

Al via, domani da Rimini, la [Transitalia Marathon](#), di cui Continental è partner tecnico e a cui partecipa con un proprio team, composto da **Alessandro Broia**, agente e responsabile della formazione per la business unit moto, oltre che titolare dell'agenzia di eventi Ride&Co, **Giorgio Cattaneo**, PR & communication manager, e **Fabio Borelli**, responsabile della business unit due ruote. La squadra Continental viaggerà in Benelli Leoncino 500 con pneumatici Continental TKC 80.



*“Eventi come la Trasitalia Marathon rappresentano delle opportunità di comunicazione incredibili, che ci consentono di valorizzare il business moto, ma anche di dare visibilità al*

*brand Continental in generale”, dice **Fabio Borelli** ai blocchi di partenza della 4 giorni off road.*

### **Conti moto performa meglio del mercato**

Il 2019 non sarà probabilmente un anno brillante per il segmento dei pneumatici moto. Ad oggi, infatti, la contrazione del sell in è attorno al 4%, a causa soprattutto del maltempo, che ha caratterizzato aprile e maggio, i mesi clou di apertura della stagione motociclistica.

Ma, in questo difficile contesto, Continental come ha performato? *“Per quanto ci riguarda, - afferma Borelli - è stato un ulteriore anno positivo. I prodotti lanciati l’anno scorso ad Eicma, **Trail Attack 3** e **Scoot**, hanno ottenuto ottimi risultati, sia di vendita che di riscontro da parte degli utilizzatori finali, che si dichiarano molto soddisfatti dell’acquisto”.*

### **Un mercato che cambia: una moto su tre monta enduro stradali**



In particolare, il Conti Trail Attack 3 si inserisce in un segmento in fortissima crescita, quello dell’enduro stradale, che, secondo le stime Continental, rappresenta ormai circa il 30% del mercato. *“Il comparto supersport si è quasi azzerato, mentre una moto su tre monta gomme da enduro stradale, - continua Borelli - ecco perché essere presenti alla Transitalia Marathon, con un prodotto tecnologicamente all’avanguardia, come il Trail Attack 3, è per Continental fondamentale.”*

### **Investimenti in Thailandia per aumentare la capacità**

A partire dal 2021 sarà operativa una nuova fabbrica Continental in Thailandia, che produrrà gomme per moto, oltre che vettura e trasporto leggero. *“Per sostenere la crescita globale, Continental aumenta la capacità produttiva”,* spiega Borelli. *“Il mercato europeo è maturo, ma ci sono mercati che hanno ancora altissimi potenziali nel settore moto, come quello sudamericano e quello asiatico, per i quali il nuovo impianto thailandese sarà determinante.”*

*“Un investimento così forte - continua il manager - è un chiaro segnale che l’azienda ci crede e ha ambizioni di crescita, anche se il mercato moto non ha la magnitudo del mercato vettura. In Europa, comunque, l’Italia è il primo mercato per potenzialità e se la gioca con la Germania”.*

### **La comunicazione ha cambiato passo**

La partecipazione alla Transitalia Marathon, anche con un proprio team, testimonia il cambio di passo che Continental ha fatto nella comunicazione in generale e nel moto in particolare. Il target è sempre di più il consumatore e gli eventi sono sempre più emozionali e importanti, basti pensare al Giro d’Italia.



La Transitalia Marathon è il remake di un evento che è stato organizzato dal 1980 fino al 1989. Quando è stato interrotto, **Mirco Urbinati** e alcuni amici hanno deciso di mettersi in gioco e riproporlo. *“Purtroppo - racconta Urbinati - uno degli amici più cari si è ammalato e, in letto di morte, gli promisi che ci saremmo riusciti e che avremmo corso ancora la Transitalia Marathon con il suo casco. E così è stato”*.

La manifestazione internazionale offroad di mototurismo è giunta oggi alla quinta edizione e i 350 partecipanti (il numero è chiuso e si riempie in 6 minuti di orologio dall'apertura delle iscrizioni) arrivano da tutto il mondo, per vivere un'avventura appassionante, attraverso i più bei paesaggi d'Italia. *“La Transitalia Marathon è ogni anno una storia diversa, che raccoglie moltissime emozionanti micro-storie al suo interno”*, dice Urbinati.

*“Anche con questo evento - aggiunge Borelli - parliamo in maniera forte al consumatore finale, cosa che in passato non abbiamo curato con questa attenzione. È un nuovo concept di comunicazione, che ci porta a scendere sul territorio e metterci in gioco, in queste manifestazioni e nelle fiere b2c, come [Eicma](#) o [Motor Bike Expo](#), dove torneremo con il nostro stand e le ultime novità.”*

*“È chiaro - conclude **Fabio Borelli** - che la strada è ancora lunga e molte sono le quote di mercato da scalare, ma alle nostre spalle c'è un'azienda che ci crede, il prodotto è all'avanguardia e il team è grintoso e affiatato. Insomma, noi siamo in sella!”*





