

Al via, domani da Rimini, la [Transitalia Marathon](#), di cui Continental è partner tecnico e a cui partecipa con un proprio team, composto da **Alessandro Broia**, agente e responsabile della formazione per la business unit moto, oltre che titolare dell'agenzia di eventi Ride&Co, **Giorgio Cattaneo**, PR & communication manager, e **Fabio Borelli**, responsabile della business unit due ruote. La squadra Continental viaggerà in Benelli Leoncino 500 con pneumatici Continental TKC 80.



“Eventi come la Trasitalia Marathon rappresentano delle opportunità di comunicazione incredibili, che ci consentono di valorizzare il business moto, ma anche di dare visibilità al

*brand Continental in generale”, dice **Fabio Borelli** ai blocchi di partenza della 4 giorni off road.*

Conti moto performa meglio del mercato

Il 2019 non sarà probabilmente un anno brillante per il segmento dei pneumatici moto. Ad oggi, infatti, la contrazione del sell in è attorno al 4%, a causa soprattutto del maltempo, che ha caratterizzato aprile e maggio, i mesi clou di apertura della stagione motociclistica.

Ma, in questo difficile contesto, Continental come ha performato? *“Per quanto ci riguarda, - afferma Borelli - è stato un ulteriore anno positivo. I prodotti lanciati l’anno scorso ad Eicma, **Trail Attack 3** e **Scoot**, hanno ottenuto ottimi risultati, sia di vendita che di riscontro da parte degli utilizzatori finali, che si dichiarano molto soddisfatti dell’acquisto”.*

Un mercato che cambia: una moto su tre monta enduro stradali



In particolare, il Conti Trail Attack 3 si inserisce in un segmento in fortissima crescita, quello dell’enduro stradale, che, secondo le stime Continental, rappresenta ormai circa il 30% del mercato. *“Il comparto supersport si è quasi azzerato, mentre una moto su tre monta gomme da enduro stradale, - continua Borelli - ecco perché essere presenti alla Transitalia Marathon, con un prodotto tecnologicamente all’avanguardia, come il Trail Attack 3, è per Continental fondamentale.”*

Investimenti in Tailandia per aumentare la capacità

A partire dal 2021 sarà operativa una nuova fabbrica Continental in Tailandia, che produrrà gomme per moto, oltre che vettura e trasporto leggero. *“Per sostenere la crescita globale, Continental aumenta la capacità produttiva”,* spiega Borelli. *“Il mercato europeo è maturo, ma ci sono mercati che hanno ancora altissimi potenziali nel settore moto, come quello sudamericano e quello asiatico, per i quali il nuovo impianto thailandese sarà determinante.”*

“Un investimento così forte - continua il manager - è un chiaro segnale che l’azienda ci crede e ha ambizioni di crescita, anche se il mercato moto non ha la magnitudo del mercato vettura. In Europa, comunque, l’Italia è il primo mercato per potenzialità e se la gioca con la Germania”.

La comunicazione ha cambiato passo

La partecipazione alla Transitalia Marathon, anche con un proprio team, testimonia il cambio di passo che Continental ha fatto nella comunicazione in generale e nel moto in particolare. Il target è sempre di più il consumatore e gli eventi sono sempre più emozionali e importanti, basti pensare al Giro d’Italia.



La Transitalia Marathon è il remake di un evento che è stato organizzato dal 1980 fino al 1989. Quando è stato interrotto, **Mirco Urbinati** e alcuni amici hanno deciso di mettersi in gioco e riproporlo. *“Purtroppo - racconta Urbinati - uno degli amici più cari si è ammalato e, in letto di morte, gli promisi che ci saremmo riusciti e che avremmo corso ancora la Transitalia Marathon con il suo casco. E così è stato”.*

La manifestazione internazionale offroad di mototurismo è giunta oggi alla quinta edizione e i 350 partecipanti (il numero è chiuso e si riempie in 6 minuti di orologio dall'apertura delle iscrizioni) arrivano da tutto il mondo, per vivere un'avventura appassionante, attraverso i più bei paesaggi d'Italia. *“La Transitalia Marathon è ogni anno una storia diversa, che raccoglie moltissime emozionanti micro-storie al suo interno”,* dice Urbinati.

“Anche con questo evento - aggiunge Borelli - parliamo in maniera forte al consumatore finale, cosa che in passato non abbiamo curato con questa attenzione. È un nuovo concept di comunicazione, che ci porta a scendere sul territorio e metterci in gioco, in queste manifestazioni e nelle fiere b2c, come [Eicma](#) o [Motor Bike Expo](#), dove torneremo con il nostro stand e le ultime novità.”

*“È chiaro - conclude **Fabio Borelli** - che la strada è ancora lunga e molte sono le quote di mercato da scalare, ma alle nostre spalle c'è un'azienda che ci crede, il prodotto è all'avanguardia e il team è grintoso e affiatato. Insomma, noi siamo in sella!”*







© riproduzione riservata pubblicato il 24 / 09 / 2019