

Il Gruppogemini, nato a maggio 2011, in questi mesi ha progressivamente implementato prodotti e servizi, ma soprattutto allargato la copertura distributiva a tutto il territorio nazionale. Con PR SUD e Iara Tyres, le ultime società entrate a far parte del network, Gruppogemini copre oggi anche Lazio, Umbria, Molise, Abruzzo e Toscana Orientale. Nelle prossime settimane verranno inserite nella compagine sociale alcune altre aziende con competenza territoriale su Piemonte, Liguria, Campania e Sardegna ed entro aprile, ci assicura il presidente Antonio Andreucci, il gruppo sarà rappresentato in tutta Italia. "Il Gruppogemini in pochi mesi sta centrando tutti gli obiettivi che si era prefissato, tanto che, in anticipo sulla tabella di marcia, è stato necessario dotarsi di una sede operativa che è stata costituita a Roma, in via Pindaro 28N", afferma Andreucci.

PN: Sono già operativi gli strumenti di lavoro del network?

AA: Abbiamo rispettato i tempi e oggi, oltre a solide basi logistiche, il gruppo può utilizzare il GeminiServicenter, una piattaforma B2B integrata fra le aziende socie, un progetto che è ormai stato completato e che ci consentirà di concentrarci ora nella seconda fase di sviluppo informatico. Abbiamo infatti già iniziato la costruzione del sito web istituzionale, all'interno del quale creeremo una community rivolta ai rivenditori. Pensiamo inoltre ad una presenza su Facebook e stiamo realizzando altre piattaforme informatiche per estendere il business su altri canali di vendita.

PN: La strategia del gruppo è stata accolta con interesse dalle aziende produttrici?

AA: La  [convention](#) di novembre e le diverse iniziative di presentazione delle potenzialità del nuovo network hanno destato un grande interesse da parte dei produttori di pneumatici e dei grandi operatori europei. Oggi possiamo dire con soddisfazione che l'interesse si è concretizzato in solidi rapporti commerciali e che siamo nella fase conclusiva anche per l'acquisizione di alcune marche in esclusiva.

PN: Il Gruppo rimarrà focalizzato sui pneumatici o è previsto l'inserimento di altri prodotti?

AA: Abbiamo sicuramente dato priorità ai pneumatici, ma abbiamo già contatti avanzati per quanto riguarda le ruote sia in ferro che in lega e le catene. In futuro abbiamo comunque intenzione di proporre nei nostri canali distributivi anche altri prodotti e altri servizi.

PN: Un bilancio della difficile stagione invernale?

AA: Il 2012 non è iniziato bene. Le forti nevicate nel centro sud hanno aiutato alcune

aziende a ridurre le scorte di invernali invendute, ma non hanno certo fatto esplodere il business. Il problema purtroppo esiste e ci sono molti pneumatici invernali che rimarranno negli scaffali fino ad ottobre.

PN: Previsioni e obiettivi per il 2012?

AA: Gli obiettivi del Gruppogemini per il 2012 rimangono invariati, anche se, in un periodo in cui non c'è l'ottimismo degli ultimi anni, le aspettative sono un po' diverse. Il 2012 non potrà replicare l'andamento eccezionale degli ultimi 3 anni, non è realistico pensarlo, vista anche l'economia generale e la crisi della mobilità in Italia. Dobbiamo inoltre rilevare un generale depauperamento del mercato, derivato anche dalla psicosi che si è creata a seguito dell'atteggiamento quasi punitivo nei confronti di chi viaggia con vetture di grossa cilindrata. Questa situazione si riflette anche nel mercato del pneumatico, dove peggiora il mix e cresce la domanda di prodotti made in china, determinando un potenziale impoverimento del business.

Il rischio è che, se le imprese leader non comprendono questo trend e modificano le proprie strategie, il mercato finisca per privilegiare i grandi operatori europei. Grazie infatti all'esplosione del winter, che in pochi anni ha superato gli 8 milioni, il mercato italiano è diventato appetibile e molti operatori europei si stanno affacciando nel nostro paese con l'intenzione di acquisire delle aziende. Venire ad operare in Italia in maniera diretta rappresenta però, sia per la tipologia del mercato, sia per gli aspetti socio economici e geografici, un'impresa non semplice per interlocutori stranieri. Considerati inoltre i sistemi legislativi e fiscali italiani e i costi logistici del nostro territorio, bisognerebbe chiedersi se e quanto valga la pena oggi investire in Italia per acquisire aziende di distribuzione o se non sia invece forse più conveniente appoggiarsi a gruppi organizzati e forti di una profonda conoscenza del mercato e del territorio.

Attualmente la compagine societaria è così costituita:

- Gexpo - Cusago (MI)
- CGA - Marghera (VE)
- PneusMarket - Rovereto (TN)
- Unionpneus - Modena
- Royalpneus - Iesi (AN)

- Iara Tyres - Perugia
- PRSUD Minicucci - S.Salvo (CH)
- Ferrara Pneumatici - Bari
- Mannino srl - Reggio Calabria
- Valenti F.lli - Capo d'Orlando (ME)

Vuoi commentare o condividere l'articolo? Puoi farlo su  