

Quest'anno Nexen Tire ha definito un [nuovo format per i meeting con i dealer](#) dei vari Paesi europei: il Nexen InnoForum. L'obiettivo è coinvolgere i partner strategici in un confronto di allineamento su prodotti, progetti e visione del futuro, promuovendo le relazioni commerciali e scambiando idee e prospettive innovative. Il nuovo standard prevede anche un focus su un asset aziendale importante, la fabbrica di Žatec in Repubblica Ceca, che i dealer potranno visitare, per poi testare i prodotti in prima persona. Il primo Nexen InnoForum in Italia non ha avuto Žatec come fulcro dell'incontro, ma un altro asset davvero importante e strategico per il mercato italiano: la partnership con la [Juventus, iniziata circa un anno fa](#).

[Alla fine di giugno 2024, si è dunque svolto il primo Nexen InnoForum italiano](#) all'Allianz Stadium di Torino in collaborazione con la Juventus. L'evento è stato un grande successo e ha visto la partecipazione di oltre 70 partner da tutta Italia, che si sono confrontati su prodotti, mercato, progetti e futuro, ma che si sono anche divertiti facendo un tour esclusivo dello stadio e visitando il Museo della Juventus. Ciliegina sulla torta, che ha suscitato grande emozione, è stato l'intervento, a sorpresa, della leggenda della Juventus Claudio Marchisio, ex calciatore e stella del centrocampo italiano, che ha tenuto un discorso dopo la presentazione di Nexen Tire e che si è prestato a una lunga sessione di domande e risposte, seguita da autografi e foto ricordo. La giornata si è conclusa con una cena nell'area hospitality "Legends Club", con vista sullo stadio illuminato, in un'atmosfera davvero speciale ed esclusiva.



## Nexen Tire inaugura con la leggenda della Juventus Marchisio i Nexen InnoForum | 3













*“La vostra presenza qui rappresenta il nostro desiderio di coinvolgervi e supportarvi come veri partner”, ha detto **Taeho Kim**, amministratore delegato di Nexen Tire in Italia, Balcani, Grecia, Cipro e Malta, dando il benvenuto agli ospiti.*



*“Abbiamo deciso - continua il manager - di invitarvi proprio a casa di un altro partner che vanta una storia indiscussa di successi, culminata quest'anno con la vittoria della Coppa Italia, e spirito di squadra e che ben sintetizza i nostri valori e la nostra voglia di vincere*

*insieme le sfide di un mercato sempre più competitivo. La nostra partnership commerciale si è sviluppata nel corso degli anni e si è rivelata altrettanto vincente. Con il vostro supporto, la quota di mercato di Nexen è costantemente aumentata e sono fiducioso che continueremo questa tendenza positiva”.*

Kim ha anche annunciato, in questo luogo simbolico, che Nexen Tire prevede di **aumentare la propria capacità produttiva a 11 milioni di pneumatici dai precedenti 5,5 milioni di pezzi**, con l’obiettivo di consolidare la crescita della sua presenza nel mercato europeo.



**Domenico Mastrogiacono**, direttore vendite di Nexen Tire Italia, ha aggiornato i dealer sulla situazione del mercato e sui trend da cavalcare, sottolineando che *“sapere è il primo passo per competere”*. I tre temi chiave del momento sono, per il manager, *“acquisizioni, aumento dei costi e sostenibilità”*.

Le acquisizioni a cui abbiamo assistito negli ultimi mesi sono effettivamente tante: DoubleStar ha acquistato Kumho, Yokohama ha preso Trelleborg e la divisione OTR di Goodyear e Global Automotive Investments Holding BV si è portata a casa Tagliabue Gomme Gross. Il panorama europeo e mondiale sta quindi assistendo a una concentrazione degli operatori.

L’aumento dei costi, che si può riassumere con il macro-scenario dell’inflazione, è risultato di vari fenomeni, che generano incertezza sui mercati: dalla difficile reperibilità delle materie prime ai trasporti, con prezzi e tempi cresciuti a dismisura, fino agli scenari politici sempre meno sicuri.

