

ContiCabana è il suggestivo titolo dato da Continental all'evento europeo organizzato in parallelo con i Mondiali di calcio in Brasile, di cui è main sponsor. Copacabana è una delle più belle spiagge di Rio de Janeiro e ContiCabana è la spiaggia che Continental ha ricostruito ad Hannover - dove ha sede l'headquarter - sulle rive di un laghetto che ha ospitato, nel periodo dei mondiali, più di 2.200 invitati, tra clienti e giornalisti. Oltre un mese di passaggi di ospiti da tutta Europa, che non solo hanno potuto godere, dell'affascinante atmosfera brasiliana (cibo, ballerine, musica e partite su megaschermi galleggianti), ma anche approfittare dell'occasione per visitare il centro prove Contidrom, fare test di guida su pista e su strada, vedere di persona in funzione il riservatissimo AIBA (Automated Indoor Braking Analyzer) e conoscere il Centro di Ricerca & Sviluppo di Stöcken, dove lavorano più di 1.200 talenti provenienti da 56 nazioni. Alcuni numeri per farsi un'idea: a Stöcken ogni anno vengono valutati 250.000 campioni di materiale, vengono testati 140.000 pneumatici e vengono percorsi 160.000.000 chilometri solo per verificare durata e velocità massima delle gomme. Incredibile, ma vero, il percorso di sviluppo di un pneumatico dura, dal primo input con i requisiti desiderati al prototipo approvato, circa due anni. Con questi numeri è facile comprendere la complessità della tecnologia e delle procedure che si nascondono dietro al lancio di un nuovo prodotto.

✖ Ma torniamo all'evento dei mondiali, il ContiCabana. Continental ha offerto questo pacchetto di divertimento e formazione anche ai suoi principali clienti italiani, che in circa cento si sono recati, con un volo charter dedicato, ad Hannover dal 19 al 21 giugno. Unica nota stonata della tre giorni è stata la sconfitta dell'Italia contro il Costa Rica, che ha smorzato gli entusiasmi dei tifosi, che si sono però consolati con l'ottimo cibo brasiliano e le sensuali ballerine Carioca.

L'investimento stanziato da Continental per sfruttare al massimo, anche in Europa, la sponsorizzazione della Coppa del Mondo è stato impressionante (basti pensare all'enorme Hotel Maritim, in aeroporto, completamente prenotato per un mese e in cui Continental ha addirittura costruito l'area meeting ContiLounge). La formula tuttavia sembra davvero azzeccata e il mix di divertimento e formazione tecnica, inserito in un programma serrato, ha consentito ai clienti del Gruppo tedesco, terzo al mondo nella fornitura OE, di arricchirsi di informazioni pratiche e teoriche e di testare i nuovi prodotti e le ultime tecnologie di Continental.

✖ Le Driving Experience sono state organizzate su strada e presso il Contidrom, il centro prove inaugurato da Continental nel 1967, dove lavorano una novantina di professionisti specializzati. Il centro dispone di una pista ovale ad altissima velocità e vari percorsi per verificare handling, aquaplaning, rumorosità, frenata e prestazioni su sterrato. All'interno di questo centro specializzato è operativo l'AIBA, l'unico sistema di prova di frenata indoor al

mondo, una struttura progettata per eseguire esclusivamente test di frenata su asciutto e su bagnato, durante tutto l'anno, indipendentemente dalle condizioni meteorologiche e in maniera completamente automatizzata. Senza operatori possono, infatti, essere testati in questa struttura fino a 100.000 pneumatici all'anno, su cinque differenti superfici stradali interscambiabili in pochi minuti, grazie a un apposito sistema idraulico. Nella stessa area è presente anche una pista dedicata ai test su ghiaccio.

Gli ospiti hanno inoltre potuto provare gli ultimi pneumatici di Continental: dal ContiForceContact, l'ultra UHP da pista e strada, che in Italia Continental ha affidato solo a pochissimi rivenditori dotati di forte sensibilità per il motorsport e con i negozi in zona-circuito, fino al super scorrevole e silenzioso Conti.eContact dedicato alle vetture elettriche, che ha ottenuto la doppia A nell'etichetta, sia per la resistenza al rotolamento che per l'aderenza sul bagnato.

✖ Un test particolarmente originale è stato il confronto tra auto modernissime e dotate di tutti i controlli elettronici, dotate però di pneumatici con la tecnologia di dieci anni fa (Conti PremiumContact), e auto di dieci anni fa, equipaggiate invece con pneumatici di oggi (ContiPremiumContact 5). Una prova divertente, che ha messo in luce quanto il pneumatico sia determinante per le prestazioni della vettura e per il corretto funzionamento dei suoi dispositivi di sicurezza, che, per quanto moderni e avanzati, poco valgono se la gomma non è di qualità. Una chiara dimostrazione, inoltre, di quanto sia stata forte l'evoluzione tecnologica dei pneumatici negli ultimi dieci anni.

Infine un tuffo nel futuro con tecnologie rivoluzionarie che assistono, anticipano o sostituiscono il guidatore, a bordo della nuova Mercedes Benz Classe S. Grazie all'uso di queste tecnologie Continental, l'auto arriva a guidare da sola, a recuperare la corsia se l'automobilista si distrae e addirittura a frenare in autonomia, all'ultimo secondo, prima di scontrarsi con l'ostacolo. Un'esperienza che ha richiesto nervi saldi, ma che ha aperto uno squarcio in quello che sarà il futuro di tutto il settore automotive. Il percorso verso la guida automatica, per Continental, si svilupperà in tre fasi: la guida automatica parziale nel 2016, la guida automatica avanzata nel 2020 e la guida totalmente automatica nel 2025.

✖ Ma non è tutto, perché Continental non è solo gomme. Sono infatti state organizzate delle sezioni dedicate per illustrare in dettaglio le ultime novità su freni e pastiglie e sui TPMS. Anche Continental offre infatti una sua soluzione per i gommisti, che si stanno attrezzando per i sistemi e i sensori di misurazione della pressione, e i suoi tecnici specializzati italiani hanno illustrato agli ospiti tutte le caratteristiche, prezzi compresi, di questa tecnologia, consentendo di fare anche delle prove pratiche.

Insomma, tre giorni all'insegna del divertimento, ma anche dell'informazione e della formazione, tre giorni che hanno lasciato il segno e dato la misura della grandezza, organizzazione e stabilità del Gruppo Continental, una realtà industriale a tutto tondo, che impiega oggi 178.000 collaboratori in 49 nazioni e che nel 2013 ha fatturato (le divisioni Automotive e Rubber) 33,3 miliardi di euro. La sola divisione pneumatici, nel 2013, ha registrato ricavi per 9,6 miliardi di euro, con più di 44.000 dipendenti e 24 siti produttivi.



ContiCabana - Calcio, samba e tecnologia ad Hannover per cento clienti italiani | 4





© riproduzione riservata
pubblicato il 3 / 07 / 2014