Apollo Vredestein ha partecipato ad Eima esponendo i pneumatici di entrambi i marchi. Abbiamo parlato con **Domenico Gatti** responsabile del cluster dell'Europa sud-occidentale, che ci ha parlato della strategia dell'azienda nel segmento agro/OTR.

Come è andata Eima?

Con la presenza in Eima Apollo Vredestein conferma l'impegno nel settore agricolo, un impegno molto importante, considerando che abbiamo esposto non solo a Bologna, ma anche al Sima di Parigi. Mi occupo dei mercati di Portogallo, Spagna, Francia e Italia e, in tutti questi Paesi, il segmento agricolo è molto importante. Il mercato italiano si sviluppa in modo differente rispetto agli altri, come ad esempio quello francese che è molto più grande e molto meno differenziato rispetto alla nostra penisola.

L'Italia è molto interessante per la varietà di operatori che ci sono sul mercato come produttori OEM. Grazie alla nostra flessibilità, riusciamo a servire varie tipologie di clienti, dai grandi produttori fino quelli più piccoli, e questo in Eima si è visto: numerosi trattori di tutte le marche montavano pneumatici Vredestein.

Da qualche tempo avere varato un'organizzazione a cluster. Che benefici ci sono e come vi state muovendo in Italia?

La strutturazione a cluster è iniziata un anno e mezzo fa con l'obiettivo di essere più vicini ai mercati. La mia responsabilità è quella di trasferire all'headquarter le necessità specifiche di ogni mercato, varando politiche particolari, e lavorando per soddisfare le esigenze particolari di entrambe le marche.

In Italia abbiamo intrapreso un cammino molto interessante, nonostante i venti contro dell'ultimo periodo: la domanda nel settore agro, infatti, dopo anni di euforia ha iniziato a rallentare. Noi siamo riusciti a mantenere una controtendenza, con risultati positivi molto buoni. Ci stiamo riuscendo perché abbiamo spazi di crescita e perché continuiamo a presentare novità di prodotto, come pneumatici di punta caratterizzati da un alto livello tecnologico o espansioni di gamma, come quella di Apollo.

La strategia dei due brand è ben diversa: Apollo si concentra nell'Industrial/OTR, Vredestein nell'agro. Come mai questa dicotomia?

I due brand hanno caratteristiche ben distinte, con la loro tradizione e storia. Ci sono, naturalmente, alcune sovrapposizioni tra i segmenti e le applicazioni, dove offriamo al cliente due fasce di mercato differenti, ma a livello generale abbiamo deciso di avere due marchi con due specializzazioni completamente diverse. Vredestein ha dalla sua oltre un secolo di storia e più di 70 anni nel settore agricolo e una produzione europea, in Olanda.