*“Il risultato di tutta questa incertezza è una riduzione delle vendite in tutti i settori, non solo in quello dei pneumatici, e lo slittamento dei consumatori finali verso prodotti economicamente più vantaggiosi”*, ha spiegato Mastrogiacono alla platea. *“Il trend vede quindi una progressiva diminuzione delle vendite di pneumatici premium e la crescita delle*

*fasce quality e budget. E' un trend che dobbiamo comprendere e cavalcare, per fare le nostre scelte strategiche".*

Illustrando i dati di mercato, Mastrogiacomo ha messo in evidenza altre due tendenze a livello di prodotto: la crescita del calettamento e l'all season, che ha ormai raggiunto una quota del 30%. Ma il dato che veramente ha colpito l'assemblea è che Nexen Tire in Italia ha già raggiunto una **quota di mercato attorno al 9%**, risultando il **quarto marchio** più venduto. [A livello mondiale, inoltre, Nexen nel 2023 ha scalato due posizioni ed è al 18° posto.](#)

Analizzando i prezzi del settore, la strategia vincente, per il direttore vendite, è presentare al cliente Nexen come un brand quality, che offre le prestazioni premium ad un prezzo decisamente inferiore. Passare alla fascia più bassa, rischierebbe invece di mettere la sicurezza del cliente nel campo dell'ignoto e dell'incertezza.

Plus di Nexen Tire, considerando gli aumentati costi di trasporto, sono la fabbrica in Europa e i contratti semestrali con le aziende di trasporto, che consentono di non incrementare il prezzo dei pneumatici quanto i produttori cinesi, che arrivano anche al 19%. *"C'è poi da considerare - ha detto Mastrogiacomo - che per la prima volta è entrata in crisi la capacità produttiva cinese, che è satura, anche a causa della forte richiesta dalla Russia, per aggirare l'embargo. Conseguenza della ridotta disponibilità di offerta, è l'aumento dei prezzi".*

C'è infine il tema della **sostenibilità** e, in particolare, il regolamento europeo EUDR contro la deforestazione, che prevede che, a partire dal 30 dicembre, tutti i prodotti inseriti in un particolare elenco, debbano presentare la certificazione della provenienza ecologica delle materie prime. *"E' un principio correttissimo - spiega Mastrogiacomo - ma ridurrà ulteriormente la disponibilità di materie prime che già scarseggiano. Il nostro compito sarà comunicare queste informazioni in tutte le maniere possibili, sfruttando anche i nuovi strumenti, aggiornarci e investire in formazione e attrezzature".*

