

Il reparto ricerca e sviluppo è il motore di ogni azienda, perché deve sempre guardare al futuro, alle tendenze, alle regole e alle prestazioni. Il gruppo Apollo Vredestein ha affidato questa funzione strategica a Daniele Lorenzetti, che abbiamo incontrato in occasione del [primo evento internazionale dedicato ai prodotti Vredestein per le macchine agricole](#).

Quali sono le ultime novità tecnologiche sviluppate da Apollo Vredestein e quali le prossime tendenze?



Lavoriamo sull'innovazione continua, senza mai fermarci. La novità che abbiamo introdotto sui [due prodotti agro recentemente presentati](#) sono le **cinture metalliche**, un concetto che abbiamo in programma di sviluppare anche per altre linee di prodotto, facendo uno switch progressivo a questa tecnologia, su cui faranno leva i nuovi prodotti.

A livello di prodotti che escono dal tradizionale concetto di pneumatico, per entrare su prodotti che non sono o sono solo parzialmente pneumatici, siamo molto attenti a come il mercato si evolve e alle nuove soluzioni tecnologiche. Prima di investire, naturalmente, dobbiamo essere assolutamente sicuri che sia la strada giusta, per cui, al momento, siamo in fase di investigazione.

In generale, siamo assolutamente aperti e interessati a sviluppare nuove soluzioni, come dimostrano gli importanti investimenti che abbiamo fatto e continuiamo a fare.

Quali saranno le evoluzioni nel campo dei materiali?

Lo sviluppo di nuovi materiali sarà fondamentale nei prossimi anni, anche perché abbiamo un **target di sostenibilità** che prevede l'utilizzo del 40% di materiali sostenibili entro il 2030. In pratica i materiali che utilizzeremo domani saranno diversi da quelli che utilizziamo oggi, ma dovranno avere performance analoghe, se non superiori.

Adesso ci troviamo in un momento di transizione, in cui dobbiamo concentrare lo sviluppo dei materiali in due direzioni: avere prestazioni migliori e dedicare molta attenzione ai materiali sostenibili. Per materiali sostenibili intendiamo materiali che abbiano un'origine biologica, quindi polimeri che non abbiano i classici monomeri di origine fossile, come il petrolio, ma monomeri ottenuti da fonti biologiche, come potrebbe essere, ad esempio, la canna da zucchero. L'altra grande sfida sarà utilizzare materiali riciclati dal pneumatico.

Queste naturalmente sono sfide aggiuntive, che si andranno ad aggiungere a quelle che ci sono sempre nello sviluppo dei materiali.



Quanto e come investe Apollo Vredestein nella ricerca?

Il budget dedicato dall'azienda nel 2021 al settore R&D è pari al **2,1% del turnover**. Il budget è unico e viene allocato tra i vari centri di sviluppo operativi in India, Europa e Stati Uniti.

L'area R&D è unica per i due brand e per tutti i segmenti di prodotto. In generale, però,

quando parliamo di TBR, il brand di riferimento è solo Apollo, per il vettura invece, in Europa, è prevalentemente Vredesetein, con una piccola integrazione di Apollo, e nel segmento agricoltura distribuiamo principalmente Vredestein, mentre Apollo si limita all'India, ma in un segmento differente, fatto di trattori di piccoli dimensioni, spesso solo con due ruote motrici, per via della parcellizzazione della proprietà.

Quante persone lavorano in R&D?

Il team completo è composto da **380 collaboratori**, distribuiti in maniera abbastanza uniforme tra Europa e India, tutti con un background ingegneristico o scientifico. Il numero è abbastanza stabile, perché stiamo cercando, anno su anno, di ottimizzare l'operatività, attraverso sistemi che rendano sempre più efficiente il lavoro. In poche parole, utilizzare più la testa che le mani, che significa registrare e utilizzare al meglio i dati. In pratica, con gli stessi operatori siamo sempre più efficienti, senza aumentare i costi. Ognuno contribuisce ai progetti per lavorare in modo più smart e più veloce.



Da sinistra: Daniele Lorenzetti, Chief Technology Officer, con Denis Fariselli, Country

Manager Italy per il segmento agricoltura di Apollo Vredestein

Esistono specializzazioni per segmento di prodotto o c'è una commistione?