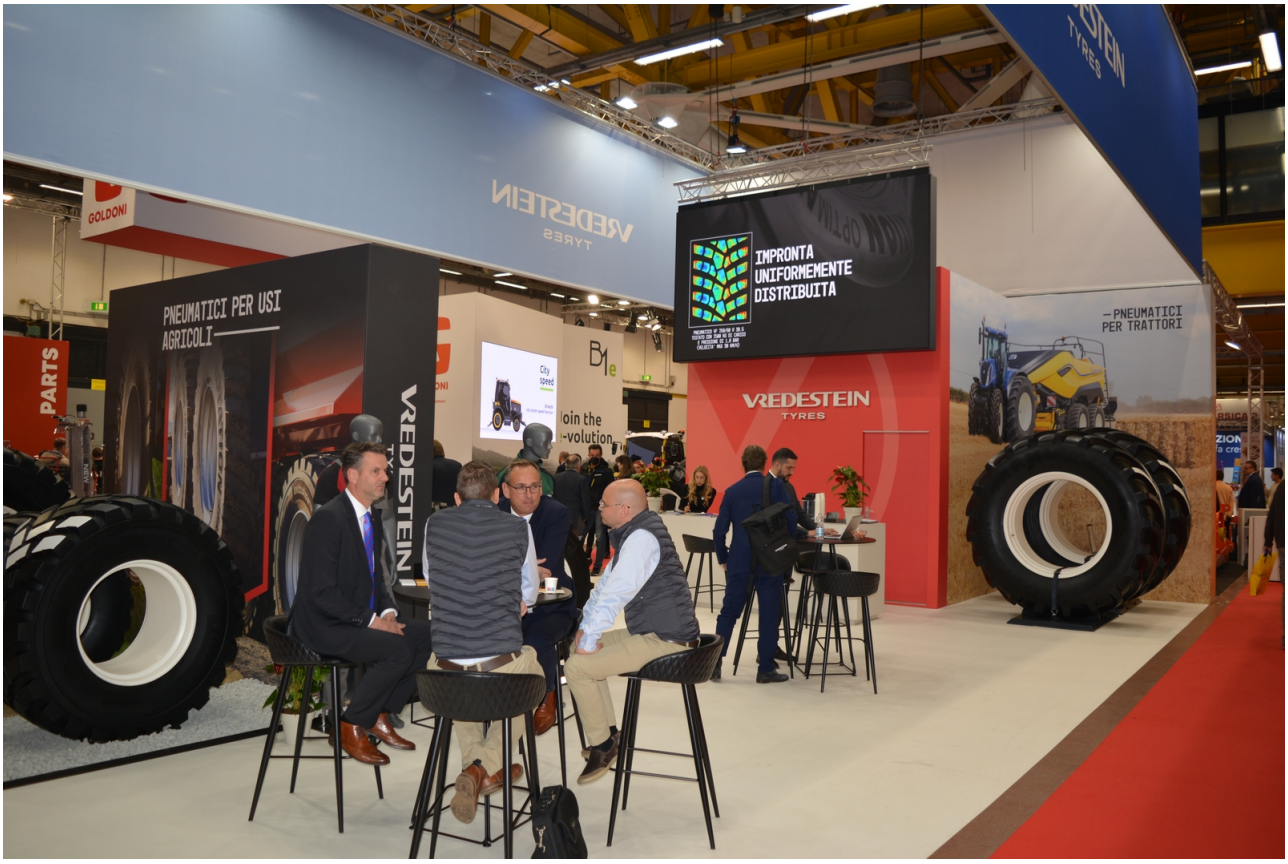
C'è, ovviamente, anche una parte di produzione in India, che ci permette di avere più forza nella ricerca e sviluppo e quindi nella capacità di lanciare prodotti e aumentare la nostra competitività. Siamo presenti nel primo equipaggiamento dei principali costruttori, come CNH ad esempio, ma anche nei produttori di seconda fascia, che hanno spesso esigenze personalizzate come un servizio ad hoc, un tipo di prodotto specifico, una logistica molto vicina. L'ingresso di Apollo nel mercato OTR europeo è recente ma abbiamo già svolto un ottimo lavoro, con accordi OE importanti con produttori come Caterpillar e Manitou, ad esempio. I risultati, insomma, ci stanno dando ragione.

Poche settimane fa è stata annunciata la *strategia a 5 anni*, che prevede il raddoppio del business. E' così anche per l'Italia?

Si, è così per tutti i paesi, anzi per l'Italia nel ricambio le potenzialità sono ancora maggiori, mentre nell'OE c'è margine con i produttori di seconda fascia. In generale, Apollo Vredestein sta investendo molto nel Sud Europa. Abbiamo spazi di crescita in tutti i segmenti, incluso quello agricolo. Sono stati realizzati investimenti in prodotto, disponibilità, capacità produttiva con le grandi dimensioni in Olanda. Stiamo migliorando la comunicazione, saremo sponsor della maratona di Parigi per i prossimi 4 anni, ci concentriamo nella comunicazione digitale. Ovviamente stiamo lavorando anche alla crescita del team. Abbiamo iniziato come cluster, con l'ufficio centrale di Barcellona, a tutti i livelli: finance, marketing, logistica, customer care. Anche il commerciale, che rimane localizzato sui vari mercati, crescerà di conseguenza.

Negli ultimi anni si è assistito ad una cerca mancanza di prodotto nel segmento agro. Come è stata affrontata?

Questa mancanza ha colpito anche noi, ovviamente, ed era generata dalla doppia spinta dell'OE e del ricambio. Quella OE continua, mentre il ricambio ha rallentato, anche a causa dell'immissione di tante macchine nuove sul mercato. Noi abbiamo cercato di soddisfare al meglio tutti i clienti, per quanto possibile, sforzandoci di essere equilibrati tra OE e ricambio, ma anche tra i paesi, mantenendo l'equilibrio per proteggere mercati.

- 
GOLDONI
PARTS
PNEUMATICI PER USI AGRICOLI
VREDESTEIN
IMPRONTA UNIFORMEMENTE DISTRIBUITA
VREDESTEIN TYRES
PNEUMATICI PER TRATTORI

-
VREDESTEIN
FLOTATION +

-
NEW HOLLA
AGRICULTURE
VREDESTEIN AW

-
PNEUMATICI PER USI AGRICOLI
GOLDONI
FLOTATION OPTIMALL
FLOTATION TRAC
ENDURION TRAILER

VREDESTEIN
TYRES
MASCOT®
WORKWEAR

VRED
TYRES
MASCOT®
WORKWEAR

-
VREDESTEIN
DIECI
AGRI PLUS 40.10 V5 EVO2
TRAXIEN VERSA

-

© riproduzione riservata pubblicato il 5 / 12 / 2022