

Inter-Sprint ha partecipato a The Tire Cologne esponendo la sua gamma di marchi privati per auto, ma non solo. **Alessandro Castro**, sales manager per l'Italia, ci ha raccontato gli aspetti evidenziati in fiera dal distributore olandese e come sta andando il mercato.

Come è andata la fiera?

La fiera è andata bene: il numero generale di visitatori non è stato incredibile, ma la qualità, in compenso è stata molto buona, e anche il numero di espositori è stato davvero elevato rispetto alla scorsa edizione. Abbiamo incontrato molti clienti, fatto molte conversazioni interessanti e conosciuto nuovi potenziali partner. Siamo soddisfatti.

Cosa avete esposto?

Ci siamo concentrati sul posizionamento come fornitore di soluzioni complete per l'aftermarket europeo. Questo significava esporre non solo la nostra offerta multimarca, ma soprattutto il nostro essere **multiprodotto**, presentando i nostri marchi privati di auto, ma anche i prodotti che distribuiamo nei settori camion, moto, ruote e TPMS.

Come sta andando il mercato a livello generale?

Al momento lo vediamo molto stabile, senza particolari possibilità di crescita. Ci sono molti punti interrogativi per i prossimi mesi, non sappiamo cosa succederà: i costi dei container stanno aumentando, quindi dobbiamo vedere come si svilupperà il mercato asiatico da qui alla fine dell'anno e oltre. Il nostro stock è molto ampio e diversificato: abbiamo costantemente 2,7 milioni di pezzi in magazzino, con 17mila SKU costanti. Possiamo soddisfare qualsiasi cliente senza problemi.

L'inflazione e il calo del potere d'acquisto possono favorire un distributore come Inter-Sprint?

Ovviamente c'è una certa variabilità tra i mercati, ma osserviamo che il potere d'acquisto delle persone si sta erodendo in molte economie. In alcuni Paesi il Tier2 sta superando il Tier1, in altri il Tier3 sta andando molto bene. Inter-Sprint è leader in tutti questi segmenti, possiamo trarre vantaggio da questa situazione economica.

© riproduzione riservata pubblicato il 18 / 07 / 2024