

INTERVISTA

ANDREA MARCONCINI

DIRECTOR COMMERCIAL PRODUCTS DI BRIDGESTONE EMEA SOUTH REGION

Bridgestone sposa in pieno la vocazione di "transport solution provider" e diventa protagonista del mercato non solo con una gamma di prodotti di assoluta avanguardia ma anche con un'articolata proposta di servizi incentrati sulla tecnologia digitale. In questa strategia rientra la recente acquisizione di Tom Tom Telematics. "Il mercato dell'autotrasporto ha mostrato nel 2018 una crescita significativa in molti comparti - esordisce Andrea Marconcini, Director Commercial Products di Bridgestone EMEA South Region - Sono cresciute le immatricolazioni dei veicoli industriali sopra le 3,5 t, quelle dei veicoli sopra le 16 t e le registrazioni dei rimorchi e dei semirimorchi, soprattutto grazie alla legge sul super-ammortamento. Allo stesso tempo si è registrato un aumento del volume di traffico su strada dei mezzi pesanti, che va a incrementare i già buoni livelli complessivamente conseguiti nel 2017. Passando al mondo che più mi è vicino, anche il mercato degli pneumatici autocarro ha ottenuto buoni risultati rispetto al 2017, secondo quanto riportato dai dati statistici di GfK, grazie soprattutto alla crescita dei prodotti



Andrea Marconcini dice convinto che Bridgestone guarda al futuro del mercato con positività e fiducia. "Il 2019 si prospetta un anno importante, durante il quale presenteremo al mercato interessanti novità dal punto di vista del prodotto, con due nuovi disegni nel segmento Premium Bridgestone. Parallelamente, proseguirà la crescita dell'azienda sul fronte dell'offerta di soluzioni digitali per le flotte e per i rivenditori, un'area nella quale Bridgestone vuole confermare il proprio ruolo di leadership nel settore".

Servizi all'avanguardia ma anche una rete di primo livello: quali sono i vantaggi per un'azienda di trasporti che sceglie Bridgestone? "Innanzitutto - conclude Marconcini - la possibilità di scegliere tra una vasta gamma di prodotti di eccellenza in grado di soddisfare tutte le esigenze delle diverse flotte: Bridgestone, con la sua indiscutibile leadership di prodotto e servizio attraverso innovazioni tecniche rivoluzionarie: Firestone, un grande marchio che offre la massima serenità nell'utilizzo e un ottimo rapporto qualità-prezzo; Dayton, il nostro prodotto cosiddetto 'Fit & Forget' dalle performance essenziali, a basso costo,

"In piena sintonia con l'era digitale"

"BRIDGESTONE, CHE DA SEMPRE È VICINA ALLE UTENZE PROFESSIONALI, SI STA IMPEGNANDO ANCORA DI PIÙ PER PROPORRE AI PROPRI CLIENTI NON SOLO PNEUMATICI D'ECCELLENZA MA SOLUZIONI DIGITALI IN GRADO DI ACCOMPAGNARE LE FLOTTE NEL PROCESSO DI CAMBIAMENTO CHE STA ATTRAVERSANDO IL MONDO DELL'AUTOTRASPORTO - L'ULTIMA CONFERMA DI CIÒ, IN ORDINE TEMPORALE, È LA GIÀ ANNUNCIATA ACQUISIZIONE DI TOM TOM TELEMATICS, CHE CI PERMETTERÀ DI FARE UN ULTERIORE GRANDE BALZO IN AVANTI IN QUESTA DIREZIONE".

di FABIO BASILICO

di terza fascia, che hanno trovato spazio a seguito dell'introduzione dei dazi doganali sui prodotti cinesi da inizio 2018. Lo scenario di mercato quindi è positivo ma non per questo bisogna abbassare la guardia. Il mondo dell'autotrasporto, infatti, sta affrontando un cambiamento epocale dovuto alla necessità di porre sempre di più attenzione alla sicurezza, al comfort e alla semplicità di guida degli automezzi attraverso strumenti digitali che siano anche in grado di aiutare le flotte a ridurre i costi totali di gestione del loro parco veicoli. Bridgestone, che da sempre è vicina alle utenze professionali, si sta impegnando ancora di più per proporre ai propri clienti non solo pneumatici d'eccezione ma soluzioni digitali in grado di accompagnare le flotte in questo cambiamento. L'ultima conferma di ciò, in ordine temporale, è la già annunciata acquisizione di Tom Tom Telematics, che ci permetterà di fare un ulteriore grande balzo in avanti in questa direzione".

