

Prinx Chengshan è presente in Italia con i suoi marchi storici Austone, Fortune e Chengshan ormai da anni, ma il brand Prinx fa il suo debutto proprio in questi mesi ed è in fase di definizione la strategia commerciale.



Thomas Wohlgemuth, managing director di Prinx Chengshan Tire Europe GmbH

*“In Italia abbiamo già dei distributori, che ci supportano bene, perché conoscono il mercato meglio di noi e parlano la stessa lingua dei clienti. Anche per Prinx intendiamo avvalerci di professionisti locali, aziende che lavorano per noi nel loro mercato. **Teemu Tirronen** è al lavoro di creare il network di distributori per l’europa occidentale in qualità di direttore vendite di questa area per il marchio Prinx. Dopo un’accurata analisi del mercato italiano, abbiamo scelto il **Gruppo Magri** in qualità di distributore italiano per questo marchio”,* ha affermato il managing director di Prinx Chengshan Tire Europe GmbH, **Thomas Wohlgemuth** in occasione del [lancio europeo del nuovo marchio](#).



Adrian Costache, sales director Europe di Prinx Chengshan Tire Europe GmbH

“Il mercato italiano è piuttosto grande e frammentato, per cui per i marchi Austone, Fortune e Chengshan abbiamo deciso di attuare una strategia multi-dealer, che è tipica per questo genere di territori”, aggiunge **Adrian Costache**, sales director Europe.

All'[evento di lancio del brand Prinx, a Milano alla fine di maggio](#), erano presenti i distributori italiani

Gexpo e Gruppo Magri, che sono partner strategici in Italia per il produttore asiatico.

“In Italia abbiamo anche un responsabile vendite dedicato, - continua Costache - perché cerchiamo sempre di essere il più vicino possibile ai nostri partner in tutta Europa. In un mercato grande, come l'Italia, è importante avere una persona in loco, che conosce la mentalità della gente e il mercato dal di dentro. Questo può fare la differenza rispetto ai nostri competitor.”

Il direttore vendite Europa Costache, parlando del responsabile commerciale per l'Italia, fa riferimento a **Matteo Elisei**, 40enne con 16 anni di esperienza nel settore pneumatici, maturati in Univergomma, inizialmente come commerciale in Toscana, per poi passare alle vendite export dell'azienda.



Matteo Elisei, responsabile commerciale PCR per i mercati di Italia, Francia, Spagna e Portogallo

“A maggio 2022 ho iniziato questo nuovo percorso professionale con Prinx Chengshan”, dice Elisei. “Sono entrato proprio nel momento in cui l’azienda ha deciso di investire fortemente sulla crescita in Europa e, già adesso, stiamo raccogliendo dei risultati veramente importanti”.

*“L’anno scorso abbiamo definito la nuova **line-up dei distributori in Italia**, affidando il marchio Fortune a **Gexpo** per il nord e a **Palmeri Pneumatici** per il sud, Austone a **Zuin** per il nord e a **Gomma Service ADL** per il sud. Infine per il marchio Chengshan lavoriamo con un partner storico, che è **Olpneus**”, spiega Elisei, che è responsabile commerciale PCR per i mercati di Italia, Francia, Spagna e Portogallo.*

Per il settore TBR la distribuzione in Italia è più semplice: a **Fintyre** il marchio Fortune, a **Marangoni** il marchio Austone e a **Intergomma** Chengshan.

“Siamo molto soddisfatti dei risultati in Italia, perché i numeri vanno molto oltre le aspettative e l’Italia è in questo momento per la nostra azienda uno dei mercati con il tasso di crescita più elevato d’Europa”, sottolinea Elisei.

Questo iniziale successo è sicuramente giustificato dal mercato, che in questo momento - dice Elisei - *“è favorevole alla vendite dei pneumatici budget”*, ma va sicuramente

apprezzato anche l'impegno che l'azienda sta dedicando al nostro mercato, con investimenti in termini di personale e con lo sviluppo e arricchimento della gamma prodotti. *“Altro aspetto fondamentale - sottolinea - è il ruolo di importanza strategica che i nostri distributori ci hanno dedicato all'interno della loro strategia vendite 2023”*. La coincidenza di queste situazioni ha dunque determinati risultati che il manager definisce *“entusiasmanti”*.

Il marchio Prinx è però tutta un'altra storia. *“Prinx è un progetto avvincente, qualcosa di nuovo, sia nel format e nel modello di comunicazione, che nel target della clientela a cui è orientato”,* spiega il Elisei. *“Prinx si presenta come un prodotto premium, che si rivolge ai giovani ed è focalizzato su tecnologia, innovazione e sostenibilità. È un progetto assolutamente innovativo e fresco”*.

Dunque anche per Prinx i **prodotti sono già disponibili** e la strategia commerciale è definita.

“Siamo estremamente felici di aver raggiunto l'accordo con il Gruppo Magri per la distribuzione della marca Prinx. Riteniamo questa azienda come il partner perfetto per trasmettere al mercato i valori del brand”, dice Elisei. *“Credo che la commercializzazione affidata ad un solo distributore sarà la scelta vincente, perché è un marchio nuovo, appena lanciato nel mercato, che ha bisogno di essere sviluppato con la creazione di una strategia ad hoc.”*

“Prinx è uno dei progetti più avvincenti che io abbia visto negli ultimi anni”, conclude Elisei. *“In genere il lancio di un brand parte dal basso e poi, piano piano, cresce. Prinx, invece, è un progetto dirompente, che, fin dal suo lancio, parte con un'ambizione altissima, come non è mai successo nel settore dei pneumatici”*.



© riproduzione riservata pubblicato il 27 / 06 / 2023