

“La ruota è prima di tutto moda”, afferma deciso Guglielmo Bertolinelli, responsabile vendite di Mak Srl. “Le ultime tendenze mettono in evidenza nuovi formalismi in linea con il design dei nuovi modelli di auto con linee tese, spigoli e soprattutto, per quanto riguarda la ruota, nuovi colori, su tutti il nero opaco che si abbina alla perfezione con le auto bianche oggi tanto di moda”. Sarà l’accentuarsi del fenomeno moda e colore per le ruote, sarà che il peggio della crisi sembra alle spalle, ma Bertolinelli ci conferma che il 2011 sarà sicuramente l’anno della ripresa del mercato. “Nel 2010 Mak ha venduto in Italia 108.000 ruote, il 7% in più rispetto all’anno precedente, un risultato raggiunto soprattutto grazie all’esplosione del mercato invernale, che in Italia rappresenta già più della metà del mercato totale delle ruote in lega”.

A testimonianza dei venti favorevoli, il 6 dicembre Mak ha aperto nella sede di Carpenedolo i nuovi uffici, un segnale positivo per l’azienda bresciana che nel 2011 compirà vent’anni di attività. Mak è nata dalla joint venture tra due gruppi societari, uno leader nel campo della distribuzione dei pneumatici e l’altro nella produzione e lavorazione dell’alluminio, due know-how che, uniti, hanno creato una sinergia vincente per realizzare un progetto ambizioso nella produzione industriale di ruote in lega leggera. Oggi Mak impiega una settantina di dipendenti, fattura oltre 21 milioni di euro, ha un magazzino della capacità di oltre 70.000 ruote e un catalogo con più di 50 modelli.

La vocazione all’export ha portato l’azienda a vendere i propri prodotti in 50 paesi, in ciascuno dei quali, continua Bertolinelli, “Mak collabora con un distributore che rivende capillarmente sul territorio. Anche all’estero i mercati più importanti sono quelli in cui si vendono molti pneumatici invernali”. In Italia invece, ci spiega il responsabile vendite “la commercializzazione è organizzata con dei distributori e dei cosiddetti ‘diffusori’ che si occupano del servizio di consegna capillare e veloce sul territorio e nelle città più grandi. Ci sono poi i Mak Shop, dei punti vendita fidelizzati che espongono il prodotto Mak e propongono le campagne stagionali con i migliori prezzi e il servizio alla clientela”. Due parole infine sul fenomeno del tuning in Italia, che Bertolinelli definisce “purtroppo un fenomeno di nicchia, soprattutto a causa della legge ancora molto restrittiva, ma che l’attuale governo sta rivoluzionando e avvicinando a realtà molto più moderne, come quella tedesca”.

I punti di forza che distinguono Mak sono design innovativo, velocità e flessibilità, qualità quest’ultima che consente a Mak di comprendere e soddisfare al meglio le esigenze di ogni cliente e che investe anche il ciclo produttivo. Se un cliente infatti richiede la fusione o la lavorazione di speciali modelli o misure di ruote non disponibili a magazzino, Mak è in grado di fondere, in regime di economia di scala, fino ad un lotto minimo di 150 ruote e di lavorare, sempre senza un incremento eccessivo dei costi, ruote già fuse sino ad una

quantità minima di 50 pezzi.

Tra le numerose attività d'immagine organizzate da Mak ogni anno, come la collaborazione con tuner importanti per creare show car di effetto e la partecipazione alle principali fiere di settore nazionali e internazionali, spicca la collaborazione con il Driving Camp. "Si tratta di un'azienda - ci spiega Bertolinelli - che organizza corsi di guida sicura estivi e invernali, a cui volentieri ci affianchiamo per sensibilizzare i consumatori rispetto al tema della sicurezza attiva al volante e dell'importanza delle manovre più appropriate in caso di emergenza."

Un 2011 promettente dunque e vent'anni di storia da festeggiare. "Per celebrare questo evento", conclude il sales manger, "abbiamo realizzato un nuovo modello dal nome Mak Venti, che verrà commercializzato a partire dal mese di febbraio. E sempre all'inizio di febbraio è prevista un'occasione speciale, riservata ai distributori, per festeggiare insieme questo importante traguardo".

