Pirelli ha presentato lunedì 11 marzo, in occasione di un evento organizzato a Monaco, il nuovo pacchetto integrato di prodotti, soluzioni e servizi rivolto alle flotte per rendere più efficiente la gestione del parco dei mezzi pesanti.

Dal punto di vista dei prodotti l'elemento di forza dell'offerta integrata è la Serie 01, cioè la gamma di pneumatici per veicoli industriali che assicura economicità di esercizio, sicurezza e rispetto dell'ambiente, grazie alla riduzione delle emissioni inquinanti. Completa l'offerta di prodotto anche una nuova gamma del second brand di Pirelli, Formula, che per il trasporto a medio e lungo raggio presenta i tre pneumatici Steer, Drive e Trailer.

Sul piano dei servizi, invece, il pacchetto delle Fleet Solutions di Pirelli comprende il sistema Cyber Fleet per la misurazione della pressione e della temperatura dei pneumatici, oltre alle soluzioni di assistenza, manutenzione, gestione e ricostruzione: Fleet Check, Fleet Management, CQ24 International e Novateck.

Erano ben 42 i rivenditori italiani specializzati che hanno partecipato all'incontro, insieme alle principali flotte internazionali operanti dall'Europa al Far East e ai dealer e giornalisti provenienti da tutta Europa. La conferenza, moderata dal giornalista Roberto Boccafogli, ha visto intervenire tutti i responsabili della Business Unit Industrial di Pirelli per illustrare i prodotti, in particolare la Serie 01, il Neverending e il second brand Formula, e i servizi, con focus sul CyberFleet.

Giovanni Pomati, senior vice presidente della Business Unit Industrial di Pirelli, ha introdotto i lavori puntando sulla collaborazione: "Oggi riuniamo quella che noi chiamiamo la catena del valore che porta al consumatore, cioè le flotte, i dealer, la forza vendita e il team della divisione industriale. Pirelli, al contrario di alcuni competitor, non ha intenzione di sviluppare società di servizi. Pirelli vuole investire sull'innovazione di prodotti e servizi, sulla formazione della forza vendita e sulla relazione con i rivenditori."

Pirelli dimostra, ormai da qualche anno, di investire sul settore dell'autotrasporto. Oggi le vendite del segmento industrial (truck, agro, OTR e cordicella) rappresenta il 26% dei ricavi aziendali. Geograficamente Pirelli realizza il 70% del fatturato in due regioni: Europa (35%) e Sudamerica (35%). Il restante 30% è concentrato in regioni in forte crescita: Medio Oriente, Africa, Asia Pacifico e Nord America (Canada, Stati Uniti e Messico). Con undici impianti di produzione (in Italia, Romania, Turchia, Egitto, Cina e Brasile) e un network commerciale in 160 paesi, la Business Unit Industrial di Pirelli ha un fatturato annuo di circa 1,6 miliardi di euro.

"Le partnership OE, l'innovazione tecnologica e il brand sono per Pirelli, nel business

industrial così come nel consumer, le leve principali di successo", continua Pomati. "Nella distribuzione, anche per motivi storici, abbiamo una strategia di forte approccio regionale: per scelta non siamo presenti negli Stati Uniti e in Francia; abbiamo una presenza marginale nella regione Asia Pacific; siamo invece i primi in Brasile ed Egitto e forti nel sud-est Europa, specialmente in Turchia. In centro Europa la nostra presenza va letta invece in termini di eccellenza. E' in questa regione che si disegna il futuro per tecnologia, prodotti e servizi e in questa regione Pirelli vanta una presenza nella serie A del mercato."

Tra gli obiettivi di Pirelli in Europa, Pomati cita lo sviluppo della presenza sul primo equipaggiamento e il rafforzamento della partnership con Marangoni per il settore della ricostruzione.

Andamento mercato e previsioni

Il responsabile della divisione industriale di Pirelli ha analizzato l'andamento del mercato nel **periodo 2008-2012**: la crescita anno su anno è stata inferiore al 2% con due diverse tendenze tra i mercati maturi e quelli in forte sviluppo. Nei 5 anni si è però verificata la grande crisi del 2009, che in Europa ha fatto scendere i pezzi venduti da 21 a 14 milioni. Nel 2010 c'è stato un rimbalzo, seguito da un anno in linea e di nuovo dalla grande crisi del 2012, che, se è stata meno profonda della precedente, ha però coinvolto tutte le regioni.

Per il **periodo 2013-2018** Pomati non prevede rimbalzi: "Il mercato mondiale crescerà del 2%, sempre a due velocità. Anche nei mercati maturi ci aspettiamo comunque una ripresa, vista la profondità della crisi che si è verificata. Il consumo di pneumatici per veicoli da trasporto si è infatti ridotto più dei trasporti stessi. Questo significa che i mezzi viaggiano con pneumatici che sono più consumati della media degli anni precedenti."

La previsione più difficile è proprio quella per **l'anno in corso**: "il 2013 rimane un enigma" dice Pomati. "La lettura del mercato oggi è particolarmente complessa, in parte per il momento economico e in parte per l'imprevedibile comportamento commerciale della Cina, che detiene ormai il 50% della produzione mondiale e che destina la metà di questa produzione all'estero."

La risposta di Pirelli ai competitor low cost è "passare dal pneumatico più economico al chilometro più economico". Ed ecco perché l'azienda italiana continua ad investire non solo sui prodotti, ma anche sui servizi alle flotte, con una particolare attenzione ai fabbisogni dei singoli mercati.

Il Team della Business Unit Industrial di Pirelli (da sinistra): Alessandro Ascanelli (direttore R&D), Giorgio Audisio (responsabile sviluppo Cyber Fleet), Giovanni Pomati (senior vice president), Angelo Giombelli (Fleet Management), Alberto Viganò (direttore marketing) e il giornalista Roberto Boccafogli, che ha moderato la conferenza.

Giovanni Pomati, senior vice presidente della Business Unit Industrial di Pirelli, prevede per i prossimi anni una crescita media del mercato mondiale dei pneumatici autocarro del 2%

All’evento organizzato da Pirelli per la presentazione del pacchetto di soluzioni integrate per il trasporto hanno partecipato anche 42 rivenditori italiani