

# Tronchetti Provera: sbarcheremo in India

## Pirelli presenta un nuovo pneumatico

MILANO - Pirelli espande il proprio raggio di azione estero. «Non siamo ancora in India perché non ci sono le infrastrutture», ha detto Marco Tronchetti Provera durante la presentazione di un nuovo pneumatico del segmento alta gamma, destinato a durare il 35% in più rispetto ad analoghi prodotti dello stesso format, «ma andremo anche là». P Zero Silver, il nome del nuovo prodotto, viene importato direttamente dalla Formula uno: la Pirelli lo metterà sul mercato in edizione limitata a partire dalla primavera 2012.

Il nuovo pneumatico condivide con le gomme da Gran Premio il processo di modellizzazione, ovvero la fase nella quale lo pneumatico viene immaginato e sviluppato con l'ausilio di specifici modelli matematici, le tecnologie di sviluppo e produzione delle mescole e il processo di costruzione. P zero Silver verrà prodotto nel polo industriale di Settimo Torinese, lo stabilimento di ricerca e manifattura più avanzato del gruppo Pirelli, dove si producono tutte le mescole per la Formula 1, che vengono poi assemblate nel polo sportivo di Izmit in Turchia.

«In Formula 1 ci è stato chiesto di costruire pneumatici che durino poco, ma non troppo

poco, mentre per la strada abbiamo puntato a una lunghissima durata», ha aggiunto il presidente Pirelli durante l'evento avvenuto negli hangar Bicocca di Milano, cui hanno partecipato l'economista Jean-Paul Fitoussi, Stefano Domenicali, direttore della gestione sportiva Ferrari, Jenson Button, pilota McLaren, e Severino Salvemini, docente di organizzazione aziendale all'Università Bocconi. Le fasi e le componenti del processo produttivo alla base di ogni pneumatico sono al centro di diverse installazioni ospitate negli hangar vicini alle sede storica della Pirelli realizzati dai gruppi artistici N°03 e Invernamento su una superficie di oltre mille metri quadrati. Tronchetti ha confermato «gli obiettivi 2011 del gruppo».

Il piano di investimenti di Pirelli, dopo aver speso 1,5 miliardi nel periodo 2006-10 prevede di scucire 1,9 miliardi per il 2011-15, di cui oltre 500 milioni entro la fine dell'anno. Gli investimenti del gruppo si sono distribuiti in modo globale seguendo due direttrici: l'ampliamento della capacità produttiva della gamma premium in tutti i mercati e la localizzazione di tale capacità nelle aree a maggior crescita, in modo da soddisfarne il rapido incremento della domanda.



Marco Tronchetti Provera

