

Fabio Merli dal 1° gennaio 2011 è direttore vendite Truck Yokohama e GT Radial. Il nuovo direttore ha un'esperienza ventennale nel settore, è toscano e, caso vuole, è uno dei malcapitati che si è trovato per 10 ore bloccato nell'apocalittico ingorgo del 17/18 dicembre scorso sull'A1.

Un'esperienza davvero impressionante, quanto ha giocato secondo lei il fattore "pneumatici invernali" ?

F.M.: "Molto! E' stato determinante in negativo, ovviamente. Soprattutto per quanto riguarda proprio il "mio" trasporto pesante. La nevicata è stata sì eccezionale ma le pendenze su cui si sono fermati gli autocarri, creando l'infernale ingorgo, a mio avviso sarebbero state affrontate in tutta tranquillità se questi veicoli pesanti fossero stati equipaggiati in modo opportuno: cioè con pneumatici invernali. Quando parlo di pneumatici invernali mi riferisco a quei prodotti con mescole e battistrada specifici per il periodo invernale e non solo omologati M+S."

L'opinione pubblica viene sempre più sensibilizzata sul ruolo determinante delle gomme invernali per la sicurezza, ma il segmento truck quanto è consapevole dell'importanza del giusto equipaggiamento?

F.M.: "Diciamo che la sensibilità sta aumentando anche nel settore industriale ma, visto che parliamo di sicurezza, non con la velocità necessaria! Nel settore trasporto persone (bus) qualcosa si sta muovendo, mentre nel trasporto merci l'informazione non è ancora sufficiente. Noi produttori ci dobbiamo impegnare a comunicare di più, con maggior insistenza e chiarezza, puntando sul fattore sicurezza, nervo scoperto e di sicura presa nella mente degli utilizzatori. Yokohama si è posta questo obiettivo per la prossima stagione e da subito ci muoveremo per puntare l'attenzione su questo tema. Per un trasportatore un pneumatico invernale, oltre che garantire sicurezza e una guida senza intoppi, significa mobilità garantita senza necessità di catenare o fermarsi: e questo implica anche maggiore produttività ed economia!"

Come si è chiuso il 2010 per il segmento autocarro di Yokohama Italia e GT Radial?

F.M.: "Il 2010 è stato un anno importante e positivo per i nostri due brands. Entrambi sono cresciuti molto, in percentuali abbondantemente oltre a quella della crescita del mercato. Yokohama nel 2010 ha consolidato la sua immagine di prodotto di alta tecnologia presso i trasportatori italiani. GT Radial sta acquistando sempre maggiore credibilità nel mondo del trasporto pesante e non può essere altrimenti visto che stiamo parlando, in termini di produzione pneumatici autocarro, del 4° produttore mondiale (oltre 6 milioni di pezzi /anno)

e di prodotti con un rapporto qualità/prezzo eccezionale”.

Quanto ha influito in questi anni la crisi del settore trasporti e che prospettive ci sono per il 2011?

F.M.: “E’ innegabile che la crisi del settore trasporti abbia influenzato e stia influenzando (perché i segnali di ripresa ci sono, ma sono ancora deboli) le nostre scelte commerciali. Per quanto riguarda Yokohama e GT Radial, penso che in qualche modo la crisi ci abbia anche un po’... “aiutato”. Quando le cose vanno bene nessuno fa attenzione ai particolari ma nei periodi economicamente più duri tutti noi stiamo attenti anche a quelle che possono sembrare piccolezze. Mi spiego meglio: la crisi ha obbligato tutte le aziende di trasporto a rivedere i propri processi di acquisto e/o le proprie consuetudini alla ricerca del risparmio, unico modo di lenire la situazione vista l’immobilità delle tariffe. In questa ricerca molte di queste aziende si sono rese disponibili a testare nuove soluzioni e alternative e, nel settore dei pneumatici, noi siamo l’alternativa. I nostri prodotti possono veramente avere il prezzo al kilometro più basso; ecco perché abbiamo avuto successo.

Per il 2011 l’aumento delle materie prime e, conseguentemente, degli pneumatici sta creando un clima di incertezza tra gli operatori del settore industriale ma noi confidiamo di poter consolidare il trend di crescita avuto lo scorso anno.

Il settore del trasporto sta comunque dando dei segnali di ripresa che ci fanno ben sperare per il futuro; sarà necessario farsi trovare pronti in caso che la ripresa si faccia più consistente, e per questo bisogna continuare ad investire e a migliorarsi. Noi, per esempio, nel 2011 aumenteremo il numero dei nostri Responsabili Commerciali Autocarro per migliorare il servizio sia al Gommista che al Trasportatore”.

© riproduzione riservata
pubblicato il 18 / 01 / 2011