

Pirelli sta vivendo un momento di forte investimento per lanciare la business unit industrial nella competizione globale. La strategia segue l'acquisizione da parte di Chem China e si traduce in un rinnovamento del team, che sta mettendo a fuoco in particolare due progetti: il ritorno al business dei pneumatici per macchine agricole e l'entrata nel segmento autocarro del mercato nordamericano.

La squadra della divisione industriale di Pirelli da febbraio è guidata dal nuovo Senior Vice President Dino Maggioni, che arriva da CNH (Parts and Service) e, prima, da Magenti Marelli. Il direttore marketing è Ernesto Garcia, mentre ad Alberto Viganò sono stati affidati i progetti strategici - vere e proprie start up - dell'entrata nel mercato nordamericano con la gamma autocarro e del rilancio mondiale nel settore agricoltura. Renato Zilli è il direttore commerciale della business unit e Ivan Necandri, proveniente da Continental, gestisce il business delle flotte in Europa. Per quanto riguarda il prodotto e la ricerca e sviluppo, c'è invece Daniele Lorenzetti. "Un team estremamente motivato e impegnato a rispondere alle esigenze dei partner con prodotti e servizi sempre all'avanguardia", a detta di Maggioni.

La divisione industriale rappresenta per Pirelli il 25% del fatturato mondiale e in alcune regioni l'azienda italiana detiene una posizione di leadership assoluta, come in Sudamerica e Medio Oriente. In altri mercati la posizione è solida, ma ci sono aree che ancora non sono completamente coperte, Stati Uniti e Cina in primis. E qui si giocherà la sfida dei prossimi mesi e anni per Pirelli.

"Dalla recente acquisizione non organica - afferma Maggioni - ereditiamo una grande capacità distributiva nel mercato cinese, con la possibilità di entrare anche nel primo equipaggiamento, per occupare un segmento in forte espansione. Anche negli Stati Uniti stiamo studiando con quale gamma truck sbarcare, perché, sul piano tecnologico, sia nel nuovo che nel ricostruito, siamo già a livelli assolutamente apprezzati da questo mercato. Per quanto riguarda il settore agricoltura, pensiamo di sfruttare la capacità e la presenza del partner cinese per investire a livello globale, rilanciando la gamma anche in Europa".

In Europa, Pirelli ha venduto nel 1999 il business agricoltura a Trelleborg, con cui aveva costituito una joint venture. In base agli accordi, l'azienda svedese ha avuto il diritto di produrre e distribuire i pneumatici per macchine agricole a marchio Pirelli in Europa fino alla fine del 2010. Dal 2011 la titolarità è tornata a Pirelli.

Tutto nasce e può svilupparsi, secondo Maggioni, dall'eccellenza tecnologica del prodotto, risultato di un percorso di investimento che negli ultimi anni ha determinato una crescita significativa sia della gamma che delle quote di mercato della divisione industriale. Pirelli ha inoltre instaurato importanti partnership tecnologiche, in particolare con Marangoni, per la

ricostruzione sia a freddo che a caldo, e con Trackysat del gruppo Fai Service, per quando riguarda il Cyber Fleet.

Il fatturato della business unit è di 1,4 milioni di euro, con una capacità di 6,3 milioni di pezzi prodotti in 6 stabilimenti dislocati strategicamente, in base a un piano industriale che ha portato la produzione in aree più vantaggiose in termini di costi, garantendo tuttavia lo stesso sistema produttivo, le stesse specifiche e gli stessi controlli di qualità che identificano il prodotto premium.

“Tutto parte dal prodotto di qualità sorprendente e dalla cultura ingegneristica di Pirelli, che negli anni ha sviluppato, con la Serie 0:1, un portafoglio d'offerta con performance di primo livello. A ciò si aggiungono le partnership di grande spessore, che si sono consolidate nel tempo”, aggiunge Maggioni.

“Nei prossimi anni – conclude il manager – faremo un salto ulteriore. Alla luce delle ultime evoluzioni, infatti, il business truck e OTR assume un ruolo centrale, che porterà allo sviluppo in tutte le aree del mondo e al completamento della gamma di prodotto e di servizio. In questo modo potremo accedere alla top 5 dei player globali del settore, forse addirittura al quarto posto al mondo. E' una strada che Pirelli ha già imboccato, con i partner giusti”.