

La fiera biennale tedesca dedicata a pneumatici e ruote The Tire Cologne non si considera solo un hub del business che riunisce tutti i player principali dell'industria e del commercio, ma una vera e propria fonte di input e ispirazioni per il settore. La rassegna si prefigge infatti di rappresentare soprattutto tematiche e contenuti che possano favorire lo sviluppo futuro del settore.

*“Ci reputiamo parte integrante del settore e vogliamo indicare possibili risposte ai continui cambiamenti del mercato, al fine di proporre spunti interessanti a sostegno della crescita. Questa è l'asticella con cui intendiamo misurarci. Quest'anno abbiamo avviato uno studio su cinque mercati chiave europei, i cui risultati consentiranno a tutti i player di comprendere al meglio la funzione dei rispettivi mercati e le sfide locali. Sulla base dei risultati dello studio ogni distributore può ora verificare la propria posizione grazie al “FitforFuture-Test” e individuare su quali leve agire”, spiega **Christoph Werner**, Vice President Trade Fair Management e membro della direzione di Koelnmesse.*

THE TIRE COLOGNE si terrà dal 9 al 12 giugno 2020 e sarà rivolta a produttori di pneumatici, rivenditori specializzati di pneumatici, centri d'assistenza autoveicoli, fornitori di attrezzature per autofficine, aziende specializzate in riciclaggio e rigenerazione e a tutte le imprese collegate al settore di pneumatici e autoveicoli.

La rassegna internazionale è organizzata da Koelnmesse con il patrocinio di Bundesverband Reifenhandel und Vulkaniseur-Handwerk e.V. (BRV), l'associazione federale tedesca del commercio di pneumatici e vulcanizzatori.

I mercati cambiano continuamente e lo stesso vale anche per le esigenze dei clienti. Per facilitare la comprensione e poter reagire “just in time” alle possibili sfide, THE TIRE COLOGNE, insieme all'Istituto di ricerca di Colonia (IFH Köln), ha avviato **un sondaggio e uno studio approfonditi in cinque mercati chiave, quali Germania, Gran Bretagna, Italia, Francia e Polonia**. Sono stati coinvolti amministratori, titolari ed esperti delle aziende del settore dei pneumatici operanti nei cinque Paesi di riferimento e sono state condotte anche interviste e ricerche secondarie.

Il sondaggio si è concentrato su **digitalizzazione e strumenti digitali, megatrend del mondo dell'automobile, ma anche ricerca del personale e formazione dei dipendenti**.

I risultati principali in breve

La **digitalizzazione** pone il settore dei pneumatici dinnanzi a grandi sfide

Il commercio europeo dei pneumatici attraversa una fase di profondo cambiamento, trainato anche dall'evoluzione delle abitudini dei clienti. I clienti del settore nutrono aspettative molto maggiori in termini di servizi rispetto al passato e pretendono una comunicazione attiva su tutti i canali, che includa offerte personalizzate di vendita e servizi. Anche la digitalizzazione si evolve, mettendo in dubbio un settore dopo l'altro; il commercio dei pneumatici deve restare al passo con la generale trasformazione digitale. Il settore in genere riconosce le sfide connesse e tendenzialmente ne valuta la portata in considerazione delle opportunità. Tuttavia a volte difetta in implementazione. Il motivo è che **il commercio dei pneumatici non osa a sufficienza**. L'ampia gamma di strumenti digitali non è ancora stata sfruttata in modo coerente; come se non bastasse si guarda ai megatrend come a uno spettacolo di science fiction, senza cercare di trarne vantaggio qui e ora.

Problema personale

A ciò si aggiunge un grosso problema del personale, che riguarda la maggior parte dei Paesi europei. Il commercio dei pneumatici deve già lottare per assumere i giovani in un'area chiave quale l'officina e si trova a doversi confrontare anche con il ricambio generazionale, senza riuscire ad scorgere contromisure efficaci.

Cosa fare?

Il commercio dei pneumatici deve avere più fiducia in se stesso. Deve soddisfare tutti i requisiti fondamentali dell'era digitale: quindi **essere presente su tutti i canali e basarsi su processi fluidi e veloci**. Solo in quel caso potrà proporre offerte, prodotti e servizi vantaggiosi. Inoltre al commercio dei pneumatici **serve una gamma più ampia di tool digitali** per uso interno ed esterno. Per l'impiego di questi strumenti sono necessari esercizio e costanza. Per trovare e fidelizzare i dipendenti il settore deve anche individuare soluzioni creative e sviluppare argomentazioni convincenti oltre alle offerte locali.

FitforFuture-Test e Best Practice

Tutti i risultati dello studio completo THE TIRE COLOGNE sono disponibili per il download, sotto forma di Management Summary e corredati anche delle riflessioni sui singoli Paesi e sulle tematiche principali, sul sito di THE TIRE Cologne all'indirizzo <https://www.thetire-cologne.de/die-messe/tireresearch/download-topic.php>.

Il test per verificare il posizionamento della propria azienda

Sempre sul sito ognuno potrà sottoporsi al **FitforFuture-Test** per verificare il

posizionamento della propria azienda in riferimento a #DigitalTransformation, #DigitalToolbox, #Recruitment/ sviluppo del personale e #Trends.

Il risultato del test viene comunicato immediatamente e si propongono anche esempi attinenti di best practice dall'aftermarket e da altri segmenti specifici. Selezionare FitforFuture-Test su <https://www.thetire-cologne.com/> e successivamente cliccare sulla lingua desiderata.

Naturalmente i dati raccolti dallo studio saranno ripresi anche dal programma di congressi ed eventi di THE TIRE COLOGNE, i cui speciali forum tematici affronteranno i quattro argomenti chiave coinvolgendo player ed esperti del settore. Nei successivi momenti dedicati al networking espositori e visitatori potranno inoltre approfondire i risultati dello studio e le informazioni divulgate durante le tavole rotonde.