

Durante The Tire Cologne Fabio Pecci-Boriani, senior product marketing manager di Giti Tire, ha voluto commentare il lancio dei due nuovi prodotti all season del gruppo Giti Tire, ovvero il GT Radial 4Seasons e il Giti AllSeasons.

Quali sono i principali mercati per l'all season?

Sicuramente il mercato principale è il centro Europa, quindi la Germania, il nord Italia e alcune zone della Francia. Anche il Regno Unito sta crescendo bene, soprattutto grazie alla ventata di novità, dal punto dello sviluppo, introdotta con il Michelin CrossClimate.

Avete lanciato due prodotti diametralmente opposti. Quali sono le loro principali caratteristiche?

I prodotti sono molto diversi tra loro: il GT Radial segue la prima concezione di sviluppo dei 4 stagioni, partendo quindi da un prodotto invernale, mentre il Giti invece è un estivo che può essere utilizzato d'inverno, che mantiene la guidabilità di una gomma estiva. Si tratta di un dualismo interessantissimo. Anche le misure disponibili saranno diverse: il GT Radial parte da 14, e arriverà ai 16 pollici, con alcune misure da 13 e 2 da 17. Il Giti, invece, partirà da 16 per arrivare fino al 19 pollici.

La caratteristica che li accomuna è che entrambi lavorano bene fino a fine vita e questo è dovuto al fatto che, essendo arrivati per ultimi nel lancio di un pneumatico all season, siamo riusciti a correggere alcuni errori commessi da altri competitor.

Quanto è importante oggi avere un all season in gamma?

È talmente importante che ne abbiamo sviluppati due diversi. Basti pensare che il progetto è stato lanciato l'anno scorso, ma a gennaio ho chiesto ad alcuni clienti una stima delle vendite: ebbene, questa era del 157% superiore alla precedente. E stiamo parlando solo di alcuni clienti.

Oggi quali sono le quote di mercato e quali i rischi di questo prodotto?

A livello europeo, le ultime statistiche parlano del 12%, mentre in Germania, il mercato numero 1, siamo al 22%. Ma sono già statistiche vecchie. I principali rischi sono due: le quote che questi prodotti eroderanno ad invernali ed estivi, ma soprattutto la perdita del cambio gomme da parte del gommista, che per forza di cose deve sostituire questo servizio con un altro tipo di offerta. Staremo a vedere come evolverà il mercato, ma oggi l'all season è un fenomeno concreto, che non si può ignorare.