

L'unità dei brand Apollo e Vredestein sotto l'insegna di un'unica azienda si fa sempre più palpabile, come ha dimostrato lo stand di Autopromotec, che rifletteva l'immagine dell'azienda a livello mondiale, a differenza di quello della precedente edizione che era improntato sul modello CSV (Centro Sicurezza Vredestein).

La scelta di questo layout è stata di Rosario Mastrolia, che dal primo marzo di quest'anno è country manager e amministratore delegato di Apollo Vredestein Italia Srl. Mastrolia, che succede a Stefano Sbarzaglia, che ora segue il business delle flotte in tutto il Sud Europa, è entrato in Vredestein Italia nel 2005, come area manager in Umbria e Toscana, lasciando un analogo incarico in Telecom. Dopo tre anni è passato alla gestione dell'area centro sud e ad inizio 2014 è stato nominato direttore commerciale Italia.

Il nuovo responsabile della filiale italiana, avendo partecipato e, in qualche modo, determinato la storia degli ultimi anni dell'azienda, assume la direzione con un'ottica di continuità delle politiche e delle strategie.

“La fiera è andata benissimo - dice Mastrolia - e lo stand, che quest'anno si è uniformato all'immagine standard mondiale, è stato molto apprezzato. Abbiamo notato molto interesse per i nostri prodotti e sul brand Apollo, ancora relativamente nuovo in Italia, ma il vero polo di attrazione è stato il quattro stagioni Quatrac 5, presentato in Italia con il codice di velocità Y. Siamo gli unici ad avere un range completo di misure sui multistagionali e inoltre offriamo anche l'alternativa con il marchio Apollo, l'Alnac 4G di fabbricazione olandese”.

Apollo Vredestein, da oltre 20 anni leader nell'All Seasons, si è trovata sicuramente in una posizione di vantaggio rispetto ai competitor, nel momento in cui questo particolare segmento, soprattutto in Italia, è letteralmente esploso. Non sorprende quindi che l'azienda stia registrando per questo prodotto dei tassi di crescita superiori al 50%.

Oltre all'interesse generale per i prodotti dimostrato dai visitatori in fiera, Mastrolia ha registrato un interesse concreto per instaurare delle collaborazioni: “Rispetto al passato o ad altre manifestazioni, a Bologna le referenze attive sono cresciute del 40-50%, un approccio ben visibile anche nello stand, dove i clienti non erano di passaggio per raccogliere un gadget, ma si soffermavano, lasciavano i propri riferimenti, cercavano un contatto e dimostravano un interesse proattivo”.

La nuova era è dunque ormai una realtà per Apollo Vredestein, che ha completato anche la fase di riorganizzazione interna e che ha in campo molti progetti ambiziosi, come gli investimenti per uno stabilimento in Ungheria e, a breve, l'entrata nel primo equipaggiamento in Europa.

Le novità non tarderanno a manifestarsi, visto che i country manger per l'Italia che hanno preceduto Mastrolia hanno assunto ruoli dirigenziali al vertice e in questo momento stanno lavorando a progetti strategici. Ci riferiamo a Stefano Sbarzaglia, ora Manager International Fleet & Lease South Europe, che offrirà a breve ai CSV un nuovo canale di vendita molto importante: le società di noleggio. E a Giovanni Masinelli, che adesso è Global Brand Head Vredestein, ossia responsabile del marchio Vredestein a livello mondiale, e che, forte dell'esperienza italiana della rete CSV, sta lavorando a un importante progetto di soft franchising a livello mondiale.

“L'azienda cresce e continua a investire - conclude Mastrolia - sia sulle strategie commerciali che sui prodotti, perché anche nell'offerta di pneumatici sono in arrivo interessanti novità, degne di un marchio, Vredestein, che ha sempre puntato sull'innovazione e sul design”.



Da sinistra: Giovanni Masinelli (Global Brand Head Vredestein), Rosario Mastrolia (Country Manager - AD, Apollo Vredestein Italia), Marco Paracciani (Chief Marketing Officer) e Tanneke Reinders (Head of Marketing & Product Management, Region ESSAA)



- Per leggere questo e molti altri articoli sul dopo-fiera sfoglia online o scarica in formato pdf lo speciale [**"focus on Autopromtec Review"**](#)



© riproduzione riservata
pubblicato il 7 / 07 / 2015