

CST ha partecipato ad Autopromotec con un grande stand, che presentava gran parte della gamma, che in Italia è distribuita in esclusiva da B.I.S.. **Massimo Lippi**, responsabile vendite auto e moto dell'azienda italiana, ha affermato: *"Le principali novità sono l'ampliamento delle gamme All Season, con il Medallion All Season, e Winter, con il Medallion Winter WCP1. Entrambi questi prodotti passano da una vendita di misure a quasi 50. In particolare ora possiamo offrire diverse dimensioni da 17 e 18 pollici, mentre nel 2020 ci sarà un ulteriore ampliamento, con l'obiettivo di arrivare a 100 referenze."*

Un progetto veramente interessante è quello del network Orange Point, che oggi "conta 80 affiliati. Il management cinese, approfittando della fiera, ha voluto conoscere diversi affiliati ed è volato in Sicilia per incontrare un nostro cliente grossista che nella zona del ragusano ha portato 10 CST Orange Point nel network. L'obiettivo per il 2020 è di arrivare a 200 centri quindi siamo sulla buona strada."



Per quello che riguarda nuovi prodotti in arrivo, l'azienda afferma che sta sviluppando un modello 4x4 vero, all terrain e mud terrain, che per ora è già disponibile con misure "americane", ma che a breve arriverà in misure europee.

Infine, qualche numero, che ci viene dato dal dottor Vecchi, amministratore delegato della società: *"Nel 2018 abbiamo venduto circa 100.000 gomme. Ovviamente sono numeri piccoli rispetto al mercato in generale, ma grandi in termini di crescita e pensando al lavoro fatto dal mio team. Anche se creare un brand dal nulla, in un mercato peraltro non facile, è un compito titanico, crediamo molto nel progetto Orange Point e in CST in generale, che ci supporta anche dal punto di vista dell'immagine grazie a sponsorizzazioni come quella dell'Ajax e del team ciclistico Bardiani CSF, che ha ottenuto ottima visibilità durante il Giro d'Italia appena concluso."*

© riproduzione riservata
pubblicato il 10 / 06 / 2019