

Autopromotec è stata l'occasione per intervistare Igino Schiavi, Business Development Manager di Giti Tire, presso lo stand Magri Gomme - Giti Tire, che ci ha parlato del mercato, dei cambiamenti aziendali intrapresi lo scorso anno e dei nuovi prodotti.

Quali prodotti avete recentemente introdotto?

Partendo dall'autocarro, abbiamo presentato un nuovo prodotto dedicato al rimorchio, che ci permette di fare un grande salto di qualità rispetto al passato. Il Giti GTR955 Combi Road, infatti, migliora la resa chilometrica di circa il 30%. In passato avevamo un'offerta sbilanciata o sul regionale o sul lungo linea. Questo prodotto è completamente nuovo ed è stato sviluppato, in Europa, per essere un puro combi road. Sono stati necessari ben 4 anni di sviluppo, con i test condotti sulle strade del nostro continente. È sul mercato dalla fine dell'anno scorso e ci sta dando davvero delle belle soddisfazioni.

Per il vettura invece, abbiamo introdotto nuovi pneumatici e nuove misure per prodotti già esistenti. In particolare, per GT Radial è stato presentato l'all season per trasporto leggero, il Maxmiler AllSeason. Si tratta di un prodotto veramente interessante, destinato ad un segmento in crescita. L'all season per il trasporto commerciale leggero, inoltre, è un pneumatico che non tutti i competitor hanno.

La principale novità di Giti, invece, è stata il semi-slick GitiSport GTR3. Questo prodotto nasce direttamente dalla nostra esperienza in pista, in particolare in Europa anche quest'anno saremo presenti con 4 team al Nürburgring, e rappresenta la ciliegina sulla torta per un marchio giovane ma con caratteristiche molto precise, che copre le nicchie di mercato come l'UHP, o l'all season per vetture di fascia alta.

I dazi sulle importazioni dei pneumatici autocarro prodotti in Cina vi hanno colpito duramente?

Dopo i primi mesi molto complessi, oggi la situazione si sta stabilizzando velocemente, principalmente a causa delle azioni intraprese per spostare le produzioni fuori dalla Cina. L'impatto a breve termine è stato molto pesante, ma già oggi quasi tutti si sono riorganizzati. Noi, in particolare, siamo riusciti anche a lanciare nuovi prodotti con le consegne dei primi pneumatici già nella seconda metà del 2018.

Come sta andando il mercato in Italia?

Partiamo dal mercato autocarro. Nel 2018, a causa dei dazi sulle importazioni, abbiamo registrato una flessione nelle vendite e quindi il 2019 non poteva che partire molto molto

bene. Ci aspettiamo comunque di continuare su quest'onda, anche grazie ai nuovi prodotti recentemente presentati. Dal punto di vista del mercato vettura, invece, le vendite a livello generale nei primi mesi del 2019 sono calate rispetto allo stesso periodo del 2018, indice di un mercato in contrazione.

L'anno scorso abbiamo assistito ad una rivoluzione in casa Giti Tire dal punto di vista del management. Cosa può raccontarci?

Nel 2018 ci sono stati molti cambiamenti a livello europeo. L'impatto è stato abbastanza pesante, perché la struttura è cambiata totalmente in brevissimo tempo, in tutta Europa. Questi cambiamenti sono stati necessari per essere più flessibili e per seguire una riorganizzazione di livello commerciale. Con una presenza importante ad Autopromotec, il lancio di nuovi prodotti e la partecipazione alla 24 ore del Nürburgring stiamo dimostrando che stiamo investendo e che continueremo a crescere e credere nel mercato europeo.

© riproduzione riservata
pubblicato il 19 / 06 / 2019