In R&D abbiamo sicuramente tutti un know-how di base, che riguarda sia i materiali che i processi produttivi, dal mixing alla vulcanizzazione. È chiaro che quando si comincia a sviluppare un prodotto per il segmento vettura, truck o agro, questo know-how viene interpretato in maniera differente. Ma il know-how rimane lo stesso e rappresenta una base solida, che viene di volta in volta declinata.

Ci sono comunque molta comunicazione e travaso di esperienze tra un team e l'altro: ad esempio, il team che si dedica alle mescole è unico, non ne abbiamo uno diverso per ogni applicazione. Per lo sviluppo del prodotto ci sono delle tecnologie specifiche e specializzate, per cui ci sono dei gruppi di lavoro, che comunque sono sempre in contatto e collaborazione con gli altri team. Capita infatti spesso che un'esperienza, che sembrerebbe non c'entrare nulla, apre una diversa prospettiva di sviluppo, perché, alla fine, che si tratti di vettura, moto o agro, ci si accorge che si può sempre imparare molto e utilizzare gli stessi concetti.

Il mercato vettura in genere è composto da un terzo di prodotti per il primo equipaggiamento e due terzi per il ricambio, mentre nel segmento agricoltura la proporzione può essere 40-60% o anche 45-55%. La meccanizzazione delle macchine agricole è infatti in continua crescita e spesso il primo equipaggiamento è importante perché riguarda i trattori più potenti. Questo falsifica un po' il mercato, perché per i premium brand l'interesse è sempre maggiore ad equipaggiare i trattori più moderni.

Come si posiziona la gamma agricoltura Vredestein?

Come performance Vredestein è un prodotto alto di gamma, sicuramente un prodotto molto performante, anche se ancora poco conosciuto, soprattutto nei Paesi dell'Europa meridionale, come l'Italia. La qualità del prodotto è ottima, ma la distribuzione ha sempre privilegiato un approccio sui Paesi del nord Europa: in Benelux e Germania, ad esempio, il brand Vredestein è molto forte. In particolare, il prodotto agro di Vredestein è sempre stato leader in termini di **chilometraggio e ore lavoro**, perché è sempre stato sviluppato in questi Paesi, dove il trasporto su strada è molto importante, molto più che in Italia o nei Paesi del sud Europa. In ogni caso, le prestazioni sono davvero buone e il posizionamento è premium.



La ricerca in Apollo Vredestein: tra Europa e India, materiali sostenibili e prestazioni | 6

La ricerca in Apollo Vredestein: tra Europa e India, materiali sostenibili e prestazioni | 7

La ricerca in Apollo Vredestein: tra Europa e India, materiali sostenibili e prestazioni | 8











Qual è la strategia R&D di Apollo Vredestein?

La nostra strategia è avere una **forte focalizzazione regionale**. Siamo presenti in due grandi mercati, Europa e India (regione APAC) e ci stiamo affermando in un terzo, gli Stati Uniti.

Ci sono delle attività e delle funzioni, come ad esempio materiali, testing, sviluppo o simulazioni, che sono assolutamente focalizzate a livello globale. Poi ci sono dei gruppi che si occupano dello sviluppo del prodotto, che sono localizzate nelle due grandi regioni, sempre però mantenendo forti sinergie tra gruppi e categorie di prodotto. Questo vale anche per il settore vettura, per il quale abbiamo due centri di sviluppo diversi, uno dedicato all'Unione Europea e uno all'India, perché è necessaria una customizzazione al parco veicoli, alle condizioni delle strade e alle condizioni ambientali, che sono molto diverse. Ci sono sicuramente delle sinergie, ma è importante anche avere un approccio più regionale.

Lo stesso vale anche per le altre categorie di prodotto. Ad esempio, nel segmento

agricoltura, la tecnologia radiale è sviluppata principalmente in Europa, mentre quella cross ply in India.

Cerchiamo di realizzare il massimo delle sinergie; in alcuni casi è possibile, in altri no, in altri ancora è una nostra scelta avere una forte focalizzazione sul mercato specifico. Per essere premium sui due mercati non si può avere una strategia unica.

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

