Si è svolta, venerdì 22 febbraio presso l'Autodromo di Franciacorta, la tradizionale convention del Gruppo Sirio, un appuntamento a cui hanno partecipato tutti i soci e i venditori del consorzio che da 12 anni opera in Italia. L'approccio molto franco e diretto scelto dal direttore del gruppo di aziende, Sergio Maggioni, è stato apprezzato dai presenti: "c'è stata una partecipazione attenta, appassionata e intelligente. Eravamo tutti presenti, ben 68 collaboratori, non mancava nessuno né dei soci né dei venditori. Questo significa sentirsi coinvolti e credere nel progetto che con serietà portiamo avanti da anni."

PN: Cosa vi aspettate dal 2013?

SM: Non c'è dubbio, sarà un anno molto duro, sia dal punto di vista commerciale che finanziario. Esiste un forte problema di credito, perché molti clienti vanno in difficoltà sui pagamenti. Le società che fanno parte del gruppo hanno una politica molto rigorosa, spesso si autofinanziano ed hanno quindi l'esigenza di lavorare con clienti solvibili. Quest'anno staremo ancora più attenti alla parte finanziaria e creditizia, perché pensiamo che lì si giocheranno le sorti del mondo dei pneumatici.

PN: Quali armi avete affilato per affrontare un anno così duro?

SM: E' già molto importante riconoscere apertamente e guardare in faccia le difficoltà per poterle affrontare nel modo giusto. E così abbiamo fatto. La convention si è svolta all'insegna della verità e non delle false promesse: l'anno, in alcune zone d'Italia è iniziato con qualche "perplessità" ed il mercato è molto problematico. Noi pensiamo però di poter dare ai venditori e alle società del consorzio gli strumenti giusti per affrontare bene il mercato.

PN: Quindi investirete in nuovi progetti?

SM: Il contadino semina nella brutta stagione, per raccogliere in primavera. Così anche noi abbiamo deciso di investire. La novità di quest'anno è che Sirio pneus, società distributrice pneumatici di proprietà dei Consorziati, apre una nuova unità locale in provincia di Cuneo, per "conoscere" commercialmente la Liguria e il basso Piemonte. E' una sperimentazione di sinergia tra i soci: la società di Verona utilizzerà parte del magazzeno di un socio piemontese (Pneusinternational che opera nell'alto Piemonte) per razionalizzare meglio i costi e "coprire" il territorio ligure.

E' significativo che noi, in un momento in cui tutti sono timorosi, decidiamo con coraggio di affrontare una nuova esperienza, che credo sia unica in Italia: non mi risulta ci siano Consorzi proprietari di aziende di distribuzione pneumatici.

PN: La collaborazione con Kenda Tyres è un'altra novità di quest'anno. Come si svilupperà?

SM: Abbiamo deciso di iniziare questo rapporto di collaborazione con quattro ragioni sociali, ma l'intento è di proseguire, allargando la distribuzione. Questa iniziativa non nasce perché va di moda avere una marca in esclusiva, ma perché oggi è necessario offrire sia marche di qualità che marche budget, sempre garantendo la qualità del prodotto.

Non cambiamo strategia, ma prendiamo possesso di un mercato che ha esigenze oggettive diverse. Continueremo a collaborare con le Case primarie, con cui abbiamo già stipulato accordi sia per i marchi quality che budget, ma abbiamo aggiunto un marchio che può raggiungere determinate fasce di mercato.

PN: Per quali motivi la scelta è ricaduta sul marchio Kenda?

SM: Abbiamo scelto Kenda per la serietà e l'affidabilità dell'interlocutore, sia la Casa madre che chi la rappresenta in Italia. L'azienda è taiwanese e quindi l'approccio al mercato è molto più attento al cliente e al mercato rispetto ai produttori cinesi, che spesso puntano solo ai numeri. Inoltre abbiamo provato i prodotti e siamo rimasti molto soddisfatti del rapporto qualità-prezzo. Vogliamo collaborare seriamente e abbiamo già in mente delle iniziative. A breve incontreremo la Casa madre e pianificheremo dei progetti interessanti per dare visibilità al marchio, renderlo riconoscibile e avere una buona accettazione da parte del mercato. Sia noi, come consorzio, che Kenda, saremo presenti alla fiera di Bologna il prossimo maggio.

PN: Il portale GommistaSpecialista.it verrà potenziato?

