

Inizia una nuova fase della storia di Prometeon Tyre Group, in cui il brand aziendale guadagna la sua centralità nell'offerta, pur continuando ad affiancarsi al marchio Pirelli fino al 2028. La svolta epocale è stata annunciata con un evento a Istanbul a cui hanno partecipato clienti, rivenditori e giornalisti di tutta Europa e Turchia, con picchi di 400-450 persone nei momenti clou. In Turchia l'azienda ha annunciato l'ampliamento della Serie 02 - che in tutto il mondo si pronuncia in italiano -, ma soprattutto ha lanciato ufficialmente il brand di prodotto Prometeon nei mercati turco ed europeo, pochi mesi dopo l'annuncio del lancio in Africa e Medio Oriente, avvenuto con un evento all'ombra delle piramidi egiziane.

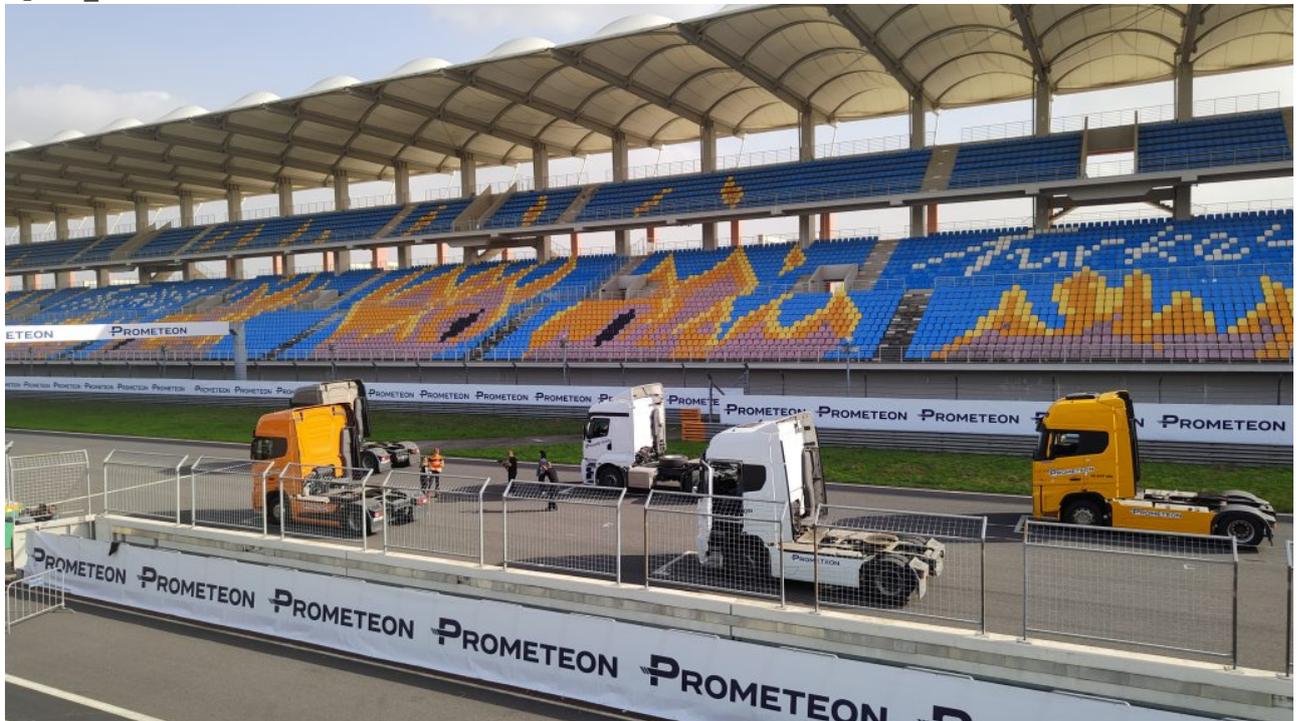
"Il lavoro di rebranding da Pirelli a Prometeon è iniziato tempo fa e passa attraverso varie attività, tra cui le sponsorizzazioni nel motorsport, che hanno permesso ai clienti di conoscerci facendo esperienze uniche", ha affermato **Roberto Righi**, CEO di Prometeon Tyre Group. La visibilità di Prometeon nel motorsport è iniziata nel 2022 con la Superbike, per arrivare alla Copa Truck in Brasile e all'annuncio a Istanbul della partnership con il vincitore della Dakar 2024, nella categoria camion, il pilota ceco Martin Macík. *"Con Martin, un pilota estremamente competitivo, porteremo al livello successivo l'iniziativa avviata quest'anno con Claudio Bellina alla guida del camion di Italtrans, che ha già dimostrato l'efficacia delle nostre gomme in condizioni estreme."* I due piloti, insieme a Bia Figueiredo, che gareggia nel campionato brasiliano CopaTruck di cui Prometeon è fornitore di pneumatici ufficiale, erano presenti all'evento - convention in Turchia e gli ospiti hanno avuto l'opportunità di vivere, al loro fianco, un'esperienza unica nella pista di Formula Uno dell'Istanbul Park e in un precorso sia su pista sia fuori strada, estremamente sfidanti.

