11 soci e 14 anni di storia sintetizzano il Gruppo Sirio, che ha tracciato le linee guida per il 2014, in occasione del meeting annuale, che si è svolto martedì 11 febbraio nella suggestiva e italianissima cornice del Museo Ferrari di Maranello. Gli obbiettivi di quest'anno sono di crescita naturalmente, che si dovrà concretizzare in un maggior numero di affiliati, un maggior numero di gommisti attivi sul web e, non ultimo, un maggior numero di vendite. Gli strumenti per realizzare questi passi avanti sono stati illustrati, con dovizia di particolari, da Sergio Maggioni, direttore del gruppo, e si possono riassumere in tre importanti novità: l'accordo di distribuzione con altro marchio primario, lo sviluppo pratico del progetto "Corriamo insieme" presentato lo scorso maggio ad Autopromotec e le innovazioni tecniche e commerciali per il portale www.gommistaspecialista.it.

Al di là dei numeri e degli obiettivi, quello che più colpisce – in una convention del settore pneumatici – è il frequente ricorrere di termini come rispetto, umiltà, trasparenza, correttezza, galanteria, gratitudine e verità. Valori insomma. Quei valori che oggi in Italia si sono un po' dimenticati e che invece la storia del Gruppo ha sempre messo al centro dei comportamenti e delle decisioni strategiche.

La convention di Gruppo Sirio si è svolta l'11 febbraio al Museo Ferrari di Maranello

La concretezza degli obiettivi che si pone Gruppo Sirio quest'anno, nasce dalla concretezza delle analisi del mercato. Maggioni ha infatti raccolto una grande mole di dati statistici di sell in e di sell out, li ha analizzati e li ha presentati ai soci. E le sorprese non sono state poche, perché in molti casi la percezione quotidiana del gommista sull'andamento del mercato non è poi confermata dai numeri reali. Un esempio per tutti: non è vero che in Italia si vendono così tante gomme cinesi. Secondo le indagini di mercato presentate da Gruppo Sirio, i premium brand tutto sommato tengono. Nonostante questi marchi abbiano effettivamente perso delle quota di mercato, non si può certo parlare di un crollo, visto che la percentuale di gomme che si possono definire "altro", non appartenenti cioè alle Case primarie (comprese Toyo, Nokian, Yokohama,…) non arrivano al 20%. Ecco perché Gruppo Sirio ha deciso di affiancare ai due premium brand Michelin e Continental, con cui già collabora da anni efficacemente, anche un nuovo marchio. "I premium brand stanno tenendo bene e sono quelli che ci danno redditività e ci distinguono sul mercato", dice Maggioni. "Il consorzio ha deciso di continuare ad investire nelle marche primarie, perché questa è la strategia in cui il gruppo crede da sempre."

Gruppo Sirio non ha ceduto alla tentazione di mettere in portafoglio un marchio cinese, ma ha comunque completato l'offerta integrando un nuovo brand, di cui ha l'esclusiva nazionale: Kenda. Si tratta di un marchio taiwanese, che è stato presentato a Maranello da Michael Andre, responsabile vendite e marketing della società in Europa.

Oltre all'introduzione dell'accordo con marchio primario, Gruppo Sirio quest'anno punta sul progetto "Corriamo insieme" per incrementare la propria presenza sul mercato. L'idea è stata lanciata all'ultima edizione di Autopromotec, riscuotendo molto interesse, e consiste in una sorta di gemmazione di nuovi affiliati da parte dei soci. Ogni socio dovrà praticamente generare dei satelliti attorno a sè, selezionando e coinvolgendo i migliori clienti in termini sì di pezzi (minimo 3.000), ma soprattutto di impegno e volontà di investire nel futuro. Questi a loro volta coinvolgeranno altri gommisti, facendo crescere il gruppo di 2-300 unità. La forma che assumeranno i nuovi aderenti non è ancora definita, ma potrebbe essere un'associazione o un simile organo aggregativo. Il progetto è "molto impegnativo", Maggioni non lo nega, ma il Gruppo sarà presente, affiancherà i soci con una nuova moderna organizzazione e ha già programmato, a partire dal prossimo marzo, dei meeting sul territorio per spiegare le potenzialità di questo progetto. "Cerchiamo dei professionisti giovani, che abbiano voglia di crescere e che credano nel loro lavoro", spiega Maggioni. "Il nuovo gruppo, che sarà legato con un cordone ombelicale al pianeta Sirio, si chiamerà Top Tyre Service. Il segreto del successo sarà scegliere i compagni di viaggio giusti, quelli che più ci assomigliano e che condividono i nostri valori."

