

Pirelli, un brand che siamo abituati ad associare alle prestazioni, si sta distinguendo anche nel campo della sostenibilità, un valore in cui l'azienda crede e su cui sta intensificando sempre di più anche la comunicazione. La forza del brand era palese a The Tire Cologne, dove Pirelli aveva uno stand di 400 metri quadrati, sempre affollatissimo, che raccontava l'azienda sotto tutti gli aspetti: tecnologia, sostenibilità, motorsport e retail.



La strategia di Pirelli rimane sempre fortemente focalizzata su prodotti high value, una strategia che **Livio Magni**, a capo della regione Europa dell'azienda definisce *“complessa, ma vincente”*.



“I risultati raggiunti negli ultimi anni testimoniano che questa strada è vincente”, dice Magni. “E’ sicuramente una decisione forte, che però l’azienda ha preso in maniera molto lungimirante: Pirelli si è infatti posizionata, per prima, laddove il mercato del futuro continuerà a crescere ancora di più rispetto a quanto ha fatto fino ad oggi. Essere un punto di riferimento in quello che sarà il mercato del futuro ci dà ovviamente grandissima consapevolezza e fiducia innanzitutto nei nostri mezzi, perché l’azienda è stata ed è in grado di deliverare non solo risultati, ma anche tecnologie e prodotti, che le hanno permesso di raggiungere questo posizionamento. Chiaramente non ci possiamo fermare e siamo ben consapevoli del fatto che questa strategia debba essere ulteriormente alimentata, rafforzata e sviluppata. Il punto di partenza, però, ci dà effettivamente delle buone aspettative per il futuro.”

Questo vantaggio competitivo che Pirelli detiene per avere sempre puntato sulle prestazioni,

si replica anche nella sostenibilità e, in particolare, nell'impegno per essere in prima linea anche nelle soluzioni per la mobilità elettrica. *“Le previsioni di mercato per l'elettrico sono diverse, - continua Magni - ma che ci sia un boom o che sia un po' rallentato, quello che è importante è che Pirelli ha già ottenuto oltre 500 omologazioni Elect e questo, chiaramente, la pone, ancora una volta, come brand di riferimento anche in questo segmento. Nel momento in cui, presto o tardi, questo mercato esploderà, ci saranno dei benefici evidenti per chi si è posizionato meglio fin dall'inizio”.*



Motore dell'offerta commerciale è naturalmente sempre lo sviluppo tecnologico, come ci ha spiegato **Andrea Donolato**, Chief Commercial Officer di Pirelli Europa: *“Per il segmento elettrico e ibrido plug-in abbiamo sviluppato una tecnologia apposita chiamata ELECT, un pacchetto di tecnologie in grado di rispondere al meglio ai bisogni della macchina elettrica. Una di queste necessità è ad esempio la silenziosità: i pneumatici Pirelli Elect sono più*

silenziosi di quelli tradizionali e aumentano notevolmente il comfort nell'abitacolo dell'auto, che ha un motore silenzioso per definizione. Il nostro focus, oltre ad essere concentrato sul segmento consumer a più alto valore, è anche molto attento alla tecnologia e l'asticella si alza sempre di più".

A The Tire Cologne, Pirelli ha esposto diverse novità, tra cui il **P Zero Winter 2**, evoluzione del P Zero Winter, un pneumatico invernale altamente performante con 13 misure in gamma dotate della tecnologia Elect, specifica per auto BEV e PHEV, che combina la sicurezza nelle condizioni invernali con l'efficienza. *"Stiamo lavorando su tanti progetti omologativi, uno dei quali, già concluso, per la BMW i7, una macchina elettrica di alta gamma",* sottolinea Donolato. *"Con questo prodotto rafforziamo ulteriormente l'offerta commerciale di Pirelli sul winter, dove ci distinguiamo in quanto leader di mercato sull'alto di gamma".*

A Colonia erano esposti anche gli ultimi nati della famiglia **Powergy**. *"Abbiamo lanciato nel 2021 questa gamma pensata per gli automobilisti, che cercano una soluzione accessibile senza rinunciare a sicurezza, efficienza e comfort. Inizialmente abbiamo presentato un pneumatico estivo e oggi estendiamo la gamma con un all season e un invernale Powergy Winter e Powergy All Season SF",* continua il manager. *"In questo modo ampliamo la nostra offerta, anche con prodotti che ci consentono di allargare il perimetro dei clienti finali che riusciamo a raggiungere. Crediamo infatti che ci sia spazio per un brand come Pirelli anche su segmenti di mercato dove siamo meno presenti, in quanto richiedono meno soluzioni tecnologiche".*

La sostenibilità, focus di Pirelli nel prodotto e nel processo

In fiera Pirelli ha parlato moltissimo di sostenibilità, che - dice Donolato - *"è uno delle priorità di Pirelli fin dalla sua fondazione". "Dapprima in ambito sociale, con l'adozione di tutele e benefici per i lavoratori, poi, nel tempo, il concetto ha coinvolto sempre di più anche l'aspetto ambientale e quello economico".*

"Oggi Pirelli si è posta diversi target in tale ambito: la decarbonizzazione industriale e la produzione di pneumatici con un quantitativo sempre maggiore di materiali naturali e riciclati", sottolinea Donolato. *"Puntiamo a ridurre sempre di più le emissioni del nostro processo produttivo e a contribuire a ridurre quelle di tutta la catena di fornitura. Abbiamo avviato una novantina di progetti, che oggi ci hanno portato a ridurre le emissioni di Co2 di circa il 40% rispetto al 2018. L'obiettivo è arrivare nel 2030 alla carbon neutrality e nel 2040 Net Zero."*



La sostenibilità dei pneumatici era invece rappresentata in fiera dal P Zero E, che è il primo pneumatico UHP realizzato con oltre il 55% di materiali di origine naturale e riciclati (l'unico certificato da terze parti) e l'unico UHP sul mercato con l'intera gamma di lancio in tripla classe A sull'etichetta europea.

