

CONTINENTAL: «SIAMO DESTINATI A CRESCERE»

Nel corso dell'evento organizzato da Continental Agro lo scorso 18 ottobre a Palazzo di Varignana, a Castel San Pietro Terme (BO), Meccagri ha avuto l'opportunità di intervistare Fabio Borelli, Business Unit Manager Commercial Specialty Tires di Continental Italia, che ci ha illustrato le strategie di mercato del Gruppo tedesco e le novità di prodotto per il 2022.



Fabio Borelli, Business Unit Manager Commercial Specialty Tires di Continental Italia



IL PRIMO PNEUMATICO CONTINENTAL PER IL SETTORE AGRICOLTURA RISALE AL 1928. DOPO QUASI 80 DI STORIA, NEL 2004, L'AZIENDA CAMBIA STRATEGIA E SPOSTA LA SUA ATTENZIONE AL COMPARTO AUTOMOTIVE. LA DIVISIONE AGRO VIENE CEDUTA A CGS. POI, NEL 2017, UN NUOVO INIZIO.

PARTIAMO DA QUI.

«Sì, nel 2017 siamo tornati sul segmento agricoltura con una generazione di pneumatici completamente nuova, a partire da Tractor85 e Tractor70. Nel 2018 è iniziata l'era della serie 65: Continental ha prodotto il primo pneumatico Tractor Master. L'anno successivo abbiamo lanciato la Tecnologia

VF per trattori e mietitrebbie ad alta potenza. Sono prodotti ad altissimo contenuto tecnologico, con integrate soluzioni digitali per il monitoraggio della pressione e temperature di esercizio».

E OGGI, NEL 2021, CI SONO ANCORA NOVITÀ...

«Quest'anno presentiamo l'estensione di gamma per veicoli specialistici e la nuova gamma frutteto vigneto: lanciamo le prime sei misure in cerchio da 20 pollici, per poi scendere, nel 2022, al 18 e 16 pollici. È un processo graduale: con il rientro nel segmento agricoltura siamo ripartiti da zero, iniziando dalla messa a punto di nuove tec-

nologie, molte delle quali volte alla riduzione dei consumi. Ad esempio pressioni inferiori per avere più impronta a terra, maggior trazione e compattazione del terreno. Oppure l'elevata capacità autopulente della battistrada e la resistenza a urti ed impatti dei nostri pneumatici, grazie alle qualità di elongazione del nylon nella tecnologia N. Flex Technology. O, ancora, il tallone con la Bead Technology – un unico cavo metallico lungo la circonferenza che assicura compattezza e resistenza, mantiene la propria forma e rende più agevole la tallonatura sul cerchio – e la VF Technology.



VF TractorMaster Hybrid

VF TractorMaster Hybrid



Sviluppo dedicato, il che significa ulteriori 2,5 milioni di euro. Lo stabilimento è già a pieno regime: in questo momento la domanda è maggiore della capacità produttiva».

SONO PIANIFICATE ULTERIORI ESTENSIONI DI GAMMA?

«Entro il 2022 il nostro listino conterà un totale di circa 120 misure. Procederemo con ulteriori investimenti su vari comparti, frutteto vigneto, sezione ristretta per irroratori, flotation, sollevatori telescopici».

PARLIAMO DI MERCATO E DEL SUO POTENZIALE...

Bisogna distinguere tra potenziale del mercato primo equipaggiamento e potenziale del mercato ricambio. La domanda dal primo equipaggiamento è forte, siamo presenti con i principali costruttori, Class, New Holland, John Deere, Krone, Steyr, Case, Valtra, Güstrower.

Gli ampliamenti di gamma a cui ho fatto riferimento sono il frutto di una base tecnologica importante in tutte le parti che compongono lo pneumatico, dal battistrada, al fianco, al tallone. Per Continental la tecnologia è un elemento centrale. Il nostro è uno pneumatico premium e il mercato lo riconosce come tale».

QUALI INVESTIMENTI SUPPORTANO LA BASE TECNOLOGICA?

«Non ci può essere sviluppo prodotto senza forti investimenti nelle tecnologie e nella capacità produttiva. Nel 2017 Continental ha investito circa 50 milioni di euro nel nuovo stabilimento di Lousado, Portogallo, in cui trova spazio un nuovo centro Ricerca e



Quanto al ricambio, stando ai dati ufficiali restituiti dai principali produttori europei, l'Italia è per potenziale il terzo mercato pneumatici agricoltura a livello Europa: un mercato quindi molto importante per l'Agri, che ha forte caratterizzazione, basti pensare al frutteto-vigneto».

QUALI SONO I RISCONTRI TANGIBILI DAL MERCATO ITALIA?

«Siamo rientrati in un comparto caratterizzato da una forte presenza di competitor: non ci troviamo quindi a battersi in solitaria. I quindici anni fuori dal settore ci hanno permesso di sviluppare uno pneumatico totalmente all'avanguardia: il primo compito che ci è spettato è stato comunicare all'utente finale le caratteristiche distintive del nostro prodotto, trasferirgli il nostro approccio al comparto agricoltura. Per farlo ci siamo affidati ai rivenditori specializzati, sono 70 in tutta Italia. In agricoltura il feedback dell'utente finale è determinante: la crescita degli ultimi anni è frutto sia di un'estensione della base clienti,

VF TractorMaster



ti, sia degli ottimi riscontri che abbiamo ricevuto da chi gli pneumatici li utilizza. Siamo rientrati nel 2017 e stiamo guadagnando quote di mercato: quest'anno la crescita è estremamente significativa».

CONTINENTAL HA UN'ACADEMY. DI CHE COSA SI TRATTA ESATTAMENTE?

«Per posizionarsi a un livello premium occorre avere contenuti. Per cui dobbiamo mettere la nostra clientela nella condizione di avere gli strumenti giusti per poter dialogare dei nostri prodotti con l'utente finale. La nostra Academy interna è dedicata alle attività di formazione trasversale: il training è per noi un tema centrale, che ci offre la possibilità di trasferire al rivenditore le giuste conoscenze che gli permettano, in seconda battuta, di dare le giuste indicazioni circa i nostri prodotti».

OBIETTIVI PER IL FUTURO?

«Nei prossimi cinque anni continueremo con questo ritmo di crescita su tutti i fronti: ampliamento della capacità produttiva, potenziamento della base clienti, estensione delle gamme per poter fornire un maggior numero di soluzioni all'utente finale, presenza a eventi rilevanti. D'altro canto, il nostro futuro nel segmento agricoltura è già scritto: siamo destinati a crescere».

© Emanuela Stifano