

Ad ottobre 2024 la gamma Prometeon Serie 02 si è ampliata con la nuova offerta nell'applicazione regionale: le linee R02 Proway e R02 Proway M1, quest'ultima dedicata ai Paesi con alta severità di esercizio, come la Turchia. Per essere più vicini alle esigenze dei clienti e grazie all'esperienza acquisita nei mercati, Prometeon ha infatti sviluppato prodotti specifici per differenti condizioni d'uso.

La linea R02 Proway è dedicata ai mercati europei e offre un perfetto equilibrio tra chilometraggio, durata e sostenibilità, caratteristiche in grado di soddisfare anche le flotte più esigenti che vogliono ottimizzare i costi di esercizio. La nuova linea è disponibile nelle misure: R02 315/70, R02 315/80 e R02 295/80. Ne abbiamo parlato con **Alexandre Bregantim**, Global CTO (Chief Technical Officer) di Prometeon Tyre Group.

Quali sono le innovazioni che caratterizzano la nuova gamma Regional?

Il nuovo regional R02 Proway è il risultato di uno sviluppo tutt'altro che semplice, perché doveva confrontarsi con il prodotto precedente, cioè il Triathlon, che è tuttora molto apprezzato sul mercato. La sfida principale è stata realizzare un prodotto che fosse ancora più robusto, ma che potesse garantire un elevato chilometraggio, a parità di rolling resistance. Per ottenere questo risultato abbiamo lavorato molto sulle mescole, anche con materiali sostenibili, e sulla carcassa, che abbiamo ulteriormente irrobustito per soddisfare le esigenze del mercato. Il disegno del battistrada non è molto diverso da quello del Triathlon, ma ne è un'evoluzione, soprattutto per dare maggior trattività ai drive e migliorare l'usura.

Complessivamente, possiamo dire che la nuova linea Regional non si distingue per una singola caratteristica in particolare: non stiamo parlando di una rivoluzione della gamma, ma più di una sua evoluzione. Per rivoluzionare una linea così ampia, che copre circa il 60-70% del mercato, sono infatti necessari 6-7 anni di test, che sono quelli che ci hanno permesso in passato di arrivare al Triathlon. Abbiamo però deciso che era il momento di fare un upgrade di prodotto, rendendo il Triathlon ancora più competitivo, pur senza snaturarlo. Abbiamo lavorato tanto e svolto numerosi test, che sono fondamentali per capire che cosa veramente ci chiede il cliente. Siamo molto soddisfatti del risultato e siamo convinti che questa nuova gamma avrà un grande successo nei vari mercati.

Quali saranno i prossimi sviluppi della gamma?

Non stiamo mai fermi, anche perché come noi si muovono i competitor e noi vogliamo stare al passo. Siamo partiti nel 2022 con le linee trailer, abbiamo poi allargato la gamma con tutte le 22,5 e l'abbiamo completata con le misure aggiuntive 17,5 e 19,5 a bassa resistenza

al rotolamento. Oggi per completare l'offerta manca solo la linea on-off, che lanceremo l'anno prossimo: abbiamo già sviluppato un disegno che abbiamo testato in primis in Brasile e di cui stiamo estendendo la fase di valutazione anche in Europa. Una volta terminati i dovuti test saremo finalmente pronti a lanciare il nuovo prodotto.

La ricostruzione è tra gli obiettivi di Prometeon?

Sì, per noi la ricostruzione è un progetto fondamentale e strategico. Stiamo strutturando la nostra proposta e mi auguro che a breve saremo pronti per raccontare al mercato le nostre soluzioni. Valutiamo tutte le opzioni percorribili, ma al momento il nostro focus principale è quello di creare più know-how. Sicuramente stiamo lavorando per arrivare a una proposta in ambito ricostruzione che sia seria, in linea con i nostri obiettivi di sostenibilità, e che sia in grado di valorizzare al meglio le nostre carcasse.

Quanto è importante il dialogo con il mercato per lo sviluppo di nuovi prodotti?

È imprescindibile. Io stesso vado spesso sul mercato in prima persona: in questi ultimi mesi sono stato in UK, in Spagna e in diverse località italiane più volte. È estremamente importante parlare con le flotte, perché noi, lato azienda, possiamo immaginare dei prodotti straordinari dal punto di vista tecnico e teorico, ma non possiamo in alcun modo prescindere dalle condizioni del mercato e dai bisogni reali degli utilizzatori finali per la loro realizzazione.

Per questo il dialogo è fondamentale: dobbiamo sempre ascoltare il mercato, a volte anche interpretandone le richieste, ma comunque ascoltarlo veramente per poter poi mettere in pratica quello che chiede. È fondamentale perché un prodotto abbia successo: infatti, è la sua capacità di soddisfare le richieste del mercato a determinarne il vero successo.







© riproduzione riservata pubblicato il 26 / 03 / 2025