

E' il caso di dirlo: l'unione fa la forza. E' proprio di questi giorni l'arrivo sul mercato italiano di un nuovo network di distribuzione di pneumatici, il Gruppo Gemini. L'idea nasce dall'esperienza pluriennale di uno dei personaggi più noti nel mondo dei pneumatici, Antonio Andreucci, che ha dedicato la sua carriera a questo prodotto e che fino alla fine del 2007 è stato amministratore delegato di Continental Italia.

I soci fondatori del nuovo gruppo di distribuzione sono cinque: Ferrara Pneumatici di Bari, Gexpo di Cusago (MI), Mannino di Reggio Calabria, Royalpneus di Jesi (AN) e Union Pneus Italia di Modena. Gruppo Gemini si dichiara "assolutamente indipendente e svincolato da qualsiasi collegamento con i costruttori di pneumatici".

Abbiamo chiesto ad Andreucci, presidente della società costituitasi alcuni giorni fa, quali sono gli obiettivi e quali i progetti.

"Abbiamo un programma ambizioso: puntiamo ad estendere il network su tutto il territorio nazionale, per questo stiamo già contattando altri partner che abbiano voglia di mettersi in gioco e che siano efficaci e in grado di coprire molto bene la loro area di competenza".

Quello che vuole offrire il Gruppo Gemini ai clienti è l'eccellenza del servizio, garantita dalla partecipazione di aziende perfettamente integrabili tra loro perché ispirate dalla stessa filosofia e visione.

"Per gli operatori del settore - continua Andreucci - entrare a far parte di Gruppo Gemini, non significa perdere la propria identità ma, al contrario, conservare ed esaltare il valore specifico di ogni componente che contribuisce allo sviluppo e al successo del network, assicurando uno standard qualitativo di alto livello".

Gli obiettivi dichiarati dalla neonata società sono chiari e quantificati: 15 magazzini in tutta Italia (55.000 mq), 300 consegne al giorno, 80 automezzi, 9.000 referenze di prodotto, 10.000 clienti e 100 milioni di fatturato.

Un obiettivo decisamente ambizioso, ma, dichiara Andreucci "la forza del successo è proprio avere obiettivi ambiziosi. Del resto siamo già a metà strada e siamo convinti che raggiungere i target entro la fine dell'anno sia possibile e assolutamente ragionevole".

Di seguito riportiamo le macroaree in cui Gruppo Gemini sintetizza i propri punti di forza:

La forza della visione

- l'eccellenza del marketing, per la creazione di strategie innovative e l'implementazione

di progetti efficaci, per lo sviluppo dei rivenditori

- la capacità distributiva, per una copertura capillare del territorio organizzata a livello regionale
- l'efficienza logistica, per rispondere in tempo reale alle richieste del mercato
- un rapporto "progettuale" con i produttori di pneumatici, per offrire una gamma di prodotti unica per vastità e completezza, in grado di coprire tutte le fasce di mercato e tutti i settori di utilizzo a prezzi competitivi, e una strategia di sviluppo e consolidamento.
- Il coordinamento con una strategia europea, nello sviluppo di nuovi concept di business e nell'implementazione delle tecnologie d'avanguardia

La forza dell'organizzazione:

- collegamento online centralizzato, grazie a un piattaforma tecnologica che gestisce ordini e disponibilità di prodotti
- B2B integrato, Digital Activity, Piattaforme digitali dedicate
- coordinamento e ottimizzazione degli acquisti, monitorati costantemente per garantire l'efficienza del servizio ed il rispetto degli impegni sia commerciali che amministrativi
- Centro Servizi del Gruppo, per un approccio come unico interlocutore con le realtà strategiche del mercato

© riproduzione riservata
pubblicato il 20 / 05 / 2011