

L'annuncio è stato dato subito prima di Autopromotec: **[i 23 soci di Tires Sellers Club aderiscono a Point S](#)**, facendo arrivare i centri della catena francese in Italia a quota 55.

Ne abbiamo parlato con **Luca Baraldi**, presidente del consorzio Tires Sellers Club, attivo in Triveneto e Lombardia, e titolare di Baraldi Gomme di Marmirolo, in provincia di Mantova.

Fra le tante catene di rivenditori presenti in Italia avete scelto Point S, perché?

LB: Questo accordo tra TSC e Point S nasce principalmente attorno ad un punto cardine: il forte senso di indipendenza che contraddistingue entrambe le realtà.

Il consorzio TSC esiste da più di 30 anni, è sempre stato indipendente e sul territorio ha dimostrato, nel corso degli anni, di rappresentare dei rivenditori qualificati, specializzati e seri. Con Point S dialoghiamo ormai da diversi anni e ci sono sempre stati feeling e stima reciproca. Anche quando il nostro consiglio direttivo ha incontrato gli interlocutori del network francese per valutare l'accordo, il feeling è stato epidermico e immediato, perché, in fondo, Point S è un TSC più grande o, vice versa, TSC è un Point S in piccolo. Di fatto le strategie, la filosofia e il rapporto con le Case produttrici sono, in linea di massima, uguali. Gommisti siamo noi e gommisti sono loro. Parliamo la stessa lingua.

Cosa può offrire Point S a TSC?

LB: La cosa più importante è confrontarsi e crescere. Noi eravamo da tempo pronti a fare questo percorso di apertura, che avremmo fatto anche indipendentemente da questo accordo, e adesso siamo all'inizio di una storia nuova.

Il consorzio si è sempre rivolto più ai fabbricanti e agli operatori del settore, che agli utenti finali, delegando alle singole realtà il rapporto e la visibilità con il pubblico. Ne consegue che siamo molto conosciuti nell'ambiente professionale, ma un po' meno da parte dei consumatori.

Anche per quanto riguarda l'insegna, esiste, ma non l'abbiamo mai esposta, lasciando al singolo rivenditore la libertà di identificarsi in maniera indipendente. Probabilmente adesso faremo un'insegna mista, TSC Gruppo Point S, in modo da mantenere la nostra identità e allo stesso tempo realizzare tutte le possibili sinergie.

Ecco dunque il principale valore aggiunto che Point S può portare ai membri del consorzio: la visibilità nei confronti del pubblico e la riconoscibilità di un marchio, che oggi è presente in 32 paesi del mondo con 3.400 centri.

Perché proprio ora?

LB: Noi, in questo momento storico, abbiamo bisogno di crescere e Point S ha gli strumenti necessari per farlo. D'altro canto anche loro, in questa fase, hanno bisogno di ampliare la loro presenza in Italia e con TSC crescono subito di 23 unità. Insomma, ci siamo trovati nel momento giusto.

Entrambi abbiamo entusiasmo e voglia di fare, ma soprattutto siamo convinti che, visto il momento particolarmente complicato per tutte le aziende del settore, senza sinergie non si vada da nessuna parte.

Insieme a Point S ci muoveremo verso l'esterno, come prima non abbiamo mai fatto, pur mantenendo la nostra indipendenza. Adesso c'è solo da mettersi a lavorare e conoscerci meglio.

Il consorzio TSC è una piccola realtà, ma una realtà che c'è ancora dopo tanti anni di lavoro. Certo qualcuno ha chiuso e qualcun'altro ha fatto scelte diverse, avvicinandosi ai network delle Case, mentre noi abbiamo sempre voluto mantenere ferma la nostra indipendenza. Siamo tutti attori dello stesso mercato, ma con strategie diverse.

Il rapporto con le Case per noi è sempre stato e sarà sempre molto importante, ma preferiamo gestire le nostre prospettive per il futuro in maniera autonoma, perché pensiamo di essere in grado di farlo.

Insomma, siamo sempre stati una piccola realtà, ma il fatto di essere ancora oggi così presenti sul mercato è significativo.

Il gommista specialista rimane quindi al centro della strategia?

LB: Certo, TSC ha sempre messo al primo posto il rivenditore specialista indipendente, non la rivendita puramente commerciale. La professionalità e lo sviluppo del lavoro del gommista è per noi un punto cardine e non ci siamo mai allontanati da questa linea. Point S condivide la stessa filosofia, gli stessi valori e gli stessi obiettivi. Siamo un'unica famiglia.

Siamo convinti che Point S sia un plusvalore per il nostro futuro. C'è tantissimo da fare, ma ci sono tutti i presupposti per avere successo. L'importante è essere seri, competenti, preparati, attenti e attrezzati con tutti gli strumenti possibili.

Siamo entusiasti nell'intraprendere finalmente questa nuova strada e siamo certi di poter crescere, con la collaborazione di tutti gli operatori del mercato, mantenendo però sempre

intatta la nostra indipendenza.

© riproduzione riservata
pubblicato il 14 / 06 / 2017