dei paesi ad economie emergenti, dove vengono prodotti il 95% dei pneumatici. Il

restante 5% è rappresentato dal polo di Settimo Torinese. E' infatti a questo stabilimento che Forner si riferisce quando afferma che "nel segmento autocarro c'è molta innovazione, soprattutto nell'alto di gamma. Il truck è un prodotto misurabile, che viene valutato dai clienti in base all'economicità, in maniera molto approfondita, come nessun altro pneumatico. Un milione di chilometri percorribili con una carcassa, risparmio di carburante e riduzione delle emissioni nocive: è questo quello che oggi le flotte ci chiedono. Ed è per questo che negli ultimi tre anni abbiamo completamente rinnovato la gamma, con un lavoro di ricerca e sviluppo nelle carcasse, che è nascosto, non visibile, ma che ha portato ad un miglioramento sensibile e significativo del prodotto, che ci viene riconosciuto dal mercato".

Il business truck, ha sottolineato il vice president, è molto legato all'andamento dell'economia e pertanto il più ciclico del settore. Sia l'OE che l'aftermarket hanno infatti sofferto nel 2008 la caduta dei mercati europeo, nordamericano e giapponese, che hanno comunque recuperato in questi anni. A compensare il calo della domanda ha inoltre contribuito la crescita del mercato cinese, che in 5 anni, dal 2005 al 2010, è avanzato del 16%. Per il futuro Pirelli ha stimato, nel mese di luglio, un trend di crescita del segmento del 5,4% a livello mondiale, determinato, oltre che dalla crescita dei mercati emergenti meno accentuata ma costante, da un recupero dei mercati maturi, che, secondo Forner, dovrebbero tornare al livello record del 2006. Sono inoltre già nell'aria ulteriori progetti di espansione sempre nei mercati a più rapido sviluppo. "L'industria ha preso atto dell'evoluzione ciclica della domanda e del mercato ed è quindi oggi più preparata a fronteggiare le diverse situazioni che si potranno presentare", ha concluso Forner.



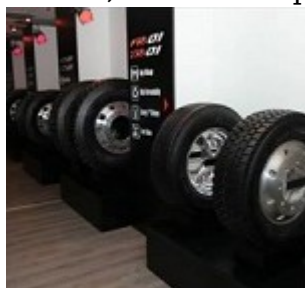
A Izmit, in Turchia, Pirelli ha presentato il 16 settembre alla stampa internazionale il nuovo programma dedicato al Truck: prodotti, servizi e comunicazione



“Abbiamo voglia di investire nel truck, anche nella comunicazione”, ha dichiarato Alberto Viganò, direttore marketing della business unit truck Pirelli



Un milione di chilometri percorribili con una carcassa, risparmio di carburante e riduzione delle emissioni nocive. Questo è quello che chiedono le flotte oggi”, ha affermato Ugo Forner, senior vice president della business unit truck di Pirelli



Le tre nuove linee di pneumatici dei segmenti winter, highway e gravel, che completano la Serie 01: W:01, H:01 e G:01

© riproduzione riservata

pubblicato il 29 / 09 / 2011