Protagonisti dell'evento di Istanbul sono stati sicuramente il team di Prometeon Tyre Group e i dealer, con cui - dice Righi *"il rapporto è già oggi molto forte, ma che vogliamo che sia sempre più forte in futuro, perché sono al centro della nostra strategia"*.

La sensazione è che la parte più complessa relativamente all'impostazione dell'azienda e della squadra sia stata fatta negli scorsi anni e che Righi si concentri adesso più sugli aspetti strategici da un lato, e umani e relazionali dall'altro, sia all'interno dell'azienda che con i clienti e i partner. *"La nostra intenzione - dice - era organizzare un evento che ci desse la possibilità di trascorrere del tempo insieme, in attività piacevoli e interessanti, come la visita della fabbrica di Izmit oi giri di pista con camion e piloti professionisti all'Istanbul Park"*.



oplus_2



oplus_2



• oplus_2



• oplus_2



oplus_2



oplus_2



oplus_2



oplus_2



oplus_2



oplus_2



oplus_2

Due anni fa, in occasione del lancio della Serie 02 con un evento a Venezia, Righi concluse l'intervista affermando: *“Nei prossimi anni sarà più determinante la politica dell'economia”*. E così è stato. *“L'avevo detto sperando di sbagliarmi, ma da allora la guerra in Ucraina, che era appena iniziata, non è ancora terminata e, a ottobre dello scorso anno, è iniziato il conflitto in Medio Oriente.”*

Anche le prossime elezioni negli Stati Uniti, dove la presenza di Prometeon è cresciuta negli ultimi due anni, generano in Righi qualche perplessità, in quanto, in un caso o nell'altro, saranno richiesti degli assestamenti. In America Prometeon ha oggi una piccola struttura di 15 persone e, tra Messico, Stati Uniti e Canada, le vendite arriveranno a quasi 250.000 gomme quest'anno e 300.000 l'anno prossimo. *“Considerando che partiamo da zero - dice - fare 100.000 gomme di primo equipaggiamento è un buon risultato. Con molti costruttori di autocarri abbiamo un rapporto molto forte anche in Europa e Brasile. Stiamo crescendo e per noi l'allargamento della presenza geografica è, insieme al rebranding, uno dei macro progetti strategici del momento”*.

Il panorama geo-politico è di grande incertezza, dunque, e l'impatto sul business è notevole, ma - continua Righi - *“quando l'incertezza è legata a fattori o fenomeni esterni che non possiamo controllare, dobbiamo lavorare sull'unica costante che c'è sempre: le persone.*

Collaborare con persone in grado di gestire le sfide e superarle in modo costruttivo è fondamentale. Dobbiamo cercare di migliorare ogni giorno, perché, anche se non possiamo modificare gli elementi esogeni di instabilità, sicuramente abbiamo la possibilità di migliorare noi stessi."

È stato infatti "fiducia", in inglese "trust", il leitmotiv della convention turca. Fiducia che per il numero uno di Prometeon ha a che fare più con i sentimenti che con le istruzioni e gli ordini. La fiducia e la collaborazione sono valori che si sviluppano in base all'ambiente in cui le persone operano, che deve essere un ambiente sano. "Mi piace dire, anche se a volte suona un po' strano, che il nostro scopo non è solo quello di produrre pneumatici, ma anche quello di mettere le persone in condizione di esprimersi al meglio", ha concluso Righi. "Questa è la condizione affinché tutti possano contribuire e possano gestire anche le sfide più difficili. Non è importante solo essere competenti nel proprio ruolo, ma anche condividere gli stessi valori, perché a lungo termine è questo che può davvero fare la differenza."