

Tre anni di lavoro intenso per aprire la sede europea a Milano, costruire la squadra, sviluppare e lanciare dei prodotti dedicati, guadagnare quote di mercato e poi... la pandemia. Abbiamo parlato con Corrado Moglia, amministratore delegato di Triangle Tyre in Europa, per capire come l'azienda ha affrontato questo difficile periodo e qual è il bilancio delle vendite in Europa.

Che conseguenze ha avuto per Triangle Tyre la pandemia?

Triangle Tyre ha vissuto la pandemia fin dal primo focolaio in Cina, con le conseguenti restrizioni imposte a febbraio nel paese, inclusa la sospensione temporanea della produzione e lo smart working. Il lockdown è stato molto più breve rispetto a quanto avvenuto in Europa con una rapida ripresa del mercato interno. Triangle è stata anche capace di aumentare la propria quota di mercato in questa fase, immediatamente successiva alla riapertura.



350350

La nostra sede europea di Milano, al centro dell'area più colpita del nostro Paese, ha chiuso l'ufficio anche prima del lockdown imposto dal nostro Governo. Abbiamo iniziato a lavorare dalle nostre abitazioni, continuando a servire i nostri clienti in tutta Europa, rimanendo in costante contatto con ognuno di loro e cercando di trovare insieme soluzioni a questa situazione straordinaria.

A dire il vero, le nostre attività non si sono mai fermate, né in Cina né in Europa. Grazie al team europeo, al buon supporto dei nostri colleghi a Weihai e alle partnership ormai consolidate con i nostri distributori, siamo riusciti ad ottenere degli ottimi risultati durante

il primo semestre, nonostante il rallentamento della domanda.

Lo sviluppo delle gamme e l'introduzione di nuovi prodotti in tutti i segmenti hanno sicuramente contribuito alle performance del periodo.

A circa un anno dal lancio, come sono stati accolti dal mercato i nuovi prodotti?

Lo scorso anno abbiamo lanciato [molti nuovi prodotti vettura: 4 estivi, 1 all-season e 1 invernale](#). Tutte queste novità sono state sviluppate su impulso del nostro team europeo, con particolare attenzione alle nuove dimensioni e ai codici di velocità e carico corretti per i nostri mercati.

Anche nei comparti **autocarro e movimento terra** abbiamo allargato le gamme con nuovi e migliorati prodotti per rispondere sempre di più alle esigenze degli utilizzatori finali.

I **buoni risultati di vendita** sono la dimostrazione che gli investimenti fatti nell'ampliamento e completamento delle gamme, sono stati accolti favorevolmente dai nostri clienti.

Quali sono i prodotti e le iniziative in programma per il prossimo semestre e per il 2021?

Nel **vettura** stiamo introducendo nella gamma invernale 2 nuovi prodotti, uno direzionale per l'Europa continentale e l'altro chiodato dedicato ai paesi nordici. Sarà anche disponibile un nuovo modello estivo per trasporto leggero, che arriverà nell'ultimo trimestre dell'anno.

Nell'**autocarro** il completamento di gamma avverrà soprattutto con l'aggiunta di prodotti invernali e con il rinnovamento dei profili per trasporto persone, urbano ed extraurbano.

Nel **movimento terra**, settore nel quale Triangle è riconosciuto come un brand di riferimento, abbiamo lavorato intensamente per l'estensione della gamma, che continuerà anche nei prossimi mesi, rilanciando la nostra presenza anche nel settore portuale, per il quale stiamo già testando con ottimi risultati un nuovo prodotto dedicato.

In termini di **iniziative**, prevediamo la partecipazione ad alcune fiere, tra le quali "The Tire Cologne" in Germania ed "Intermat" a Parigi.

Per il 2021, stiamo anche pianificando **un evento europeo** a supporto dei nuovi programmi di marketing e di prodotto.

© riproduzione riservata pubblicato il 6 / 07 / 2020