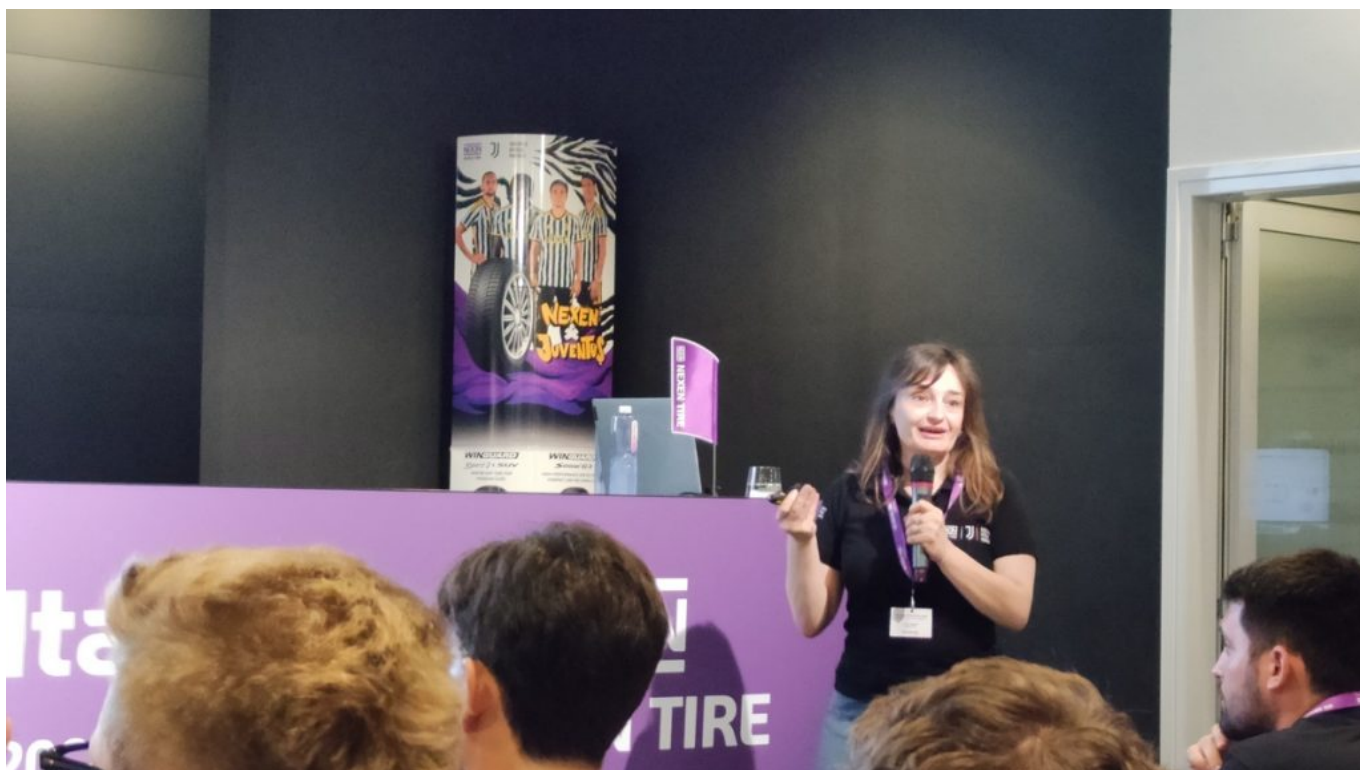
Per il direttore vendite di Nexen i gommisti hanno un'unica via di successo: crescere in dimensioni e qualità, perché lo schiacciamento della stagionalità, dovuto alla crescita dell'all season, non lascerà margini di lavoro per gli operatori più piccoli. Mastrogiacomo ha concluso il suo intervento con queste parole: *"Dobbiamo conoscere il prodotto, saperlo argomentare e distinguerci per accoglienza e servizi. In altre parole, dare ai clienti soluzioni".*

































