

Nel corso dell'evento Continental, andato in scena il 18 ottobre al Palazzo di Varignana sui colli bolognesi, abbiamo intervistato Fabio Borelli, Business Unit Manager Commercial Specialty Tires di Continental Italia, che ci ha parlato di come si sta muovendo l'azienda tedesca in questi segmenti, del mercato e del futuro.

In questo evento avete lanciato la gamma frutteto-vigneto e quella per sollevatori telescopici.

Entrambi i prodotti sono molto importanti per il mercato italiano. La [gamma frutteto-vigneto](#) è fondamentale per tutti i mercati mediterranei, ma se guardiamo i dati di immatricolato italiano, per il nostro lo è in particolar modo. Anche il lancio dei [pneumatici dedicati al mondo dei sollevatori telescopici](#) è un passo decisivo. Ma il nostro percorso di crescita non si ferma qui: entro la fine del 2022 lanceremo oltre 120 misure, con grandi investimenti in tutti i comparti. Presenteremo nuove dimensioni per il frutteto-vigneto e per i sollevatori telescopici, una gamma a sezione ristretta per gli irroratori e una flotation. C'è veramente tanta carne al fuoco.

Da dove parte questo percorso?

Tutto parte nel 2016, quando Continental ha ri-acquisito i diritti di produzione del marchio che erano stati venduti a Mitas/CGS nel 2004. L'azienda ha investito 50 milioni di euro nello stabilimento di Lousado, in Portogallo e 2,5 milioni di euro in un centro di ricerca e sviluppo dedicato. I primi risultati sono stati il Tractor85 e Tractor70, poi il Tractor Master Hybrid, pneumatico per trattori ad altissime potenze, la gamma per mietitrebbie e le estensioni di gamma che presentiamo oggi.

Che obiettivi si è posta Continental CST per i prossimi 5 anni?

L'obiettivo per i prossimi 5 anni è avere una gamma completa per ogni tipo di esigenza. E' un processo graduale. Nel momento in cui abbiamo deciso di rientrare nel segmento, dal punto di vista ricerca e sviluppo siamo partiti praticamente da zero. Abbiamo definito nuovi standard tecnologici e produttivi e, quindi, serve tempo per avere una gamma completa. Parlando di agro, l'obiettivo di medio termine è avere una quota di mercato sopra il 10%: ad oggi, siamo già a quote rilevanti.

Quali sono i cardini della business unit?

La business unit CST di Continental si basa su 5 principali cardini. Innanzitutto, la nostra **storia**: produciamo gomme dal 1870. Il secondo è l'**elevata competenza ingegneristica**:

impieghiamo 240 mila dipendenti, con un gran numero di ingegneri tra le fila. Il terzo è l'**efficienza**, aspetto fondamentale quando si parla di settori produttivi come agricoltura e movimentazione materiali: creiamo prodotti in grado di migliorare la produttività. Il quarto, sempre più importante, sono le **soluzioni**: oggi non ci sono solo i pneumatici, ma la componentistica e le soluzioni digitali. Infine, lo **sviluppo con i clienti**: ascoltiamo le loro esigenze e realizziamo prodotti insieme a loro.

Cosa intende Continental con Digital Solutions?

Quando si parla di pneumatici, oggi non si parla solo del prodotto gomma, ma anche delle soluzioni che ruotano attorno ad essa. Già oggi Continental produce pneumatici che escono dalla fabbrica con sensoristica integrata, in grado di risolvere numerosi problemi dell'agricoltore.

Le principali sfide che un agricoltore si trova ad affrontare sono la mancanza di tempo per frequenti controlli dei pneumatici e, soprattutto, la necessità di non avere fermi macchina dovuti a danni ai pneumatici. Un'altra sfida, anche se più per il mercato statunitense, sono i pneumatici in gemellato, che rendono difficile il controllo e la manutenzione del pneumatico interno. Un'altra ancora sono i danneggiamenti non individuati ai pneumatici, che possono portare alla completa distruzione degli stessi e a danni ancora peggiori al veicolo. Infine, un altro tema sono le applicazioni sensibili: in certi tipi di applicazioni servono pressioni di esercizio specifiche.



Da sinistra, Fabio Borelli, Business Unit Manager Commercial Specialty Tires, Alessandro De Martino, amministratore delegato e Domenico Cosacco, Business Development Professional di Continental Italia

Avere sotto controllo la pressione dei pneumatici, adattandola in base alle necessità, permette di vincere queste sfide, ottenendo, inoltre, un enorme vantaggio: una corretta pressione di gonfiaggio consente un risparmio di carburante compreso tra il 10 e il 25%, una percentuale enorme. Ma non solo: i nostri sensori permettono il monitoraggio dei mezzi, la massimizzazione del tempo di attività e infine, un miglioramento importante della sicurezza.

Come vede il mercato in questo 2021?

Siamo in una situazione molto strana: registriamo una domanda altissima da parte del primo equipaggiamento, spinta dal piano incentivi 4.0. Il tema, al momento, è quanto destinare all'OE e quanto al ricambio. Rispetto agli anni passati la domanda di primo impianto è, infatti, crescita del 50% nel settore agro: oggi siamo fornitori di John Deere, New Holland, Valtra e molti altri produttori. Un altro tema sono gli aumenti dei costi delle materie prime e quelli del trasporto.

E per il 2022 cosa si aspetta Continental dal segmento agro?

Il settore agro è quello che, tra i vari segmenti dei pneumatici, ha subito meno oscillazioni. Per il 2022 ci aspettiamo un trend simile a quello di quest'anno. La domanda è cosa succederà nel primo equipaggiamento, che è fortemente impattato dagli incentivi 4.0.

Dopo aver ripreso il marchio Continental come avete affrontato in termini di marketing il cambio di proprietà?

Stiamo affidando il nostro rilancio, ormai da diversi anni, a coloro che possono spiegare all'utente finale le caratteristiche del nostro prodotto: i **rivenditori specializzati di pneumatici**, che sono il principale punto di contatto con l'utente finale.

Oggi contiamo su 70 rivenditori ad alta specializzazione, in grado di erogare un certo tipo di servizio. La crescita della rete è il modo migliore per far crescere il marchio: il rapporto tra produttore, rivenditore e utente finale è più che mai fondamentale. Il rivenditore, inoltre, è l'anello della catena che meglio riesce ad raccogliere i feedback degli utilizzatori, il cui livello di soddisfazione per i nostri prodotti agro è molto, molto elevato.

Sappiamo che questo è un percorso lungo, sicuramente più lungo rispetto a concentrarsi solamente sui volumi, ma strategicamente più efficace nel lungo periodo.

Continental CST come è cambiata negli ultimi anni?

Fino a circa 10 anni fa Continental CST si è sostenuta con il superelastico, settore che consideriamo ancora la nostra spina dorsale. Ma nell'ultimo periodo la business unit si è espansa notevolmente, sviluppando i pneumatici portuali, agro, industriale e movimento terra. Dal 2017 in poi passi davvero determinanti, sviluppando prodotti e tecnologie dedicate per ogni comparto, nell'area forse più promettente di tutte.