

Il 2014 è stato un ottimo anno per Continental nelle forniture di pneumatici di primo equipaggiamento per i produttori auto, con vendite sia in Asia che in Europa che hanno contribuito ad un risultato positivo. In Europa Continental ha ottenuto nuove omologazioni dalle case automobilistiche per quasi tutte le categorie di vetture, dalle sub-compact alle limousine. Al tempo stesso sono stati conclusi accordi in Asia, non ultimi con produttori locali cinesi - una priorità per Continental, che offre una vasta gamma di opzioni per pneumatici di primo equipaggiamento e che può sviluppare soluzioni mirate per quasi ogni tipo di autovettura.

In aggiunta alla lunga lista di omologazioni ottenute dalle case automobilistiche, l'alta percentuale di auto equipaggiate Continental tra quelle in mostra al recente Salone Internazionale dell'Automobile di Ginevra è l'ulteriore prova della popolarità del brand della multinazionale con sede ad Hannover. I suoi pneumatici erano presenti sulle auto in esposizione di quasi tutti i produttori europei. E in particolare sui modelli di conclamato maggiore appeal, quali l'Audi R8 e-tron, l'A3 e-tron, la Mercedes V-class ibrida, e la VW Golf ibrida, i pneumatici esposti erano quelli progettati ad Hannover.

☒ Stesso discorso per le berline di lusso della Rolls Royce, per le fuoristrada per eccellenza della Land Rover, e per la punta di diamante dell'e-car della Tesla. Ma non solo i supertop di gamma proponevano Continental alle ruote dei loro modelli presenti al Salone: anche vetture delle classi small e compact, come le nuove Opel, Peugeot, Fiat, Ford, Renault compreso il nuovo SUV Kadjar, erano equipaggiati Continental. In aggiunta alle Case europee, i visitatori hanno manifestato interesse per auto asiatiche, anch'esse equipaggiate Continental. Per esempio Hyundai ha presentato la nuova ix 20 e Suzuki la S-Cross con pneumatici marchiati dell'inconfondibile cavallo di Hannover

Tradizionale posizione di rilievo con i produttori europei di autoveicoli

Da molti anni ormai Continental mantiene una forte presenza di primo equipaggiamento tra le case automobilistiche europee. "Abbiamo assunto una posizione leader, coprendo più di un terzo del mercato europeo - commenta Karlheinz Evertz, che dirige le attività mondiali del primo equipaggiamento per pneumatici vettura e trasporto leggero per Continental - "ma per soddisfare qualsiasi esigenza dei nostri clienti dobbiamo continuare a sviluppare pneumatici per i diversi tipi di automobili e per farlo è richiesto il massimo e costante sforzo da parte dei nostri ingegneri". Oltre al primo equipaggiamento, Continental fornisce servizi di postvendita, attraverso i concessionari auto e anche attraverso il commercio dei pneumatici al ricambio.

I prodotti Continental hanno successo anche tra i produttori americani. Su questo mercato

l'azienda incontra circa un sesto della domanda di equipaggiamenti originali di pneumatici e, dato l'attuale ottimismo delle vendite di auto nuove negli USA, Evertz vede "un ulteriore potenziale per Continental".



Karlheinz Evertz dirige le attività mondiali del primo equipaggiamento per pneumatici vettura e trasporto leggero per Continental

Le storie di successo provenienti dall'Asia sono un altro sviluppo positivo per l'azienda di Hannover. Qui Continental al momento rifornisce non solo i produttori di auto giapponesi e coreani, ma anche le Case cinesi. La maggior parte di questi prodotti sono fabbricati nello stabilimento di Hefei in Cina. Producendo "sul mercato per il mercato", l'azienda elimina il processo complesso e costoso del trasporto di pneumatici dall'Europa o dagli USA alla Cina. "Puntiamo ad espandere il nostro business in Asia un passo per volta", spiega Evertz. "Vediamo anche qui un grande potenziale di crescita".

I produttori di auto chiedono soluzione diversificate

Gli ultimi anni hanno visto una crescita ininterrotta delle aspettative dei produttori di auto riguardo alla produzione di pneumatici. "Dove una volta la sicurezza, l'handling, il comfort e il consumo erano gli unici aspetti da prendere in considerazione, oggi si fanno avanti la bassa resistenza al rotolamento, la resistenza alla foratura, il contenimento della rumorosità, l'adattabilità ai nuovi concetti di motorizzazione dei veicoli", dichiara Evertz. Tutto questo ha portato, per esempio, Continental a sviluppare la tecnologia ContiSeal per uno dei maggiori produttori mondiali di veicoli, un sistema che consente allo pneumatico di riparare sigillando automaticamente piccole forature continuando a camminare. Molti altri produttori di autovetture confidano nella tecnologia ContiSilent, grazie alla quale uno speciale materiale fonoassorbente presente all'interno dello pneumatico riduce drasticamente i livelli di rumorosità trasmessa all'abitacolo. Sempre più i produttori sono chiamati a marchiare in modo semplice e identificabile i pneumatici per i loro modelli speciali. Audi, per esempio, richiede l'identificazione dei propri pneumatici con specifica di primo equipaggiamento con la marcatura aggiuntiva AO (Audi Original) o RO seguita da un numero a fianco dell'indicazione della misura, BMW con una stelletta, Mercedes con le lettere MO, Porsche con la lettera N seguita da un numero, Maserati con la sigla MGT, Jaguar con la lettera J, Alfa Romeo con la sigla AR. Guardando avanti, Evertz si aspetta che

questo trend continui: “Dopo tutto, per i produttori questi marchi significano delineare il proprio brand anche nel settore pneumatici, così come l’indicazione delle varie caratteristiche delle loro performance”. Evertz conclude confermando comunque che gli pneumatici “normali” per il mercato del rimpiazzo sono adatti per usi universali con i più alti standard di sicurezza. I normali automobilisti, dice, generalmente non riescono a percepire con precisione la differenza tra pneumatici di rimpiazzo ed equivalenti di primo equipaggiamento.





© riproduzione riservata
pubblicato il 18 / 03 / 2015