

Eima 2012 è stato un appuntamento molto importante per Bridgestone e il suo brand Firestone, che mancavano dalla kermesse bolognese ormai da qualche anno. Nello stand di 200mq l'azienda ha presentato la sua gamma e le ultime novità di prodotto, ma ha anche esposto alcuni elementi d'attrazione interessanti, come il video con le immagini del recente [concorso fotografico](#) e il pneumatico radiale più grande del mondo nel settore agricolo, il DT23 per trattori oltre i 500 cavalli, con diametro di 2,32 metri, rapporto d'aspetto/sezione di 850/75, misura del cerchione di 42" (107 cm) e peso di 510 kg.

"La fiera è andata molto bene, c'è stato grande interesse e Firestone ha avuto una visibilità importante, nostro primo obiettivo", dice Lorenzo Piccinotti, Marketing Manager Commercial Products di Bridgestone Italia. "Mancavamo da qualche anno e abbiamo fortemente voluto partecipare a questa edizione, perché nel frattempo siamo cresciuti nel mix di prodotto radiale e avevamo molte novità interessanti da presentare al mercato. Inoltre abbiamo legato alla fiera anche il meeting annuale con gli Agri Point, il network specializzato dedicato ai rivenditori Agricoltura. In Italia ne abbiamo 53 ed in Europa il network conta più di 900 punti vendita".

Gli Agri Point sono stati ospitati da Bridgestone Italia per il meeting annuale ed hanno avuto l'opportunità, il giorno seguente, di visitare la fiera. Bridgestone Italia ha presentato al network di rivenditori specializzati i prodotti nuovi, come il [Maxi Traction con l'innovativa tecnologia IF](#), ma ha anche prospettato i lanci di prodotto che sono in programmazione nel prossimo futuro. "L'iniziativa è stata molto apprezzata in quanto è importante interagire direttamente con il cliente perché è proprio attraverso lo scambio reciproco che nascono nuove idee e molti spunti su come gestire il business", ha commentato Piccinotti.

"La fiera è stata favorevole sia per sviluppare e consolidare la collaborazione con importanti case costruttrici, quali John Deere e CNH, sia per confrontarci direttamente con gli utilizzatori finali per meglio comprenderne le loro esigenze."

In conclusione il bilancio di Eima è stato dunque molto positivo per Bridgestone Italia e il 2013 si prospetta come un anno interessante per il brand Firestone, che avrà l'opportunità di rafforzare ulteriormente la propria posizione, grazie ad una offerta di prodotti arricchita e completa in termini di applicazioni, modelli e dimensioni.



Dopo alcuni anni di assenza, Bridgestone è tornata ad Eima, per presentare la gamma Firestone arricchita e completa in termini di applicazioni, modelli e dimensioni



“Abbiamo legato alla fiera anche il meeting annuale con gli Agri Point, il network specializzato dedicato ai rivenditori Agricoltura, che in Italia sono 53”, dichiara Lorenzo Piccinotti, Marketing Manager Commercial Products di Bridgestone Italia



© riproduzione riservata
pubblicato il 21 / 11 / 2012