

Eurogrip, marchio premium di pneumatici per moto di TVS Srichakra Ltd, ha esposto a Eicma 2022 presentando due novità per l'Europa: Roadhound, un pneumatico sport touring e Climber XC, un pneumatico disegnato specialmente per l'off-road. Abbiamo parlato con **P. Madhavan**, vicepresidente esecutivo vendite e marketing dell'azienda, che ci ha parlato dei nuovi prodotti e delle strategie per i prossimi anni.



Come è andata Eicma?

Eicma è una fiera incredibile, è la piattaforma europea per mostrare i prodotti e stringere alleanze con altri attori del settore. È un evento globale, ottimo per tessere relazioni.

Cosa avete presentato quest'anno?

Abbiamo lanciato due prodotti sviluppati per il mercato Europeo: Roadhound, e Climber XC. Il primo è un prodotto sport touring, segmento fondamentale in Europa, con tecnologia a

doppia mescola su misure posteriori radiali. È caratterizzato da un'eccellente aderenza sia sull'asciutto che sul bagnato e migliora la maneggevolezza e il comfort sia sulle moto naked che da turismo.

Il secondo, invece, è un prodotto motocross, enduro e cross-country, progettato per il tempo libero, allenamento e corse. Offre grande trazione su diverse superfici e durata grazie alla forma simmetrica del tassello e del disegno battistrada

Quali sono le vostre strategie? Dove volete arrivare come azienda?

L'obiettivo è quello di consolidare ed espandere il nostro posizionamento tra i principali produttori mondiali di pneumatici due ruote in termini di performance, segmento per segmento. Siamo già tra top 5 in termini di volumi, naturalmente grazie alla nostra leadership nel mercato indiano ovvero il più grande del mondo, e puntiamo ad un'ulteriore crescita grazie all'espansione nei mercati Internazionali.

Ma la classifica in termini di performance è un'altra cosa: servono prodotti per tutti gli impieghi, moto e scooter, serve continuare ad investire in ricerca e sviluppo, essere capillari nella rete commerciale ed offrire un tempestivo ed accurato servizio post-vendita.



Il vecchio continente è un mercato particolarmente critico, non tanto per i volumi ma per il know-how che si acquisisce sviluppando prodotti per riders estremamente sofisticati ed esigenti. I **test di sviluppo** per i prodotti appena lanciati sono stati realizzati in Europa, seguendo procedure molto rigorose e confrontando i risultati con i ben noti marchi Premium.

Analogamente allo sviluppo della gamma, stiamo ampliando il **network distributivo** e attualmente copriamo circa il 70% del potenziale espresso dai mercati europei. Il nostro obiettivo è quello di rendere la nostra gamma facilmente reperibile da parte del consumatore in modo da accelerare la conoscenza del marchio e la bontà qualitativa dei prodotti attraverso il più potente strumento di marketing, ovvero il "passaparola".

“Siamo lanciaatissimi sull’arricchimento dell’offerta per i mercati europei, spronati dall’ottima accoglienza per Bee Connect nel mondo scooter e dai primi feedback molto positivi su Climber XC per fuoristrada. Sarà un percorso necessariamente graduale le cui fondamenta poggiano sulla continua attività di ricerca, prototipazione, analisi e testing dei vari prodotti, alla ricerca di soluzioni performanti, efficaci e foriere di valore per tutta la filiera commerciale” ha poi aggiunto **Andrea Bianchi Milella**, Marketing Manager della filiale Europea del Gruppo.