

Risultati, prospettive e rapporto con il mercato: intervista a Federico Boggio Sella

• **Come sta andando il 2019 per Sunebo nei segmenti Movimento terra (OTR) e Autocarro (TBR)?**

FB: Per quanto riguarda l'OTR negli ultimi anni siamo cresciuti in modo costante e per il 2019 confermeremo i volumi di vendita del 2018: un ottimo risultato se si considera che il settore delle costruzioni in Italia non è più ripartito dopo la crisi del 2008 ed altrettanto vale per molte cave che hanno dismesso le proprie operazioni. Il settore ambientale invece è cresciuto ma non è stato in grado di compensare i volumi generali di acquisto del passato. Non ci sono statistiche ufficiali ma riteniamo che il brand Triangle nel Movimento terra abbia una quota di mercato a doppia cifra. I punti di forza sono la qualità del prodotto dimostrata dai primi equipaggiamenti, l'ampiezza della gamma e le continue novità, tra le quali gli pneumatici da gru stradali ad alta velocità.

Nell'autocarro, con l'introduzione dei dazi antidumping in Europa, i pneumatici "made in China" hanno subito un grandissimo rallentamento nel 2018. Quest'anno, grazie al supporto del team tutto italiano di Triangle con sede a Milano, all'affidabilità dei prodotti e al riallineamento dei prezzi, le vendite sono riprese in modo costante, pur non recuperando i volumi del 2017.

• **Che tipo di ripercussione hanno avuto i dazi all'importazione sugli pneumatici TBR per l'azienda Sunebo?**

FB: Come già espresso, i dazi hanno avuto un impatto molto pesante sul business. Queste difficoltà ci hanno comunque permesso di acquisire maggiore consapevolezza del nostro prodotto e della forza del marchio, costringendoci a riposizionare i prezzi in aumento con buoni risultati in termini di vendite.



Ci siamo inoltre concentrati sulle misure chiave del mercato, soprattutto nel cerchio 22,5" dove il dazio di 49,31 euro al pneumatico ha un'incidenza inferiore rispetto alle misure in 17,5" e 19,5" per le quali il dazio aumenta il prezzo di vendita ad un livello non concorrenziale.

Triangle Europe ci ha poi supportato con promozioni e azioni speciali, permettendoci di assorbire una parte degli aumenti dovuti al dazio, rendendo più competitiva la nostra offerta.

• **Quali iniziative ha messo in campo Sunebo a supporto dei rivenditori e quali sono le principali leve di vendita?**

FB: Sunebo, con la collaborazione di Triangle Europe, ha definito una strategia di comunicazione che aiuta il brand ad essere visibile presso gli operatori del mercato in maniera continuativa e regolare. Abbiamo investito in attività promozionali, in una nuova linea di merchandising, nella letteratura di prodotto con nuovi cataloghi e brochure e nelle presentazioni rivisitate in chiave moderna. La partecipazione alle fiere di settore con stand rappresentativi è un'altra leva di marketing per il rafforzamento dell'immagine di Triangle, quali ad esempio Autopromotec 2019, Samoter e the Tire Cologne 2020. Soprattutto Samoter 2020, principale evento fieristico per i macchinari movimento terra, per Triangle, essendo il 4° produttore al mondo di pneumatici OTR, è quasi una tappa obbligata. Stiamo inoltre promuovendo una nuova gamma convenzionale principalmente dedicata alla movimentazione portuale.

• **Quali sono i punti di forza di Sunebo?**



Federico Boggio Sella

FB: A partire dal 2017 il nostro focus è stato il settore commerciale ed industriale. I segmenti autocarro e movimento terra, dei quali siamo distributori esclusivi per Triangle in Italia, sono sempre stati la specializzazione di Sunebo. Tra i principali investimenti ricordo il magazzino di Gioia Tauro, il nostro hub principale dal quale spediamo in tutta Italia. Ritengo che l'aver puntato sulla promozione e la distribuzione di un solo marchio renda Sunebo perfettamente riconoscibile ed associabile a Triangle, con vantaggi evidenti per la fidelizzazione dei nostri clienti.

• **Che obiettivi si pone Sunebo per il 2020?**

FB: Siamo molto ottimisti: con la forza e la qualità dei prodotti, i nostri clienti fidelizzati, le favorevoli condizioni di vendita e di disponibilità di prodotto, ed il supporto di Triangle Europe, riteniamo di poter continuare a crescere insieme.