

Tom Van Dyck: “Deldo distribuirà pneumatici Kingboss e Goodtrip. Nel 2025 lanceremo Victory, un nuovo brand PCR” | 1

Lo scorso giugno il sito del nostro gruppo editoriale dedicato al mercato britannico, Tyrepress.com, ha avuto l'opportunità di incontrare Tom van Dyck, Sales Director Europe del distributore di pneumatici Deldo, alla fiera The Tire Cologne che si è svolta in Germania.

Van Dyck ha illustrato ai colleghi inglesi i nuovi marchi di pneumatici dell'azienda belga e ha parlato delle attuali opportunità e sfide che il mercato della distribuzione di gomme dovrà affrontare. E' arrivato anche l'annuncio del settimo brand privato di Deldo: Victory sarà presentato il prossimo anno.



Deldo sta ampliando il suo portafoglio con **due nuovi marchi** di pneumatici, **Kingboss e Goodtrip**. Questi marchi saranno disponibili esclusivamente da Deldo in tutta Europa e soddisferanno la crescente domanda di pneumatici economici.

Oltre a queste offerte esclusive, Deldo lancerà un nuovo marchio, **Victory**, nel 2025. Inizialmente disponibile in 10-15 dimensioni, Victory fungerà da **marchio privato di punta di Deldo** e nel tempo sarà offerto in diversi modelli estivi, all-season e invernali: **Victory Road HP, Road Van, Road AS e Iceroad**. Riconoscendo l'ascesa dei veicoli elettrici, il marchio Victory includerà dimensioni specializzate per i veicoli dotati di questa specifica motorizzazione.

Kingboss, che copre i segmenti autovetture, veicoli commerciali leggeri, SUV e 4x4, è stato introdotto nel catalogo Deldo nel secondo trimestre del 2024. Goodtrip si unisce a Kingboss

nel segmento inferiore del mercato, rafforzando ulteriormente l’offerta di Deldo in questo segmento specifico. L’azienda si è assicurata contratti pluriennali per entrambi i marchi, garantendo forniture stabili per i suoi clienti.

Partner esistenti a piena capacità

Van Dyck ha spiegato la logica alla base dell’introduzione di ulteriori etichette esclusive e di un settimo marchio privato da parte di Deldo dopo Atlas, Fortuna, Imperial, Minerva, Tristar e Superia: *“La domanda di pneumatici economici continua ad aumentare. Le vendite dei nostri pneumatici a marchio privato sono triplicate negli ultimi cinque o sei anni e stiamo vendendo interamente tutte le scorte dei nostri sei marchi privati esistenti; pertanto, abbiamo dovuto cercare nuovi partner di produzione e marchi. I nostri partner esistenti stanno producendo a piena capacità”*.

Il grossista belga ha sviluppato la gamma Victory come ideatore, ma c’è una chiara distribuzione dei ruoli tra ideazione, costruzione e distribuzione: quando gli è stato chiesto se Deldo avrebbe mai preso in considerazione l’idea di acquisire una quota in uno stabilimento di produzione, Tom van Dyck ha risposto che questa soluzione non è nei piani dell’azienda di Anversa: *“Investiamo in persone, servizi e prodotti”*, ha sottolineato il dirigente.

Nuove sfide, nuove regole

Le vendite di marchi privati stanno diventando sempre più importanti nel business dei distributori perchè gli aumenti dei prezzi spingono molti utenti finali a riconsiderare l’idea di montare pneumatici premium. Anche per produttori e distributori i costi stanno lievitando: oltre ai costi delle materie prime e della manodopera, i prezzi di spedizione stanno aumentando, per non parlare della carenza di container sperimentata nel 2024 che incide sul trasporto e sulla logistica.

La prossima direttiva sulla rendicontazione della sostenibilità aziendale (CSRD) dell’Unione Europea è un’altra area di interesse per Deldo. Il direttore delle vendite e dell’organizzazione è fiducioso sulla capacità dell’azienda di rimanere competitiva rispetto ad altri prodotti provenienti dall’Estremo Oriente, grazie ai partner proattivi del grossista. *“I nostri partner hanno un loro interesse nel prepararsi e si stanno impegnando in questi preparativi nei loro stabilimenti”*, ha chiarito Van Dyck.

Tuttavia, il dirigente ha riconosciuto che le incertezze che circondano l’applicazione e il monitoraggio di queste normative, sono un elemento da tenere in considerazione: *“Come*

verrà controllato tutto? Questa domanda deve ancora trovare risposta, ma riguarda tutti”.

A questo proposito, The Tire Cologne 2024 è stato un evento decisivo per Tom van Dyck e per Deldo per incontrare i clienti e per confrontarsi con addetti ai lavori e clienti sulle problematiche e sulle criticità del momento: *“Abbiamo potuto incontrare i nostri clienti faccia a faccia e discutere di questi problemi con loro. È stata la fiera più affollata a cui abbia mai partecipato”*, ha concluso Van Dyck.

© riproduzione riservata pubblicato il 18 / 10 / 2024