

Si è svolta lo scorso 29 aprile, presso i giardini di Villa Fago, a Santa Venerina, in provincia di Catania, la convention annuale della piattaforma Gommista di Fiducia di proprietà al 50% delle due aziende Palmeri Pneumatici e DPM. Definirlo portale di prenotazione per l'acquisto e montaggio delle gomme è riduttivo, perché Gommista di Fiducia è diventato una vera e propria rete di quasi 300 rivenditori, che copre mezza Italia, dal Lazio in giù, Sicilia inclusa. Le due aziende storiche Palmeri e DPM, unendo le forze, sono infatti diventate un player di riferimento per tutto il mercato dell'Italia meridionale, con le sue specificità e complessità.

Nel corso del meeting, che ha coinvolto tutta la forza vendita con le famiglie, sono stati discussi i risultati ottenuti nel 2017 e sono stati presentati progetti per quest'anno e per il futuro della rete.



Palmeri Pneumatici di Misterbianco (Catania) e DPM di Domenico Mercurio con sede a Benevento sono nate rispettivamente nel 1962 e 1996 e sono cresciute negli anni fino a raggiungere oggi, insieme, più di 30.000 rivenditori con consegne giornaliere. Alla base di

questa collaborazione di successo tra le due aziende, ci sono riflessioni e strategie comuni, a partire dalle politiche di marca e fino all'apertura verso altri prodotti e servizi complementari al pneumatico. Il tutto concretizzato attraverso la rete Gommista di Fiducia.



Alfio Pappalardo,
responsabile commerciale
di Palmeri Pneumatici

*“Il progetto Gommista di Fiducia, nato nel 2011, non è mai stato orientato alla vendita online delle gomme, perché questo avrebbe potuto togliere forza alla figura del gommista specialista”, ha spiegato **Alfio Pappalardo**, responsabile commerciale di Palmeri Pneumatici. “L’obiettivo della piattaforma è invece sempre stato proprio quello di valorizzare il rivenditore, portandolo online. Già nel 2011, infatti, ci eravamo resi conto che il mercato si stava trasformando e che il processo di evoluzione delle vendite online avrebbe coinvolto molto velocemente anche i pneumatici. L’e-commerce non è un fenomeno che interessa solo il nostro settore, ma l’intero commercio mondiale ed è comunque un’opportunità che offre molti vantaggi ai consumatori. Come potevamo affrontare questo fenomeno? Combattendolo oppure cavalcando l’onda? Abbiamo scelto la seconda opzione, dando visibilità ai nostri clienti, mantenendo la loro identità e senza mai sminuire la loro figura professionale di gommisti specialisti. L’obiettivo, che non è mai venuto meno, è veicolare traffico al punto vendita. Oltre ai numeri e alle visite che esprime il sito, la conferma della bontà del progetto è dimostrata dal riconoscimento e dal supporto che abbiamo anche dai fornitori”.*

Le due aziende Palmeri e DPM hanno dunque scelto di cavalcare l'onda di una realtà che non ha senso combattere, perché inarrestabile. Inserirsi nella corrente del web ha inoltre consentito ai due distributori di catturare l'attenzione delle Case, che possono condividere e sfruttare la potenzialità del progetto, per comunicare le proprie iniziative e raggiungere il consumatore.



PNEUMATICI SICURI AL MIGLIOR PREZZO

Sicilia Calabria Basilicata Campania Puglia Molise Abruzzo Lazio

- SELEZIONA LA TUA REGIONE
- SCEGLI I TUOI PNEUMATICI
- PRENOTA
- MONTALI PRESSO IL TUO GOMMISTA DI FIDUCIA
- PAGA TUTTO ALLA CONSEGNA



Copyright © 2017 Gommista di fiducia. Tutti i diritti riservati.



“Se dovessimo vendere online, non riusciremmo mai ad essere competitivi nel mercato attuale, che è ormai affollato di siti di e-commerce di pneumatici”, ha spiegato Pappalardo. “Quello che abbiamo realizzato noi è invece uno strumento formidabile di visibilità, che sempre più verrà sviluppato e integrato con varie iniziative”. In questi anni, la rete Gommista di Fiducia ha già proposto l’assicurazione sui pneumatici Infinity, calendari, banner che rendono visibile e certificata l’appartenenza alla rete e pubblicità sul punto vendita, perché “ormai Gommista di Fiducia è un brand vero e proprio, che garantisce la qualità e la professionalità del punto vendita”, sottolinea il responsabile commerciale di Palmeri.



Antonio di Guardo, responsabile della gestione della piattaforma web Gommista di Fiducia

Il 2018 si è aperto per la rete Gommista di Fiducia con l'evento di Catania, che ha testimoniato l'impegno, che le due aziende stanno dedicando al progetto, in termini di investimento finanziario e di risorse umane. Il portale viene seguito e aggiornato costantemente da personale dedicato (Antonio di Guardo e Michele Guarino), con grande attenzione a tutte le occasioni utili per lanciare delle promozioni, dalla festa delle donne alle scadenze del cambio gomme. Alle aziende che hanno aderito, versando la quota annuale, è inoltre riconosciuta una differenza di budget su molte marche, che a fine anno prevedono un premio ad hoc. *“Insomma, ci sono una serie di proposte che davvero differenziano la rete Gommista di Fiducia dal resto del mercato. E questa oggi è un'esigenza fondamentale: proprio perché il mercato è inflazionato, diventa vitale essere capaci di interpretare al meglio il ruolo di gommista specialista”*, ha concluso Pappalardo.