"In un mercato 'saturo' come il nostro - prosegue Marconcini - la competizione è sempre più agguerrita.

Nonostante ciò, Bridgestone, seguendo il trend del mercato, ha confermato la costante crescita dei marchi Bridgestone e Firestone e registrato un incremento a doppia cifra sul marchio Dayton". Quali sono dunque i prodotti Bridgestone che meglio hanno risposto alle attese e all'evoluzione del mercato dell'autotrasporto? "Quando sviluppiamo un nuovo prodotto, i nostri ingegneri tengono in considerazione i trend di mercato e le nuove esigenze espresse dai clienti - precisa il manager - Oggi una flotta si aspetta da uno pneumatico che duri a lungo, che garantisca sicurezza anche in condizioni climatiche difficili, comfort di guida e che contribuisca, grazie a una bassa resistenza al rotolamento, a ridurre il consumo di carburante. Nella seconda metà dello scorso anno abbiamo lanciato una serie di nuovi prodotti che hanno permesso di aggiornare una parte della gamma. Per quanto riguarda Firestone abbiamo lanciato il Firestone Plus per impiego stradale, upgrade della miscela rispetto al predecessore, che permette di migliorare le performance dello pneumatico in termini di



maggior durata e di utilizzo avendo tutte le misure con il marcaggio invernale 3PMSE. Sempre in Firestone abbiamo introdotto i nuovi pneumatici per autocarri medi/leggeri che, tra l'altro, vantano il fatto di garantire maggior comfort di guida al driver e maggior riciclabilità della carcassa per una vita più lunga dello pneumatico. Ma soprattutto abbiamo lanciato la terza generazione del prodotto Bridgestone Ecopia, Ecopia H002, prodotto per le lunghe percorrenze destinato alle aziende attente ai costi totali di gestione, capace di coniugare,

grazie a un insieme di tecnologie innovative, il fatto di essere best in class nella resistenza al rotolamento e allo stesso tempo nell'aderenza sul bagnato, oltre ad avere il marcaggio invernale su anteriore, trattivo e rimorchio".

Quali sono le strategie che sono state messe in essere per rafforzare la rete di vendita e assistenza al servizio della clientela? "Una rete di vendita e di assistenza è forte quando sa rispondere alle richieste del mercato - risponde Andrea Marconcini - Per questo motivo uno dei nostri principali impegni verso il nostro network è quello della

formazione e dell'aggiornamento degli addetti che lavorano all'interno dei punti vendita. Nel 2018, per esempio, in partnership con Pesci attrezzature - leader nel suo segmento di mercato - abbiamo realizzato un corso sull'allineamento, attività che non solo diventa sempre più importante per la sicurezza e il corretto utilizzo di un veicolo ma che garantisce anche una fonte di reddito per il gommista specialista. In più, quest'anno abbiamo predisposto un processo di certificazione dei singoli punti vendita che ha l'obiettivo principale di garantire ai rivenditori la disponibilità dei requisiti tecnici e di processo per effettuare un'assistenza di qualità alle flotte. Oltre alla formazione, la proposta al nostro network di First Stop specialisti autocarro e Bridgestone Partner prevede un'offerta completa che spazia da iniziative per l'acquisto degli pneumatici a elementi di visibilità del punto vendita e all'assistenza stradale in tutta Europa da offrire alla propria clientela, tutte iniziative sempre finalizzate a fornire elementi distintivi per un servizio di qualità alle flotte".

formate da un marchio di sicura affidabilità; infine, i nostri prodotti ricostruiti, Bandag e Protread, che permettono di allungare la vita di uno pneumatico garantendo risparmio alle flotte. Ma il prodotto da solo non basta. Oggi noi garantiamo strumenti e soluzioni utili per la gestione a 360° degli pneumatici. All'interno del programma Total Tyre Care abbiamo, solo per citarne alcuni, il sistema Treadmatic per la misurazione automatica della pressione degli pneumatici, Toolbox per il monitoraggio delle performance dello pneumatico, in grado di effettuare analisi predittive sulla vita utile degli pneumatici, Basys per la gestione delle carcasse nel processo di ricostruzione, fino ad arrivare ai contratti a fatturazione centralizzata e a costo chilometrico. Inoltre, abbiamo la nostra assistenza qualificata formata sia dai rivenditori del nostro network che dal nostro personale di sede specializzato. Oggi stiamo sviluppando prodotti e soluzioni che hanno l'unico obiettivo di migliorare ulteriormente la nostra offerta alle flotte di autotrasporto".

