

Negli ultimi tre anni il settore dei pneumatici ha dovuto affrontare una vera e propria rivoluzione, dovuta al profondo cambiamento del mercato mondiale, ma anche ai numerosi interventi legislativi che hanno definito delle regole ben precise per questo settore, che aveva vissuto per anni in un territorio franco. Le nuove regole, entrate in vigore o in fase di implementazione, hanno conseguenze importanti sia sui prodotti, da un punto di vista tecnico, sia sulle attività commerciali, come ad esempio il decreto italiano sull'evasione dell'iva o l'aspetto puramente formale dell'etichetta. Abbiamo chiesto ad Alessandro De Martino, amministratore delegato di Continental Italia, un bilancio di queste trasformazioni.

PN: Il settore sta vivendo una fase di cambiamenti legislativi. Che frutti porteranno?

ADM: In pochi anni ci sono state moltissime novità che si sono accavallate sul piano legislativo: l'etichetta, il decreto sul tuning, i PFU. Sono tutte regole che entreranno nel sistema, creando un mercato più sano e che hanno anche permesso al settore di avviare o consolidare degli importanti rapporti di collaborazione con i ministeri e le autorità competenti.

Entrando più in dettaglio, possiamo dire che l'etichetta si riferisce solo a 3 parametri, mentre è importante spiegarli tutti al cliente finale, per consentirgli di comprendere perché sta spendendo i propri soldi.

Per quanto riguarda il tuning è molto soft, ma sicuramente inizierà a generare delle dinamiche, stimolando la creatività tipicamente italiana. E' comunque un primo passo che dimostra l'attenzione e la disponibilità delle autorità.

Infine sul tema dei PFU (*ndr. Alessandro De Martino, che è stato presidente di Ecopneus in fase di avvio*), ritengo che la nuova normativa abbia portato un'importante cambiamento culturale. Nella gestione dei PFU si è ribaltato un sistema, anzi migliaia di sistemi, che dall'oggi al domani, hanno dovuto trasformarsi e diventare omogenei. La gestione nazionale dei pneumatici fuori uso è ormai a regime e, grazie anche all'efficace lavoro di preparazione fatto per tempo, la situazione si è già stabilizzata. Certo, ci sono ancora delle ottimizzazioni da fare, ma il sistema paese sta generando dei comportamenti sempre più amichevoli per l'ambiente. Mi piacerebbe che i consumatori italiani apprezzassero il fatto che c'è chi lavora con i loro soldi per ripulire il Paese in modo trasparente e corretto: non è una tassa, ma un contributo che viene speso -tutto e puntualmente- per ripulire il Paese nell'interesse di tutti.

PN: Anche il decreto di dicembre sull'evasione dell'Iva è un passaggio molto importante...

ADM: E' molto importante evitare di interpretare la competizione come evasione. Bisogna assolutamente uscire da questa logica. Non pagare le tasse non è il modo per essere competitivi. Anzi, un sistema impostato sull'evasione fiscale finisce per distruggere tutto. Bisogna entrare nella logica che si possono pagare le tasse, essere competitivi, investire sul futuro con fiducia e andare avanti. Oggi ci sono più controlli rispetto al passato e ci auguriamo che mettano fine a questo fenomeno che è concettualmente sbagliato. Noi siamo assolutamente convinti che tutti debbano competere ad armi pari.

PN: Previsioni per le vendite estive?

ADM: La variabile più importante è il numero di chilometri percorsi, non tanto la vendita di auto nuove. Siamo alla vigilia della stagione estiva e sarà interessante vedere quanti clienti finali continueranno a viaggiare con i pneumatici invernali. Pensiamo che, essendo ormai passato il 3° anno dal boom dell'invernale, ci sarà una fase di riequilibrio e che il mercato tornerà a generare vendite.

PN: Come vede il mercato tra 5-10 anni?

ADM: Tra 5-10 anni le case avranno molta più responsabilità nel novero della rivendita. La distribuzione continuerà ad avere un ruolo importante per la conformazione geografica del nostro Paese. I rivenditori dovranno diventare più professionali e strutturati.

L'invito che ribadisco ai gommisti è di lavorare sulle economie di scala. I ricarichi per pneumatico, necessari a sostenere i costi della struttura, non possono più scendere, perché la competizione dall'estero si basa proprio su questo. Io credo che chi è sul territorio debba far valere le proprie armi di conoscenza del Paese.

Un altro elemento su cui gli operatori devono lavorare è l'informatizzazione del mestiere, perché non è accettabile affondare sulla scarsa competitività soprattutto dal punto di vista informatico. Oggi l'informatica è determinante nella logistica e anche nella sensibilità e reattività ai prezzi. Non trovo logico aiutare gli stranieri a venire a vendere in Italia e mi auguro che le Case e i gommisti facciano fronte compatto per mantenere la propria leadership.

© riproduzione riservata
pubblicato il 10 / 05 / 2013