

Quasi 400 dealer provenienti da 26 paesi, tra cui l'Italia presente con 18 rivenditori, hanno festeggiato a Vienna i 110 anni di storia di Semperit e il rilancio del brand austriaco di proprietà di Continental. Con l'occasione, è stato presentato l'ultimo prodotto per rimorchio, il Runner T2, che va a completare una gamma già composta dal Runner D2 per asse motore e dal Runner F2 per asse sterzante. Un articolo a parte presenterà il nuovo prodotto, che non sarà certamente l'ultimo: sono già state annunciate diverse novità per il prossimo anno, a sottolineare ulteriormente gli investimenti che Continental sta mettendo in campo per rivitalizzare questo storico marchio. E, come se non bastasse, per far capire quanto sia importante Semperit per la casa tedesca, all'evento era presente il management che si occupa del segmento Ricambio Pneumatici Truck al gran completo: Constantin Batsch, vice presidente della divisione Ricambio Pneumatici Truck EMEA, Barry Guildford, Sales Director Truck Tires EMEA, Daniel Gainza, Marketing Director Truck Tires EMEA, Frank Walloch, responsabile dello sviluppo prodotto pneumatici Truck EMEA e Lutz Stübner, responsabile del Brand Management per i pneumatici truck EMEA.

Il messaggio è chiaro: Semperit non è solamente l'ennesimo brand di pneumatici che arriva, o in questo caso torna, sul mercato. Dietro a questa rinascita c'è un progetto concreto, un piano di sviluppo, investimenti, strutture, persone. Davanti, invece, c'è un mercato in fermento, con vendite di veicoli commerciali in crescita a doppia cifra anno su anno, dato che fa ben sperare per la vendita di pneumatici. Secondo Semperit, il mercato è diviso principalmente in tre segmenti: verso il basso c'è il Price e verso l'altro il Premium. In mezzo, una fetta che rappresenta il 45% del totale, c'è una domanda alla ricerca di prodotti di qualità, affidabili, con buone performance e con un prezzo conveniente. Questo segmento, secondo Semperit, vale 6,3 milioni di pneumatici l'anno ed è qui che la casa austriaca vuole diventare uno dei leader di mercato.



Constantin Batsch, vice
presidente della divisione
Ricambio Pneumatici Truck
EMEA

“La famiglia di prodotti Runner rappresenta il passaggio del nostro brand Semperit ad un nuovo capitolo nella storia dell'azienda. Questi pneumatici sono prodotti allo stato dell'arte per tecnologia, **[come dimostra anche la vittoria del Red Dot Design Award del Runner D2](#)**. Inoltre, sono anche la base di partenza per posizionare Semperit come un brand di successo nel futuro: tra 5-10 anni, mi aspetto che Semperit abbia un'ottima posizione sul mercato, con buone quote di mercato e clienti selezionati. Per realizzare questo obiettivo, non solo stiamo aggiornando l'intero portafoglio prodotti, ma lo stiamo

anche allargando: entro il 2017 raggiungeremo una copertura di quasi il 90% del mercato, una percentuale vicinissima, e talvolta superiore, ai premium brand”, ha affermato Constantin Batsch.

L'azienda si è rivolta direttamente alle flotte e ai distributori per capire quali fossero le esigenze principali e le necessità legate all'utilizzo e alla vendita di un prodotto di questa fascia. I pneumatici e l'approccio al mercato di Semperit sono una diretta conseguenza di questa attività di “ascolto”: da una parte troviamo prodotti versatili, che danno un'esperienza immediata di trazione e qualità in generale, robustezza e durabilità. Dall'altra, sono state realizzate le reti di dealer in tutta Europa selezionando determinati rivenditori che credono nel marchio e vogliono supportarlo attivamente. E' stata creata un'immagine del marchio adeguata, puntando su una comunicazione emotiva e sulla storia del brand. Sono stati realizzati gadget, materiale pubblicitario per il punto vendita, campagne sui social media e molto altro. L'organizzazione di eventi come questo e [quello di Carrara](#), vogliono dimostrare sia la qualità di pneumatici, che la presenza e la voglia di investire dell'azienda. Tutto questo, naturalmente, per aggiungere valore al prodotto. Perché, come torna a sottolineare Batsch, “Semperit non è solo un altro brand di pneumatici.”





