

Alla scorsa Eima era presente anche **Guido Boerkamp**, direttore della divisione europea Off-Highway Tyres di Apollo Tyres, che ha brevemente integrato [quanto detto da Domenico Gatti](#), responsabile del cluster dell'Europa sud-occidentale.

“La nostra è una strategia dual brand. Vredestein è focalizzata nel segmento agro e ha una lunghissima storia alle spalle. E' stata fondata nei primi anni del 1900 e produce pneumatici agricoli a Enschede dal 1950. L'altro brand è ovviamente Apollo, focalizzato nel segmento OTR, in particolare nell'industrial e nel construction. L'obiettivo è di avere una crescita equilibrata, in modo che i brand si rinforzino uno con l'altro. Abbiamo già oggi ottime quote OE, con una strategia di crescita che idealmente sarà 50-50 tra OE e ricambio. In ogni caso, siamo soddisfatti: bastava fare un giro negli stand di Eima per vedere tantissimi trattori gommati Vredestein.”

L'approccio ai mercati agro/otr è il medesimo?

Siamo molto integrati nel mercato, ma l'approccio è leggermente differente tra i due segmenti: nell'agro siamo molto focalizzati sul cliente finale. Bisogna parlare la lingua di agricoltori e contoterzisti, per farla breve.

Nel construction, invece, è un pò diverso: seguiamo differenti canali, ad esempio in Europa sono molto importanti il noleggio e le flotte. Anche la distribuzione segue logiche diverse rispetto al mondo agro.

Sono in arrivo nuovi prodotti?

Stiamo perseguendo una strategia di crescita entrando in nuovi mercati e lanciando nuovi prodotti, quindi sì, arriveranno novità. Nell'agro ci stiamo concentrando molto sulla priorità numero 1 degli agricoltori, ovvero la compattazione del suolo. Stiamo sviluppando, quindi, nuovi pneumatici VF. Nel construction, invece, ci sono diverse novità in fase di sviluppo, sia bias che radial.

© riproduzione riservata pubblicato il 17 / 01 / 2023