“Per poter avere prodotti a minore impatto, lavoriamo innanzitutto sui materiali, cercando di sostituire quelli fossili con altri riciclati o su base biologica, come ad esempio con il P Zero E, dove oltre la metà dei materiali sono bio-based e riciclati”, spiega Donolato. “C'è poi l'aspetto relativo all'efficienza coniugata con la sicurezza: cerchiamo cioè di massimizzare la rolling resistance, senza avere compromessi sui requisiti di sicurezza, come ad esempio il grip su bagnato. Tutti questi parametri, rolling resistance, wet grip e noise, li monitoriamo con le etichette della Comunità Europea, come si può vedere nel P Zero E, che ha la classe A su tutta la gamma al ricambio. C'è infine il terzo aspetto che riguarda il consumo del battistrada qui l'obiettivo è ridurre sempre di più il tasso di usura”.



Pensando poi al futuro, nello stand Pirelli, era esposto anche un pneumatico [P Zero Trofeo RS sviluppato su misura per Audi RS 4 Avant edition 25 years](#), che è dotato della tecnologia **Cyber Track Adrenaline**. I sensori Cyber rilevano le condizioni dei pneumatici e le trasmettono al guidatore, attraverso un'app scaricabile su smartphone. Questi elementi, che insieme a un modulo GPS ad alte prestazioni compongono il sistema Track Adrenaline, fungono da "assistente virtuale" nelle sessioni in pista. Oggi l'applicazione è per la pista, ma in prospettiva i pneumatici saranno in grado di trasmettere una serie di informazioni al guidatore, che lo aiuteranno ad avere uno stile di guida meno impattante possibile sull'ambiente.

Pirelli impiega dunque tutte le tecnologie a sua disposizione per supportare i nuovi trend della mobilità, auto elettrica in primis e, sia lo sviluppo di prodotti sostenibili che la decarbonizzazione dei processi produttivi passano per certificazioni e rating esterni. *"Non sono autodichiarazioni - sottolinea il manager -, ma dati confermati da una serie di riconoscimenti, uno su tutti quello del Sustainability Yearbook di S&P Global, che anche quest'anno ha confermato che Pirelli rientra nell'1% delle migliori aziende al mondo per*

attenzione alla sostenibilità, così come la conferma negli indici Dow Jones Sustainability World e Europe con il massimo punteggio ottenuto nei settori Auto Components e Automotive”.

La sostenibilità passa anche per il gommista

A Colonia, un'area dello stand era dedicata alla rete Driver, che rappresenta sul mercato i valori di Pirelli: gamma alta, servizio professionale di livello elevato e vicinanza al consumatore finale. La rete retail di Pirelli, che continua ad espandersi, è composta da catene di proprietà di Pirelli in tre Paesi (Germania, Svizzera e Svezia) e in catene di affiliazione di imprenditori, che decidono di legarsi al brand, partendo da una formula più soft fino ad arrivare ad un vero e proprio rebranding del punto vendita. La formazione è un aspetto molto importante del network e non si limita ai prodotti, ma anche alla gestione del punto vendita. Driver offre infatti agli imprenditori gli strumenti per fare impresa, in maniera sostenibile, guardando sempre al futuro.

*“Nel percorso di sviluppo sostenibile che stiamo affrontando, - riprende **Livio Magni** - abbiamo fatto un grande lavoro su noi stessi e sui nostri fornitori, ma stiamo anche iniziando a lavorare con la rete Driver, perché tutti questi concetti dobbiamo poi portarli fino al consumatore finale. È molto importante riuscire a spiegare e valorizzare il nostro impegno con i clienti finali. In questo la rete Driver rappresenta la nostra leva sul campo, per trasferire questi messaggi, in maniera concreta e visibile, al consumatore finale.”*

Il consumatore finale, in effetti, si avvicina sempre di più a questo mondo: c'è chi ha una visione totale della sostenibilità e chi invece parziale, ma di sicuro è una tendenza molto marcata. *“Il passaggio sarà graduale, ma si arriverà e, anche in questo caso, prima saremo pronti noi, la nostra catena di approvvigionamento e il nostro trade sul mercato, più saranno i vantaggi”,* dice Magni. Secondo vari sondaggi, l'interesse e l'attenzione sul tema sostenibilità sale al decrescere dell'età. Sono i consumatori più giovani, gli automobilisti del futuro, quelli che mostrano maggiore interesse, maggiore attenzione e anche la disponibilità a spendere qualcosa di più per scegliere un brand sensibile a queste tematiche. *“Ci aspettiamo che in futuro l'interesse aumenti ulteriormente; - conclude Magni - noi siamo pronti e questo rappresenta per Pirelli un vantaggio competitivo sul mercato” .*



© riproduzione riservata pubblicato il 3 / 09 / 2024