Apollo Vredestein ha presentato in anteprima a Verona, in occasione della fiera del movimento terra e delle costruzioni SaMoTer, il suo brand Apollo, in uno stand di una cinquantina di metri quadrati, ben posizionato nel padiglione 8.

Il settore OTR è nuovo per l'azienda, che è invece ormai molto ben posizionata nel mondo dell'agricoltura con il marchio Vredestein. Obiettivo della partecipazione a SaMoTer è stato, infatti, quello di presentarsi e muovere i primi passi per conoscere meglio questo mercato.

Denis Fariselli, tyre specialist agricultural & industrial dell'azienda, ha presidiato lo stand insieme a **Sebastian Heiss,** business development manager industrial tyres, che dal quartier generale è venuto in fiera per ragionare sull'impostazione della strategia commerciale in Italia per questo segmento. In occasione del Samoter è stata ufficializzata anche l 'assunzione di **Francesco Lioi**, che opererà , coordinato da Fariselli, nel centro Sud Italia, sia per Apollo Industrial che per Vredestein Agro Industriale.

"Siamo in una fase di studio del mercato e di costruzione di una rete di distributori e rivenditori per i prodotti industriali Apollo", spiega Fariselli. *"Abbiamo già alcune trattative in corso, ma l'Italia è grande e, all'interno del settore 'industriale', ci sono tanti segmenti e specializzazioni, che possono richiedere diverse collaborazioni, pur senza sovrapporre il lavoro dei partner. In ogni caso all'inizio di giugno usciranno usciranno importanti annunci in merito"*

Sui due pneumatici per attrezzature compatte per l'edilizia Terra Pro 1044 e 1045, che sono stati presentati in fiera, Apollo sta investendo molto, anche in termine di immagine e test di

prova.
I clienti in visita allo stand hanno dimostrato molto interesse per il pneumatico gemellato **AWE723+**, già utilizzato da CAT in primo equipaggiamento e disponibile a breve anche per il mercato ricambi

Apollo Vredestein inizia dunque un percorso, che ha delle ottime premesse, ma che necessiterà di un po' di tempo per raggiungere gli obiettivi. *"Se con Vredestein siamo già riferibili come marchio premium,* – continua Fariselli – *con Apollo dobbiamo ancora farci conoscere nel mondo OTR. La logica con cui costruiamo i prodotti è la medesima di Vredestein, ma è naturale che oggi il posizionamento non possa essere riconoscibile ancora come premium. Ci vuole del tempo, perché il mercato ci conosca: le gomme devono essere ordinate, montate e utilizzate per almeno sei mesi. Solo allora, il mercato potrà esprimere un'opinione sulla qualità e le prestazioni dei pneumatici. Perché Apollo Industrial venga riconosciuto dalla rete come prodotto premium di ottima qualità, come è oggi Vredestein Agricoltura, ci vorranno 2-3 anni".*

Il dado è però tratto e, a quanto ci dicono in fiera, ci sono parecchie novità in arrivo su più fronti, dal prodotto al team, alle collaborazioni.

© riproduzione riservata pubblicato il 29 / 05 / 2023