

Dopo alcuni anni di esplosione del mercato italiano dei pneumatici, dovuto principalmente alla rapida diffusione della cultura - e dell'obbligo - dei pneumatici invernali, il 2012 si è rivelato un anno difficile. E' quello che pensa anche Stefano Bordini, amministratore delegato di Centro Gomme SpA di Treviso, nonostante questa importante realtà distributiva conti quest'anno di riuscire ad aumentare ulteriormente il fatturato dai 60 milioni di euro del 2011 .

S.B.: "Non è un anno facile e l'aumento del fatturato comporta anche un aumento dei costi. La crisi in effetti c'è e di conseguenza si vendono sempre più marchi di terza fascia e sempre meno prodotti di prima fascia. Questo purtroppo comporta un impoverimento del mercato.

Un altro problema determinante quest'anno è la scarsa liquidità dei clienti: abbiamo registrato un notevole aumento degli insoluti e incassare diventa sempre più difficile.

PN: Come stanno andando le vendite in questi mesi?

S.B.: Molte aziende stanno applicando strategie strane e parecchi, soprattutto con i marchi primari, stanno svendendo i pneumatici. Ma è una logica controproducente e molto rischiosa, perché se vendi meno, devi avere il coraggio di tenere i margini. E in questo vortice al ribasso sono coinvolti anche i gommisti, che stanno, in molti casi, facendo prezzi molto bassi, senza rendersi conto che in questo modo mettono a rischio la loro stessa sopravvivenza. Il risultato di tutto ciò, dal minore potere d'acquisto dei consumatori alle logiche di competizione esclusivamente sul prezzo, è un complessivo impoverimento di tutta la filiera.

PN: Quali sono le novità di Centro Gomme per il prossimo anno, in termini di marchi, prodotti e reti distributive?

S.B.: Per i marchi continuiamo sulla nostra strada, con Nokian come brand principale, a cui affianchiamo il turco Petlas, di cui abbiamo l'esclusiva su vettura, trasporto leggero e fuori strada, e il cinese Evergreen.

La grande novità riguarda invece la distribuzione: oltre al progetto Vianor, nel 2012 siamo diventati partner attivi del network  [Gomme&Service](#), che sicuramente darà buoni risultati e su cui intendiamo investire molte risorse. Anche Nokian diventerà probabilmente partner e fornitore della catena dei circa 200 rivenditori Gomme&Service. Inoltre l'azienda finlandese ha registrato il marchio 'Nokian dealer authorized' per i rivenditori che, pur senza un legame di affiliazione, vogliono puntare sul brand finlandese.

PN: L'etichetta europea potrà portare dei benefici al settore?

S.B.: L'etichetta è un boomerang. Le case principali l'hanno sicuramente voluta per giustificare i prezzi più alti. Invece si dimostra che le gomme cinesi arrivano con le stesse etichette o quasi. O le etichette cinesi non sono veritiere o c'è qualcosa che non funziona. Il risultato è che invece di promuovere la qualità delle gomme, l'etichetta rende impossibile spendere parole a favore dei prodotti più affermati.

Inoltre l'etichetta europea non rispecchia esattamente la qualità della gomma. Sono infatti presi in considerazione solo 3 parametri su almeno 20, e sicuramente non i più importanti. Per le gomme invernali poi, l'etichetta non è affatto significativa: classificare la rumorosità non ha senso, è ovvio che la gomma invernale sia più rumorosa. Invece la tenuta e la frenata su neve e ghiaccio, che sono fondamentali, mancano completamente. Sarebbe come classificare un frigorifero non perché fa freddo, ma per come è fatta la maniglia!

PN: Che prospettive ci saranno per il mercato nel 2013 e nei prossimi anni?

S.B.: Il calo estivo del 28% di quest'anno non è un dato reale, perché il paniere di Europull non tiene conto delle gomme di importazione, che sicuramente hanno avuto una grossa spinta quest'anno. In questa stagione invernale non ci sarà un boom di vendite di pneumatici invernali, perché molti clienti li hanno ancora in buone condizioni dall'anno precedente. Arriveremo però al momento in cui il mercato si stabilizzerà e allora anche le vendite dovrebbero diventare più costanti.

PN: Che ruolo hanno in Italia i distributori?

S.B.: In Italia esiste la figura del distributore, che all'estero non c'è, proprio grazie alla frammentazione e all'elevato numero di gommisti distribuiti nel territorio. Oltre a fare da tramite alle Case costruttrici per raggiungere capillarmente i dealer, in questo particolare momento, i distributori fanno anche da banca ai rivenditori. Di fatto i gommisti, lavorando con più distributori, vengono finanziati da noi, cosa che sarebbe impossibile per le Case.