

L'ingresso del marchio Bridgestone nell'agricoltura ha destato molto interesse a Reifen 2014. La conferenza stampa indetta per la presentazione del VT-Tractor, il nuovo pneumatico Bridgestone con cui l'azienda scende "nei campi", ha registrato una grande partecipazione di giornalisti interessati a conoscere la nuova strategia a doppio brand della casa giapponese nel settore agricoltura. "Il prodotto è stato presentato a Reifen perché è commercializzato solamente in Europa" spiega Lorenzo Piccinotti, Senior Manager Marketing & Communication di Bridgestone Italia. "Il nome VT-Tractor deriva dalla forma a V del battistrada, mentre la T sta per Trazione. L'ingresso del marchio Bridgestone nell'agricoltura è un po' una rivoluzione, perché è sempre stata Firestone a detenere il monopolio. Ora possiamo avere un approccio multimarchio e soddisfare tutte le esigenze dei nostri consumatori finali."

La curiosità principale infatti era proprio legata alla concorrenza interna che si sarebbe potuta scatenare tra i due brand, ma il manager ha voluto subito chiarire che "Firestone continuerà a coprire il 95% del mercato come ha sempre fatto, mentre Bridgestone si occuperà di quel 5% di nicchia che rimaneva ancora scoperto".

Infatti Bridgestone verrà commercializzata solamente in misure XL, per mietitrebbia e per trattori ad alta potenza, ed è stato rinnovato anche il marchio, sviluppato appositamente per questo lancio.

Per quel che riguarda il mercato italiano "viene subito dopo i mercati dove queste misure sono più diffuse, come Francia e Germania. Essendo pneumatici di una certa dimensione, le aziende agricole a cui sono destinati sono altrettanto importanti. La strategia commerciale sarà invece leggermente diversa da quella di Firestone, dal momento che gli obiettivi di vendita sono ovviamente differenti."

VT-Tractor verrà presentato sul mercato italiano all'Eima. Nella prossima newsletter ci sarà un focus sul prodotto.

© riproduzione riservata
pubblicato il 6 / 06 / 2014