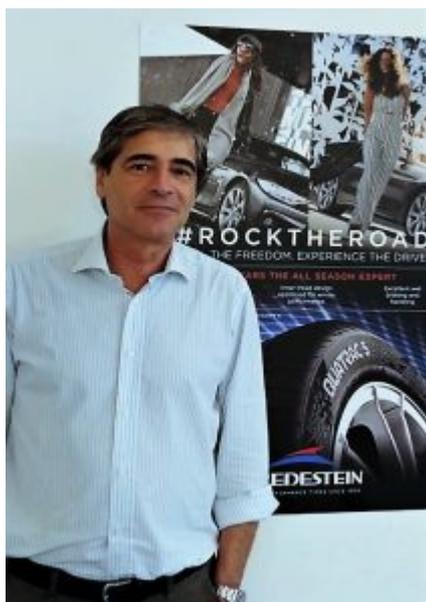


Dopo anni e generazioni in Pirelli, Alberto Viganò raccoglie una nuova sfida professionale: dal 3 aprile è entrato in Apollo Vredestein, dove gli è stato affidato l'avvio del nuovo business moto. Viganò, general manager della nuova divisione moto, risponderà direttamente a Neeraj Kanwar, vice chairman e managing director di Apollo Tyres, e dovrà impostare la strategia di questa start up.



“E’ una sfida entusiasmante e, con Daniele Lorenzetti, Chief Technology officer, stiamo già lavorando alla gamma prodotti, che contiamo di lanciare in Europa nel secondo trimestre del 2019”, dice Viganò, che seguirà le vendite in tutto il mondo.

“Vredestein e Apollo sono due marchi e due realtà molto diverse - continua Viganò - e il lancio del progetto moto in Europa dovrà necessariamente avvenire con il brand Vredestein, mentre in India ha senso sfruttare la popolarità del marchio Apollo”.

Nella tabella di marcia di Apollo Vredestein c’è il lancio del radiale in India in questi mesi e contemporaneamente il lavoro di sviluppo della gamma per l’Europa.

Apollo è stata la prima società indiana a produrre pneumatici, nello stabilimento di Vadodara, con cintura radiale in acciaio a zero gradi, introducendo il mese scorso il prodotto Alpha H 1 nelle misure front 110/70 ZR17 e rear 150/60 ZR17 W RAT e per KTM 390 Duke, Bajaj 400 e BMW310, avviando anche la collaborazione con dei produttori di moto indiani e nei prossimi mesi europei e giapponesi.

“Parallelamente al piano di commercializzazione per Sud Est Asiatico e Sudamerica, legato al brand Apollo, sinonimo di innovazione e tecnologia, stiamo lavorando alla gamma Europa

e Nord America, - continua Viganò - che contiamo di introdurre nella seconda parte del 2019 con il brand Vredestein, che ha già footprint europeo, posizionamento premium, tradizione di performance superiori - specie nei mercati Centro Europa- per le linee vettura, agro e velo” .

Il general manager Apollo conclude descrivendo l'intensa attività dei prossimi mesi: *“Sui binari di questa doppia sfida (mercati maturi e sfidanti come Europa e Usa, da una parte, e mercati emergenti - dal family commuting al premium - per resto del mondo) si muove l'attività' intensa di questi mesi, che prevede lo **sviluppo di una gamma** per le diverse applicazioni, supportata da un continuo esercizio di **testing outdoor e indoor** da parte della sperimentazione Apollo, coordinata dall'Italia, la definizione di un'**organizzazione commerciale** coerente con l'attuale modello distributivo di Vredestein, la collaborazione con primari **OEM** e il prossimo **coinvolgimento del consumatore finale** attraverso le community delle 2 ruote. Perché, come dice un caro amico, 'life is too short for traffic'.”*