

Ad Autopromotec ha debuttato anche Prinx Europe, la compagine dedicata al nostro continente di Prinx Chengshan. Creata un anno fa, in seguito al divorzio tra la casa madre cinese e Cooper, Prinx Europe è molto ambiziosa e con le idee chiare, come sottolineato in un'intervista dalla sua marketing manager, Marina Mamojka.

“Prinx Europe fa parte di una compagnia enorme, che non è dedicata solamente ai pneumatici ma a molto altro, compresa la compravendita immobiliare. In ogni caso, le gomma sono il core business, con una produzione che oggi è arrivata a oltre 40 anni e 15 milioni di pezzi. Siamo presenti in più di 100 paesi, con molti primi equipaggiamenti in tutta l'Asia, che conta per il 70% del business. L'azienda, a seconda delle classifiche, oscilla tra l'ottava e la decima posizione tra tutti i produttori cinesi.”

Prinx afferma di aver fatto tesoro del know how assorbito durante la partnership con Cooper e oggi è pronta per essere presente in Europa, con un approccio particolare. La sede è stata creata a Puchov, in Slovacchia, assumendo persone con esperienza nel settore pneumatici.

“La Slovacchia è molto importante per la produzione automotive, si tratta del luogo ideale per creare un hub in grado di raggiungere tutto il continente. La sede europea è completamente autonoma: progettazione, marketing, strategia, customer service, persino lo stand di Bologna, tutto è realizzato da europei, con carta bianca. I risultati in 10 mesi sono importanti: 20 clienti fissi e 1 milione di pneumatici vettura venduti.”

In Europa sono 3 i marchi presenti oggi: Austone, Fortune e Chengshan, tutti prodotti budget. Entro la fine dell'anno, però, ci sarà un quarto brand: Prinx, il prodotto premium dell'azienda. “Il brand Prinx è presente in Cina da 2 anni, da quando ci siamo separati da Cooper. Per aumentare la capacità di produzione e soddisfare la domanda che si creerà nel continente europeo, è in costruzione una nuova fabbrica che aumenterà del 30% la capacità di produzione. Inoltre, siamo in trattativa con diversi distributori importanti, tutti scelti attentamente, per stringere gli accordi che ci permetteranno di sviluppare le vendite in tutta Europa, Italia compresa.”

È già online il nuovo sito dell'azienda, lanciato proprio durante Autopromotec. “In generale, tutto l'approccio di marketing sarà completamente differente dai nostri competitor. Stiamo per lanciare la nuova strategia, a breve ci saranno novità e sentirete parlare di noi.”