E sempre dai numeri partono le considerazioni di Maggioni: se su 32.000 operatori censiti nella vendita dei pneumatici, si escludono quelli che vendono meno di 3.000 pneumatici all'anno, significa che ci sono circa 6.000 gommisti potenzialmente interessati al progetto. Di questi circa un quarto sono legati alle Case, ma gli altri sono di fatto dei rivenditori specialisti liberi da impegni. "Ecco dove andremo a pescare, senza interferire con le Case", afferma Maggioni, che stima in oltre 14 milioni di pezzi il mercato di pneumatici venduti da gommisti indipendenti.

Ultimo strumento di crescita per questo 2014 sarà il portale non di e-commerce, ma di prenotazione online www.gommistaspecialista.it. Anche qui Gruppo Sirio vuole fare un passo avanti e, nonostante il trend sia già positivo sia in termini di volumi (+18,5%) che di fatturato (+9,5%), punta a coinvolgere un maggior numero di gommisti. Homepage e logo sono stati rinnovati e oggi sono circa 980 i rivenditori che hanno deciso di aderire. Nei prossimi mesi il portale si arricchirà con l'offerta dei cerchi del Gruppo Alcar (ospite della convention), di una sessione di guida all'acquisto e FAQ, di una App per smartphone e di altre funzioni come il calendario per gli appuntamenti. L'obiettivo è arrivare a coinvolgere 1.250 gommisti, proporzionalmente distribuiti per capacità di ciascun socio. E per motivare

le aziende, Gruppo Sirio ha anche indetto un concorso interno, con smartphone e tablet in palio per i soci che per primi raggiungeranno gli obiettivi.

Il gruppo nel 2013 è cresciuto, grazie soprattutto all'entrata nella compagine di una nuova azienda, Pneutec di Napoli, specializzata nel segmento moto, che è stata presentata l'11 febbraio agli 85 partecipanti alla convention annuale. Dai 1.750.000 pezzi venduti nel 2012, i soci sono passati – grazie anche all'entrata di Pneutec, a 2.021.000. In crescita anche il fatturato, anche se in misura inferiore, che da 120 milioni di euro ha raggiunto i 125 milioni.

Ottimi risultati e obiettivi ambiziosi dunque per il Gruppo Sirio che però non manca di realismo, come traspare anche dalle parole del presidente Fiorenzo Zuin: "il gruppo cresce costantemente e la casa è solida, anche se il 2013 è stato un anno duro e anche il 2014 sarà difficile e presenterà gli stessi problemi dell'anno scorso." Nelle parole di Maggioni traspare anche un senso di delusione per l'assenza da parte di associazioni e Case costruttrici per quanto riguarda la disponibilità di dati, informazioni e statistiche affidabili sul mercato, che sono invece la base e lo strumento indispensabile per fare prospezione, per guardare cioè avanti e fare le scelte giuste per il futuro. L'auspicio sarebbe che le Case lavorassero di più sul marketing e non solo sulle promozioni o i viaggi incentive, ma sull'elaborazione di strumenti utili di lavoro e strategie commerciali. Altro vuoto che Maggioni segnala è il supporto ai gommisti sui temi legali, fiscali e commerciali.

"Oggi tutte queste lacune ricadono sui grossisti e sui gommisti, che sempre di più devono faticare per elaborare dei corretti piani di sviluppo e che sempre di più devono fare squadra per trovare un sostegno concreto all'attività quotidiana. Ma è proprio allo sforzo di colmare queste lacune che Gruppo Sirio deve il suo successo e spera di fare un ulteriore passo avanti anche nel 2014."

© riproduzione riservata
pubblicato il 20 / 02 / 2014