# Nexen Tire inaugura con la leggenda della Juventus Marchisio i Nexen InnoForum | 19





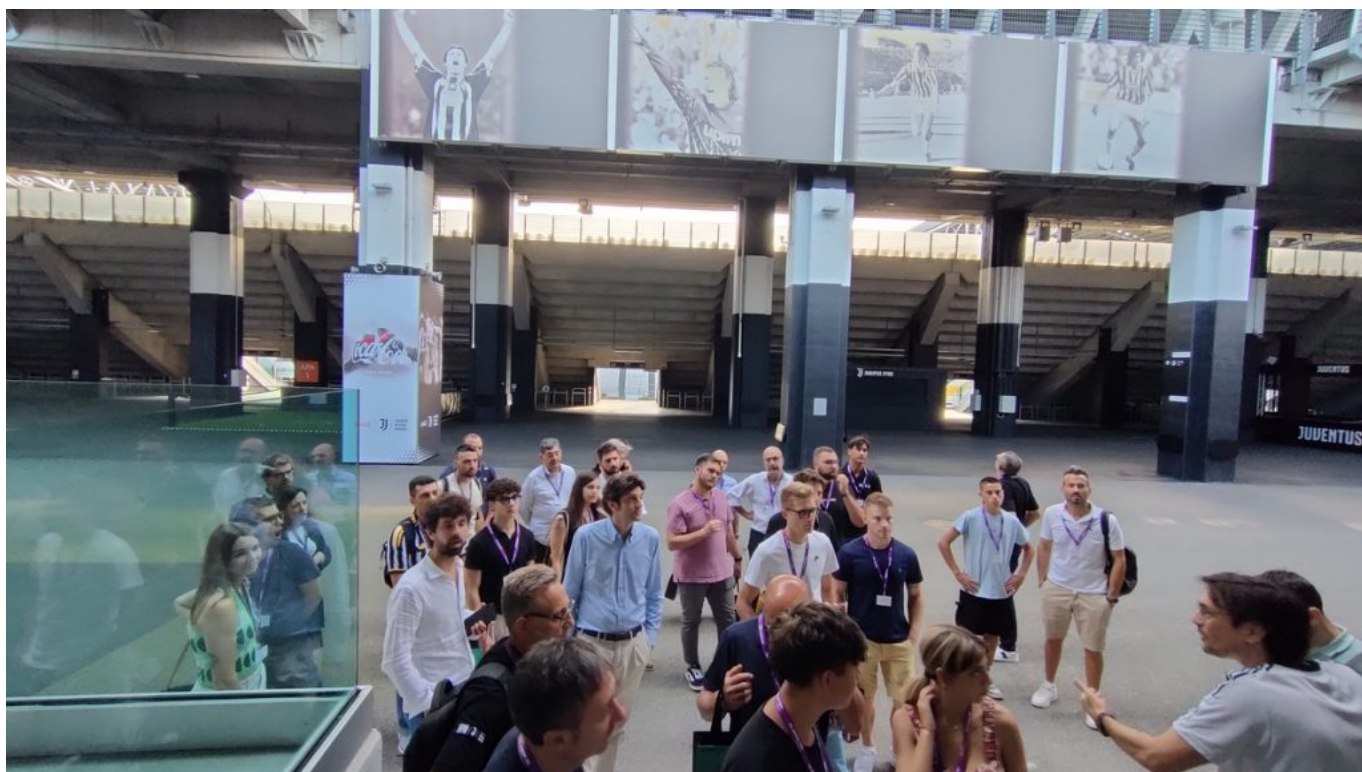






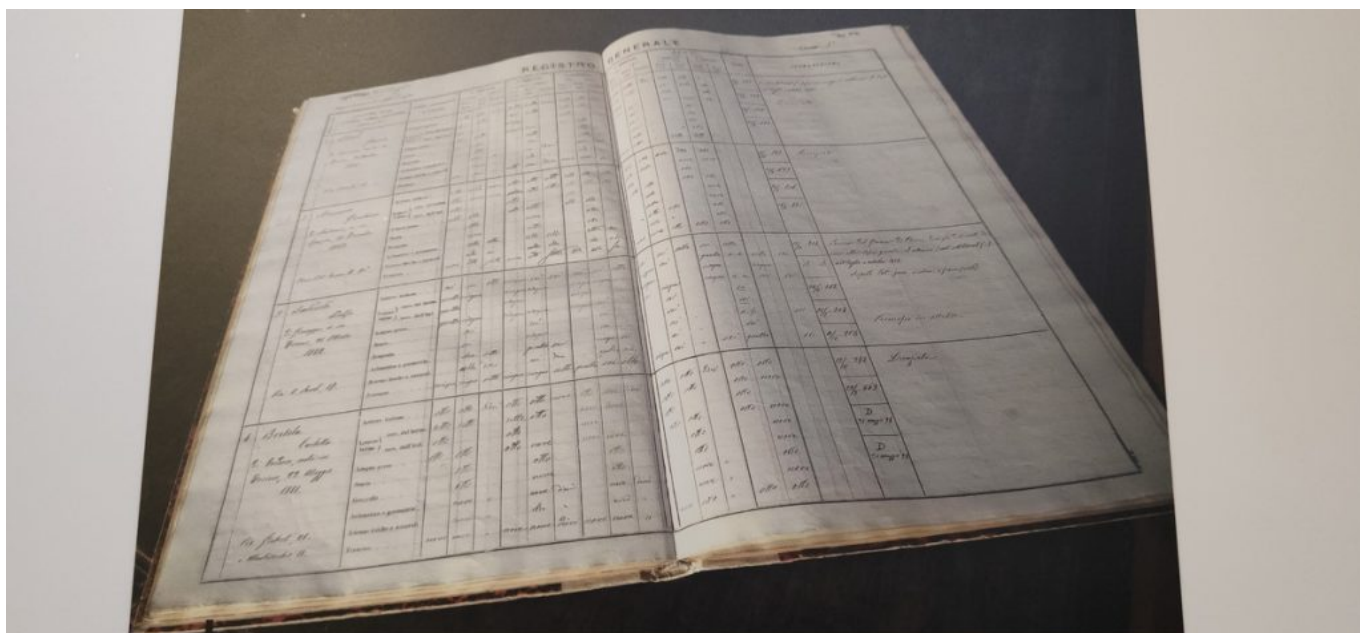












**Le pagelle scolastiche dei fondatori**  
*The founding members' school reports*































© riproduzione riservata pubblicato il 10 / 09 / 2024