

Sono state le strade della Toscana il teatro di "Drive smarter", l'evento organizzato da Aeolus e Intergomma (suo partner distributivo esclusivo per l'Italia) per il lancio della nuova gamma di pneumatici vettura del costruttore cinese. Venticinque Fiat 500 equipaggiate con pneumatici Aeolus GreenAce AG02 hanno permesso sabato scorso a un gruppo selezionato di gommisti e distributori di testare "sul campo" i nuovi prodotti, attraverso le panoramiche strade del Chianti, prima di assistere, nella cornice dell'hotel Calamidoro di Calcinaia (PI), alla presentazione dell'intera gamma vettura di Aeolus da parte di Thomas Wohlgemuth, West Europe manager dell'azienda fondata nel 2004 e che fa parte del conglomerato governativo ChemChina. Oltre ad illustrare caratteristiche, risultati dei test e le future evoluzioni di gamma dei pneumatici vettura, suv e light truck, nel suo intervento il manager tedesco ha posto l'accento sulla strategia che Aeolus ha elaborato per penetrare nel mercato europeo.

"Il nostro obiettivo - ha spiegato Wohlgemuth - è di produrre realmente pneumatici per tutti, rompendo gli schemi classici che suddividono il mercato in marchi "budget" e brand di alta gamma. Noi vogliamo raggiungere la più grande varietà di clienti possibili, con una gamma di pneumatici in grado di essere presente nei tre segmenti classici".

Aeolus già da tempo opera con successo crescente nel settore OTR, grazie a pneumatici che abbinano un prezzo sostenibile a caratteristiche di qualità. La volontà è di ripetere il successo anche nel settore vettura: "Siamo consci del fatto che al momento il nostro brand è riconosciuto come appartenente alla fascia "budget" - è stata l'analisi di Wohlgemuth - così come siamo certi di riuscire a far cambiare questa percezione".

Per farlo, le parole d'ordine di Aeolus sono "labelling", "marketing non aggressivo" e "differenziazione" rispetto agli altri competitor cinesi. L'etichettatura europea, secondo Wohlgemuth e i partner di Intergomma, può diventare un importante strumento di promozione, in quanto spiega chiaramente caratteristiche e punti di forza delle gomme e, mettendo sullo stesso piano tutti i produttori, diventa uno strumento da sfruttare per chi voglia farsi largo nel settore e possa contare su prodotti di qualità.

"L'attenzione ai test - ha spiegato Wohlgemuth "è da sempre uno dei punti fondanti della filosofia di Aeolus. Così come nel settore OTR i nostri pneumatici ottengono risultati perfettamente paragonabili ai marchi premium - e questo ci è ormai universalmente riconosciuto - anche i nostri pneumatici vettura hanno finora ottenuto punteggi lusinghieri. E' il caso, ad esempio, dei test sui pneumatici invernali fatti in Finlandia a febbraio. A luglio, poi, saremo impegnati in Inghilterra in una serie di test MIRA, che metteranno a confronto in maniera indipendente i nostri prodotti con numerosi pneumatici dei nostri concorrenti". E che ad Aeolus tengano in seria considerazione test e certificazioni lo dimostra la rivelazione,

da parte di Wohlgemuth, “che il lancio della gamma vettura è stato ritardato di un anno proprio perché volevamo essere certi di fare tutte le cose nel modo giusto, con serietà”.

Una serietà che, secondo il piano predisposto da Aeolus, si dimostra anche nella strategia di marketing, che - ha spiegato Wohlgemuth - non punterà su una comunicazione particolarmente aggressiva, perché il nostro scopo è acquisire autorevolezza nel tempo. Se fino a poco tempo fa in Cina la politica era solo produrre grandi quantità senza qualità, ora siamo al secondo step: le aspettative sono cresciute ed è necessario puntare sulla qualità per competere nei mercati maturi. Poi sarà la volta di un terzo gradino da superare: la promozione dei prodotti e del valore del brand”.

E se Wohlgemuth misura in 7-8 anni il raggiungimento di quest'ultimo obiettivo da parte delle imprese cinesi (il discorso è su base generale ma, come ha spiegato il manager tedesco, Aeolus non fa eccezione) c'è una diversa filosofia che differenzia i produttori. Ed è quello su cui punta Aeolus: “Il nostro punto di forza, oltre ai prodotti, è lo stile europeo che stiamo costruendo - ha spiegato Wohlgemuth - attraverso l'implementazione di un ufficio con sede in Germania che si occupa di seguire da vicino i distributori, assistendoli e supportandoli in ogni fase. E poi, la scelta di un manager tedesco mi sembra che vada in questa direzione, no? La produzione invece sarà completamente fatta in Cina, in un impianto modernissimo di 290mila mq che già attualmente ha una capacità produttiva di 13 milioni di pneumatici ma che entro la fine del 2015 raddoppierà”.

ChemChina ha investito oltre 156 milioni di dollari solo per la fase iniziale del progetto gomme vettura, che permetterà nel giro di pochi anni ad Aeolus di diventare il terzo produttore cinese per numero di pneumatici, entrando anche nella top20 mondiale. Attualmente, solo con la produzione di pneumatici OTR, Aeolus è comunque già al quinto posto in Cina. Per quanto riguarda i piani futuri, dopo aver escluso un ingresso di Aeolus nel settore moto, Thomas Wohlgemuth ha anticipato che nel 2014, oltre all'ampliamento della gamma suv, Aeolus introdurrà sul mercato un pneumatico “all season”, per venire incontro alle esigenze di chi richiede un pneumatico che possa essere usato tutto l'anno senza restrizioni.

Anche Intergomma, distributore esclusivo per l'Italia del marchio Aeolus e co-organizzatore di “Drive Smarter”, punta molto sulla nuova linea vettura del brand cinese, come spiega Giacomo Rossi, responsabile vendite per l'Italia dell'azienda toscana: “C'è un forte interesse intorno alla linea di pneumatici vettura di Aeolus. Noi puntiamo molto su questo e stiamo investendo parecchio, ampliando e diversificando la linea vendita vettura da quella più specialistica di OTR e movimento terra. In sostanza stiamo formando un gruppo di persone che seguirà in maniera esclusiva il settore vettura di Aeolus. Ripeto, l'interesse è forte da

parte dei clienti, come dimostra anche la perfetta riuscita di questo evento”.



*Foto di gruppo per i partecipanti al "Drive smarter" organizzato da Aeolus e Intergomma*



Per il lancio della gamma di pneumatici vettura, Aeolus e Intergomma hanno organizzato un tour lungo le strade del Chianti, mettendo a disposizione venticinque 500 ad un selezionato gruppo di clienti. Alla fine Thomas Wohlgemuth, West Europe manager di Aeolus ha esposto i piani dell'azienda cinese

