

Eima 2014 per Bridgestone è stato un evento molto importante: è stato presentato a livello italiano l'ingresso del marchio in agricoltura, con il pneumatico premium VT-Tractor. Oltre al prodotto, ha suscitato grande interesse la strategia del brand, che non va in nessun modo a sostituire Firestone, da sempre marchio storico del gruppo nell'agricoltura, ma affianca e completa l'offerta.

Lorenzo Piccinotti, Marketing Manager Commercial Products di Bridgestone ha affermato: "Dopo anni che se ne parlava, ora è realtà. Finalmente Bridgestone è entrata nel mondo dell'agricoltura, con un prodotto premium, alto di gamma, dalle prestazioni incredibili. Innanzitutto, per Bridgestone questo è un passo molto importante e un motivo di vanto: in un momento storico come questo, un'azienda che investe e che entra in un mercato con un brand così prestigioso non capita tutti i giorni. Un altro motivo di vanto è sicuramente il VT-Tractor stesso, che è sviluppato e concepito totalmente in Italia, dal momento che il centro tecnico europeo è a Roma. Questo è quindi un prodotto europeo sviluppato per il mercato europeo. Il posizionamento è alto, in linea con il marchio Bridgestone. Ma il vero cambiamento parte da più lontano, dalle radici del VT-Tractor: abbiamo infatti ascoltato i clienti e le loro esigenze per svilupparlo. Per noi il cliente è 'il boss': tutto parte dalle sue esigenze e dal desiderio di soddisfarle, perché il cliente del settore agricoltura è estremamente competente, molto attento ed esigente. Abbiamo quindi cercato di ascoltare le aziende agricole di oggi e di soddisfarle nel migliore dei modi."

Dal punto di vista strategico il lancio del brand Bridgestone permette all'azienda di adottare una strategia multibrand: in questo modo, da ora in poi, l'azienda può soddisfare le esigenze generaliste con Firestone, mentre per esigenze particolari, che richiedono il massimo delle prestazioni, Bridgestone risponde perfettamente alla richiesta; "sono prodotti diversi pensati e sviluppati per esigenze diverse. In questo modo, entriamo in una nicchia particolare di mercato e la soddisfiamo appieno", afferma Piccinotti. Come accennato, il cliente è fondamentale per Bridgestone. Oltre a sviluppare il VT-Tractor partendo dalle esigenze degli utenti finali, Eima ha ospitato, per la prima volta, un evento per i clienti, con 100 utenti finali a cui è stato presentato il VT-Tractor.



Gianni Grigatti, Sales Manager AG/OR
di Bridgestone

Gianni Grigatti, Sales Manager AG/OR di Bridgestone, afferma: "dal 2010 al 2013 abbiamo rinnovato tutta la gamma Firestone. Adesso abbiamo prodotti molto buoni ad un ottimo prezzo, ma per il premium serviva un brand diverso. Bridgestone è sinonimo di alta qualità e questa è stata la motivazione per cui l'azienda è arrivata a maturare l'idea di entrare con un

nuovo brand nel segmento premium, equipaggiando trattori ad alta potenza. Per questo motivo abbiamo fatto un accordo con John Deere, secondo il quale per tutto il 2015 ci sarà la fornitura esclusiva di prodotti. Allo stand John Deere è infatti presente, per la prima volta in assoluto, un trattore equipaggiato con i pneumatici Bridgestone. Il prodotto è completamente diverso dal Firestone, ma ovviamente non dimentichiamo gli anni di sviluppo e il know how che abbiamo maturato: abbiamo preso il meglio della tecnologia Firestone disponibile, lo abbiamo unito all'innovazione di Bridgestone e abbiamo creato un prodotto speciale."

Il VT-Tractor ha una tecnologia chiamata VF, che significa "Very High Flexion", che permette, grazie ad una carcassa più robusta, di usare sul campo una pressione più bassa mantenendo lo stesso carico, mentre su strada alla stessa pressione si può caricare il 40% in più. L'impronta a terra rispetto ad un pneumatico standard è molto più ampia, cosa che permette una minor compattazione del suolo. Inoltre, rende possibile lo spostamento su asfalto ad una velocità di 65 km/h, senza la necessità di dover modificare la pressione. Infine, il VT-Tractor può essere montato su cerchi standard: "i pneumatici VF e IF solitamente necessitano di cerchi più larghi, obbligando le aziende a comprare nuove ruote oltre ai pneumatici. Con il Bridgestone VT-Tractor invece tutto questo non è necessario", afferma Grigatti.

☒ Tutte queste caratteristiche sono state dimostrate oggettivamente dalla rivista specializzata tedesca DLG, che tramite dei test comparativi autonomi e indipendenti ha dichiarato che in una giornata di lavoro con pneumatici Bridgestone si possono lavorare 0,9 ettari in più di terreno rispetto alla concorrenza, risparmiando anche 56 litri di carburante ogni 50 ettari, pari a circa 500 euro per 500 ettari di terreno. Inoltre, l'area di contatto col suolo è del 26% maggiore, cosa che permette una minor compattazione dello stesso.

Andrea Marconcini, Direttore Vendite Commercial Products di Bridgestone, ha aggiunto: "Bridgestone entra in agricoltura per rispondere al cambiamento dell'agricoltura stessa, che si sta evolvendo, tecnologizzando, diventando sempre più esigente e con necessità più specifiche, sotto molti punti di vista. La mission è soddisfare le esigenze dell'utenza, proteggendo al contempo le colture. Bridgestone vuole infatti contribuire a creare un'agricoltura più sostenibile, seguendo tre pilastri: ecologia, economia, ergonomia. Si ottiene ecologia tramite una minor compattazione del suolo, migliorando la crescita delle colture e consumando meno carburante. La miglior trazione dei pneumatici VT-Tractor, più efficienti e veloci nel completare le attività agricole, porta indubbi vantaggi economici. Consumando meno carburante, inoltre, si ottiene una riduzione dei costi operativi. Infine, l'ergonomia: la carcassa altamente flessibile permette maggior comfort di guida. Abbiamo sviluppato un pneumatico ad elevata performance, per i moderni trattori tecnologici."

[Per leggere questo e altri articoli sull'agricoltura, sfoglia lo speciale Focus On AGRICOLTURA](#)



© riproduzione riservata
pubblicato il 14 / 01 / 2015