

A Vienna, alla fine di giugno, Continental ha presentato in anteprima la nuovissima Generazione 3 dei pneumatici per autobus e pullman. Potrebbe sembrare una notizia di nicchia, ma in realtà rappresenta l'inizio del rinnovo completo dell'offerta di Continental per i veicoli commerciali. La Generazione 3 dei pneumatici autocarro verrà infatti presentata il prossimo anno e a seguire verrà rinnovato anche il catalogo construction.

Perché partire dal trasporto persone? Forse proprio perché essendo un segmento di nicchia era più semplice diventare i primi della classe o per qualche altra particolare ragione? Lo abbiamo chiesto ad Andreas Esser, executive vice president della business unit 'Commercial Vehicle Tires' di Continental.

AE: Il segmento del trasporto persone era quello in cui potevamo applicare la nostra capacità tecnologica nel modo migliore e più efficace, offrendo dei benefici ad un maggior numero di clienti. L'aderenza su bagnato e la resistenza al rotolamento sono infatti strettamente connesse con l'uso di tecnologie produttive avanzate e sono caratteristiche particolarmente rilevanti quando si tratta di trasportare persone.

PN: L'esordio dei nuovi prodotti del segmento "people" premette a Continental di collocarsi al top dell'offerta di mercato. Avete intenzione di diventare i primi della classe anche nel settore autocarro e industriale?

AE: È quello che cercheremo di fare. Stiamo progettando dei prodotti all'avanguardia, anche se lo sviluppo richiederà ancora parecchio tempo. Il nostro obiettivo finale, in linea con la filosofia aziendale, deve essere quello di posizionarci al livello più alto del settore, per offrire il meglio dello stato dell'arte della tecnologia e per essere competitivi.

PN: Per i prodotti autobus e pullman sono stati definiti degli obiettivi di vendita?

AE: Certamente abbiamo stabilito un target di vendita e, come tutte le aziende, abbiamo programmato un budget. Preferiamo non dichiarare delle cifre precise, tuttavia è certamente necessario che la nuova generazione di prodotti generi dei risultati di vendita rilevanti.

Quello che per noi è essenziale è avere un vantaggio tecnologico significativo rispetto ai prodotti d'importazione. Non vogliamo infatti competere con i pneumatici di fascia bassa, ma piuttosto offrire ai clienti e ai consumatori finali un concetto di mobilità e un pacchetto completo che sia vantaggioso e competitivo sotto tutti gli aspetti.



© riproduzione riservata
pubblicato il 22 / 07 / 2013