

Grandi novità in casa Continental, che sta rinnovando con frequenza le gamme di prodotto e che annuncia alcune novità importanti per i prossimi mesi del 2013 e per il 2014. La gamma invernale vettura è già stata completata e quella estiva è nuova e copre tutti i segmenti, SUV compreso. Si annunciano inoltre nuovi prodotti per le Business Unit Truck e Specialty Tires. Ma non finisce qui, perché il gruppo tedesco ha deciso di investire anche sui marchi di seconda fascia, di cui possiede un vasto panel, per rispondere al trend del mercato che cerca - fatta salva la qualità - prodotti di secondo livello per notorietà di marchio. Continental rinnova dunque in maniera importante anche le gamme di altri brand.

Il rilancio di Uniroyal

Primo fra tutti Uniroyal, il pneumatico che si distingue per le prestazioni su bagnato e che a breve presenterà una gamma completamente rinnovata. "Il marchio Uniroyal si appresta a vivere una nuova vita, un momento storico di rinnovo del brand e del disegno, con una nuova gamma veramente interessante", ci anticipa Alessandro De Martino, amministratore delegato di Continental Italia. "Inizieremo a presentare i nuovi prodotti invernali già nel secondo semestre 2013 - inizio 2014. E' un momento importante e lavoreremo molto anche nelle attività di comunicazione, perché vogliamo evidenziare questo passaggio."

General Tire, Barum & C.

Un altro marchio oggetto di rilancio è General Tire, che sta sviluppando dei prodotti mirati alle esigenze degli automobilisti europei. "E' un marchio che sta crescendo molto bene - dice De Martino - che ci ha già dato grandi soddisfazioni su tutti i piani e su cui abbiamo ancora molte ambizioni."

Un altro brand che sta andando benissimo, anzi "quasi esplodendo", come dice De Martino, è Barum, sia sul segmento vettura che autocarro.

"Abbiamo da tanti anni molti brand", spiega l'AD della filiale italiana. "Riceviamo anche qualche richiesta per aggiungerne di nuovi, ma lo faremo con molta cautela, perché la complessità a livello produttivo è notevole e bisogna riuscire a gestirla."

Investimenti per aumentare la capacità produttiva

Insomma il gruppo può nei prossimi anni contare su una gamma completa e di alta qualità, ma anche su numeri importanti. "In questi anni il gruppo ha aggiunto capacità produttiva e investito nell'area BRIC: siamo partiti in Cina un paio di anni fa; il Brasile continua a crescere; l'anno scorso abbiamo fatto un investimento in India. Inoltre i lavori di costruzione

della fabbrica in Russia procedono ad una velocità incredibile”, spiega De Martino. “Presto avremo quindi l’opportunità di essere ancora più presenti in questi Paesi. Il piano di crescita è ambizioso, ma siamo complessivamente sereni, perché i risultati finanziari sono confortanti e ci danno ragione. Anche se – ci tengo a sottolinearlo – non parliamo solo di pneumatici, perché 2/3 del fatturato derivano dal primo equipaggiamento di componentistica.”

Il mercato italiano

Per quanto riguarda i risultati sul mercato italiano, De Martino conferma che sono in linea con quelli del Gruppo. “Siamo soddisfatti del lavoro di questi ultimi anni; la quota di mercato è andata bene e intendiamo continuare a concentrarci soprattutto sulla qualità dei nostri clienti diretti, rivenditori e distributori, che saranno sicuramente la chiave di volta del successo dei prossimi anni.”

Il numero uno di Continental Italia aggiunge che continueranno anche gli investimenti commerciali in Italia. “Il budget per la comunicazione e il sostegno alle vendite in Italia è importante, anche superiore rispetto a quello di altri Paesi. Abbiamo ritenuto che fosse il caso di spingere un po’, perchè abbiamo la gamma, abbiamo i prodotti, abbiamo una credibilità di brand rilevante e quindi vogliamo continuare a spingere. Crediamo nell’Italia e affronteremo i prossimi anni, che si prospettano interessanti, con grande serenità.”