



Apasionados por la competición

El contrato de Pirelli como proveedor del Mundial de Fórmula 1 no sólo supone una ventaja en términos de producto, sino que actúa de trampolín de la marca en todo el planeta, reforzando su conocimiento y potenciando sus valores. Dichos valores están ligados a la deportividad, el estilo italiano, las altas prestaciones, una potente y diferenciadora comunicación, una tecnología puntera y la pasión por el automóvil. Aspectos que se demuestran además con el desarrollo de modelos específicos para vehículos punteros de los fabricantes más prestigiosos de automóviles de gama alta, como Lamborghini, Porsche, Bentley o Aston Martin, entre otros.



Mirando al futuro

La estrategia de Pirelli apunta al desarrollo de productos y servicios de alta calidad y tecnología con un impacto medioambiental bajo. Su objetivo es convertirse en líder del segmento premium y un referente tecnológico en la industria del automóvil.

El objetivo de Pirelli es convertirse en líder del segmento premium en 2015, un objetivo que implica la puesta en práctica de una estrategia de crecimiento a partir del desarrollo de productos y servicios de alta calidad y tecnología con un impacto medioambiental bajo. A través de esta estrategia, la marca ha puesto en marcha una

serie de medidas y acciones en todos los ámbitos de actuación que enfocan claramente en esa dirección y que señalan un futuro prometedor para la compañía y todos sus clientes.

Últimos lanzamientos

2012 ha sido un año de ofensiva para la marca en el desarrollo de nuevos modelos, completando

así su oferta de producto. A principios de 2012, Pirelli presentó el P Zero Silver, destinado a vehículos de altas y superaltas prestaciones, en cuyo desarrollo se han utilizado tecnología y procesos aplicados en la Fórmula 1, campeonato para el que actúa como proveedor único oficial desde 2011.

Posteriormente, Pirelli aprovechó la celebración del Gran Premio de Europa de Fórmula 1 en Valencia para presentar un nuevo modelo de referencia, el Cinturato P7 Blue. Es el primer neumático de la compañía con categoría AA en la nueva etiqueta europea.

Tras él, se lanzó el Cinturato P1 Verde, la versión optimizada de este modelo, destinada a vehículos compactos y urbanos. Otra de las novedades fue el Scorpion Verde Allseason, que llegó a España como el primer modelo para todoterreno con cualidades

dinámicas adaptadas a cualquier tipo de climatología.

Por su parte, la gama invernal se reforzó con el lanzamiento del Scorpion Winter, para vehículos todoterreno, y el Snowcontrol 3, destinado a turismos compactos.

En definitiva, Pirelli ofrece una gama de productos cada vez más respetuosa con el medioambiente y adaptada a las necesidades de los diversos tipos de usuario, gracias a la aplicación de tecnologías surgidas del campo de pruebas más exigente del mundo, el Mundial de Fórmula 1.

Pirelli continúa con su labor de investigación, invirtiendo y arriesgando con el objetivo de alcanzar un puesto de privilegio dentro del mercado del neumático. ●

MÁS INFORMACIÓN

Internet: www.pirelli.es / E-mail: marketing.es@pirelli.com
Tel.: 93 366 35 00 / Fax: 93 366 35 04
Para datos de contacto completos, ver ficha págs. 56-57