

L'offerta di Triangle continua a crescere e soprattutto assume un taglio sempre più europeo, sia nello sviluppo dei prodotti, che nell'approccio al mercato.



Ad Autopromotec, l'azienda era presente con uno stand dall'immagine pulita e luminosa, dove erano esposti [gli ultimi prodotti](#) lanciati per i mercati europei: l'invernale UHP **SnowLink PL02**, due nuovi disegni per il segmento autocarro e il nuovo profilo OTR **TB 598S** per dumper articolati.

Il segmento vettura in forte crescita di anno in anno

Il nuovo [SnowLink PL02](#) è la proposta alto di gamma di Triangle per l'inverno, con disegno asimmetrico e 31 dimensioni disponibili tra vettura e SUV. *"E' una gomma completamente nuova, pensata per i mercati europei e realizzata con mescole innovative, frutto del lavoro dei due centri di ricerca e sviluppo, in cui ogni anno l'azienda investe una percentuale rilevante del fatturato"*, spiega **Roberto Pizzamiglio**, direttore vendite Sud Europa di Triangle Tyre Europe. *"Con questo prodotto, che secondo i test effettuati è estremamente performante in tutte le condizioni invernali, contiamo di fare un ottimo risultato in termini di volumi e di soddisfazione da parte dei clienti che lo utilizzeranno"*.

L'altro modello di punta dello stand Triangle è stato il quattro stagioni [SeasonX](#), ingegnerizzato e testato in Finlandia e oltre che in Spagna ad Idiada, dimostrando prestazioni su bagnato che Pizzamiglio definisce *"eccellenti e molto vicine ai brand europei"*.

Lo strumento di conversione all'acquisto 'Tripla Soddisfazione Triangle'

Una leva importante, lanciata da Triangle lo scorso anno, per invitare i consumatori finali a provare i suoi pneumatici è la garanzia: *"Crediamo che parte del successo che stiamo riscuotendo in Europa dipenda dal nostro approccio al mercato, supportato da iniziative di marketing, che hanno l'obiettivo di avvicinare il pubblico al nostro marchio che è di ottima*

*qualità e vanta una gamma sempre più vasta”, spiega **Angelo Giannangeli**, direttore marketing di Triangle Tyre Europe.*

“La garanzia che diamo al consumatore sul prodotto vettura è sicuramente efficace e motivo di orgoglio per noi”, continua Giannangeli. In pratica, Triangle offre all’utente finale una garanzia ‘soddisfatti o rimborsati’ della durata di 15 giorni dall’acquisto o 1000 km di percorrenza, per cui, in caso di insoddisfazione, se ne può richiedere la sostituzione.

Triangle inoltre, assicura al cliente una garanzia a vita – fino agli 1,6mm di legge – contro i danni accidentali. *“Non credo ci siano molti produttori che offrano una simile garanzia”, afferma Giannangeli. “Questa ed altre leve di marketing hanno contribuito, insieme alla qualità dei prodotti, al successo del nostro percorso che, dall’apertura dell’ufficio europeo, ha visto aumentare le vendite in maniera esponenziale.”*

Autocarro e Movimento Terra

Il segmento **autocarro** è un punto dolente per Triangle come per molti altri produttori cinesi che, a causa dei dazi antidumping, l'anno scorso ha visto crollare le vendite di oltre il 60%. *“Quest'anno, grazie anche ad una nuova strategia commerciale, siamo riusciti ad invertire la tendenza, recuperando una parte dei volumi del passato”,* spiega Pizzamiglio. *“C'è ancora da lavorare, ma siamo soddisfatti dei risultati dei primi mesi.”*

Per quanto riguarda il **movimento terra**, il trend dell'azienda continua ad essere positivo: *“Abbiamo avuto una crescita molto importante in Europa nel 2017”,* dice Pizzamiglio, *“per poi consolidare le vendite con una leggera crescita, mentre quest'anno vorremmo incrementare ulteriormente la nostra quota di mercato. Confidiamo che con Luca Mai, il nostro nuovo Direttore Movimento Terra per l'Europa, si possa continuare a crescere.”*

Triangle Collection

C'è il team, c'è il prodotto e c'è il marketing. Triangle ha lavorato in questi tre anni di attività europea essenzialmente in ottica B2B.

“Abbiamo introdotto la Triangle Collection, una serie di articoli di merchandising, che vanno dall'abbigliamento ai gadget, gestiti dai distributori, i quali possono utilizzarli sia per promozioni rivolte ai rivenditori che ai consumatori finali”, dice Giannangeli.

I prodotti vettura Triangle sono [distribuiti in Italia da Fintyre](#), mentre le altre linee di prodotto sono distribuite da Sunebo.