SM: Sì, accentueremo gli sforzi per aiutare i gommisti ad intercettare le gomme vendute via web. Il progetto è nato nel 2006, quando ancora nessuno pensava a internet come risorsa a sostegno delle vendite di pneumatici. Dal 2010 il portale ha preso il largo, ma ci tengo a sottolineare che non si tratta di commercio elettronico che ruba lavoro ai gommisti e/o "degradandoli" a semplici montatori, bensì di un progetto che li aiuta a vendere. Chi infatti decide di acquistare le gomme attraverso il portale deve necessariamente indicare a quale gommista intende rivolgersi e anche il pagamento avviene dal gommista. E' una piattaforma di prenotazione, che aiuta il gommista a intercettare quegli ordini che altrimenti finirebbero in mano ai siti che vendono direttamente al consumatore.

PN: Ci fa una fotografia del consorzio al 31 dicembre 2012?

SM: Il Gruppo Sirio si identifica per la serietà e la capacità di fare un passo alla volta con oculatezza e rigore. Anche nel 2012 abbiamo continuato a lavorare bene con tutte le marche premium e così continueremo a fare, anche perché ci supportano attivamente come dei veri e propri partner. Con le Case abbiamo dei contratti quadro per le gomme vettura e moto. Il segmento industriale invece, abbiamo scelto di tenerlo fuori dalle strategie del gruppo e lasciarlo agli specialisti.

PN: Qualche numero?

SM: Se nel 2011 abbiamo venduto 1.900.000 pneumatici turismo (vettura e trasporto leggero), nel 2012 siamo arrivati a 1.750.000, il 7% in meno. Questo dato va però letto in un contesto di mercato molto difficile. Significa che abbiamo tenuto e che non abbiamo perso quote.

Al 31 dicembre nei nostri magazzini, che sono collegati da navette e utilizzano un sistema informatico comune, c'erano circa 450.000 pezzi, ma nei momenti top si arriva anche a 600.000. Serviamo sistematicamente – ossia emettendo fatture mensili – 8.500 negozi. Calcolando anche i clienti saltuari arriviamo a 10.000. Disponiamo di 41.500mq di magazzini e di 190 dipendenti, esclusi collaboratori e venditori esterni. Per quanto riguarda il portale GommistaSpecialista.it a fine anno avevamo 890 clienti che avevano firmato un accordo di collaborazione.

PN: Ci sono progetti di allargamento del consorzio?

SM: Il Gruppo ha ormai assunto una dimensione di prim'ordine, non tanto per numeri roboanti, quanto perché in 13 anni di lavoro paziente, ha dimostrato di poter proseguire a crescere con coesione e intelligenza. Siamo distributori puri e facciamo micro-distribuzione. Nel 2013 vogliamo aprire il consorzio a due nuovi soci, ma il nostro criterio di selezione tiene conto anche degli aspetti umani e caratteriali. Se ognuno svolge bene il proprio compito, il lavoro dello skipper è più facile e, siccome quest'anno il mare è in tempesta, la coesione interna, che fin qua ci ha sostenuto, diventa ancora più importante. E poi noi dobbiamo guardare al futuro, perchè i soci sono tutti giovani e quindi devono affrontare la sfida con progetti a medio e lungo termine.

PN: La convention iniziata con un impatto duro si è quindi conclusa con una vena di ottimismo?

SM: Ho visto volti rasserenati, perché avere la forza di investire nei momenti difficili significa avere gli strumenti per affrontare il mercato in maniera corretta. Se un malato è

consapevole del proprio problema, si cura e guarisce. Negare la realtà finisce invece per peggiorare la situazione.

E noi quest'anno investiremo: nella nuova sede di Bra, nel portale, nell'organizzazione e nella formazione. Abbiamo infatti in programma dei corsi di formazione per i venditori, ma anche per i manager che hanno in mano le sorti delle proprie aziende e che devono prendere coscienza dei cambiamenti del mercato e del nuovo atteggiamento imprenditoriale che la situazione richiede.

PN: Quale è stato il feedback dei soci e dei rivenditori?

SM: La parola è stata data a tutti i soci e anche la platea ha avuto largo spazio per domande specifiche o generali. Devo notare che – al di là dei consensi e degli applausi – mi ha fatto molto piacere vedere la partecipazione attenta e incalzante. Per tutta la giornata non si è sentito suonare un telefonino, nessuno ha abbandonato la sala durante i lavori e qualcuno era così concentrato che ha perso addirittura il treno! Sono emerse nuove idee e nuove proposte di cui terremo conto e il clima è stato di grande unità e serenità.

E per concludere i lavori in allegria siamo passati all'autodromo, dove ci siamo cimentati in una gara di kart!

Fiorenzo Zuin, presidente del Consorzio, presenta l'evoluzione del Gruppo Sirio

PneusNews.it ha intervistato Sergio Maggioni, direttore generale del Gruppo Sirio

Maggioni saluta e presenta lo staff Continental, presente alla convention 2013 del Gruppo Sirio

© riproduzione riservata

pubblicato il 7 / 03 / 2013