

Si è svolta nei giorni scorsi a Francoforte la convention della catena First Stop dei paesi di lingua tedesca (Germania, Austria e Svizzera), in cui è stata presentata la nuova strategia di marchio e la nuova struttura di mercato, che vuole enfatizzare il carattere di organizzazione di rivenditori indipendenti, pur se legati al principale fornitore Bridgestone.

Uno dei problemi principali dello scorso anno sembra essere stato per First Stop l'assortimento di marchi propri. Bridgestone nel 2013 voleva sostituire in Germania i pneumatici con marca First Stop con il nuovo brand Starfire, mantenendo il marchio della catena disponibile, ma solo per le gomme invernali. Come ha spiegato però Peter Deubzer, presidente del comitato consultivo di First Stop, sono sorti due problemi: il prezzo stabilito per il nuovo marchio a quanto apre non era corretto e - in secondo luogo - il prodotto non veniva prodotto direttamente da Bridgestone come i pneumatici First-Stop, anzi, le gomme estive Starfire erano addirittura marchiate Made in China. Segnale questo non certo di qualità di prodotto per il consumatore medio. In altre parole, il prezzo non corrispondeva alla qualità attesa del prodotto, indipendentemente dalle prestazioni reali delle gomme Starfire. A ciò si aggiunge la difficoltà di comunicare l'offerta di due brand diversi per l'estate e per l'inverno.

I manager della catena First Stop hanno dunque dovuto ammettere che l'introduzione del marchio privato Starfire non è stata un successo. Ma ciò non significa che in futuro si tornerà alla gamma inverno estate a marchio First Stop, perché Bridgestone ha stabilito chiaramente che in Europa applicherà una nuova strategia di marchi di proprietà, che non prevede First Stop, né Starfire.

A partire da quest'anno Bridgestone ha deciso infatti di lanciare anche nell'area tedesca il marchio Dayton con la gamma per l'estate e per l'inverno. Dayton è un marchio nordamericano, che passò a Bridgestone con l'acquisizione di Firestone avvenuta alla fine degli anni '80. Se da qualche anno in Nordamerica non viene più offerto, Dayton, terzo marchio della Casa giapponese, è entrato e si sta affermando bene - come produzione e vendite - in Europa. L'area DACH finora faceva eccezione, ma adesso il marchio verrà introdotto anche in questi mercati.

Ed è qui che entra in gioco lo stabilimento di Modugno in provincia di Bari, che Bridgestone aveva annunciato con decisione di essere costretta a chiudere e che invece, dopo varie trattative nelle sedi competenti, alla fine della scorsa estate, si è deciso di far sopravvivere. A quanto pare i pneumatici Dayton destinati al mercato tedesco verranno prodotti proprio nella fabbrica barese di Bridgestone. La gamma Dayton non è attualmente completa, ma sono già disponibili tre pneumatici estivi - i Dayton D110, D210 e D320 - , un UHP fino a 18 pollici e l'invernale DW510 con profilo V.

L'introduzione del marchio Dayton nei mercati tedeschi non avverrà in un sol colpo: quest'anno partirà la Germania e nel 2015 l'Austria e la Svizzera. Nel frattempo verranno smaltite le scorte a magazzino di pneumatici Starfire e First Stop. Il marchio Dayton verrà invece offerto in esclusiva ai partner First Stop. arno.borchers@reifenpresse.de/lt