L'intervento di Giovanni Palmeri

“I momenti di incontro e di aggiornamento sono essenziali per il nostro settore, che, rispetto ad altri competitor, come le officine meccaniche, i car service o i concessionari auto, è molto

*meno abituato a partecipare a eventi formativi e a tenersi in contatto”, ha aggiunto **Giovanni Palmeri**, contitolare dell’omonima azienda, salutando e ringraziando i molti partecipanti del meeting.*

Una delle svolte più significative del gruppo distributivo Palmeri-DPM riguarda l’ampliamento della gamma di prodotti offerti dalla rete. Avere dei clienti che attendono in officina rappresenta, infatti, per le due aziende, un’opportunità che dev’essere sfruttata. *“Ogni giorno passano nei punti vendita numerose macchine e persone - ha spiegato Palmeri alla forza vendita - e non ha senso proporre loro solamente le gomme! Abbiamo una risorsa infinita e sono convinto che il nostro settore avrà uno sviluppo molto importante, ma non legato solo al mondo dei pneumatici. Dobbiamo assolutamente spaziare e parlare anche di altri prodotti e servizi per la vettura, che sono complementari alle gomme”.*



Antonio di Guardo, responsabile delle reti di Palmeri Pneumatici, presenta l'estintore Fire Suppression System

I prodotti che Palmeri Pneumatici e DPM hanno già iniziato a proporre, sia tramite il B2B che il B2C, sono diversi. Tra questi il nuovo [estintore Fire Suppression System \(FSS\)](#), che da gennaio 2018 è distribuito in Italia da ABB srl di Nicola Vettorazzo e di cui le due aziende hanno l'esclusiva nel territorio di riferimento. Si tratta di un prodotto molto interessante e adatto alle officine, perché riguarda la sicurezza in auto, è facile da utilizzare e soprattutto, se usato in caso di incendio, a differenza dei tradizionali estintori a polvere, non rovina il motore. Oltre a questo prodotto innovativo, la rete Gommista di Fiducia, per differenziarsi dalla concorrenza, ha cominciato a vendere anche il noto prodotto idrorepellente

multifunzione WT40, il ruotino di scorta e il kit gonfia e ripara.

Per quanto riguarda le novità del 2018 del Gruppo Palmeri, ci saranno anche il lancio del brand giapponese Nitto, di Eternity, il secondo marchio proposto da Al Dobowi e di Cultor (Gruppo Trelleborg) per quanto riguarda il settore agricoltura. Queste nuove opportunità si andranno ad aggiungere agli altri marchi che il gruppo Palmeri gestisce in esclusiva territoriale: Infinity, Kenda, Event, Leao Tyre, Uniroyal (Sicilia orientale e Calabria), Continental Moto (Sicilia e Calabria), Mitas Moto e Triangle.



L'intervento di Domenico Mercurio, titolare DPM

*“La collaborazione all’interno di Gommista di Fiducia è molto cresciuta negli ultimi anni e molti produttori ci considerano un’unica importante realtà del Sud Italia per cultura e progettualità”, ha affermato **Domenico Mercurio**, titolare di DPM. “Oggi il 60% delle persone che stanno scegliendo quali pneumatici acquistare, si informa su internet, che è diventato il mezzo pubblicitario più importante in assoluto, più addirittura della televisione, perché, a differenza della televisione, dove la pubblicità viene imposta all’utente, che spesso cambia canale infastidito, la ricerca di informazioni e consigli su internet è libera e consapevole. Se poi l’utente trova online un prodotto pubblicizzato è portato naturalmente a sceglierlo”.*

Commentando l’intervento di **Roberto Bianco** di Green Tire, Giovanni Palmeri ha poi sottolineato l’importanza del lavoro che svolge il consorzio di gestione dei PFU, ma soprattutto ha esortato la rete a non dare per scontato il fatto di lavorare in maniera regolare. *“Bisogna essere orgogliosi - ha detto **Palmeri** - di seguire la filiera corretta e bisogna farlo sapere ai clienti, perchè l’eco-contributo per la gestione dei PFU non è un sovrapprezzo fastidioso, bensì la garanzia e la dimostrazione che l’officina è seria, qualificata e professionale. Oggi molte persone sono sensibili al rispetto ambientale e la*

collaborazione con Green Tire potrebbe essere un motivo in più per cui scelgono di rivolgersi alla nostra rete e non ad altri”.



Maurizio Lanzaro, responsabile area sud consumer di Goodyear Italia

*“Conoscere e supportare dei programmi per la rete è sempre interessante”, ha detto **Maurizio Lanzaro**, responsabile area sud consumer di **Goodyear** Italia, presente alla convention. “In questo caso è anche un piacere e un’occasione per onorare i rapporti ultraventennali con le due aziende”.*



Da sinistra: Antonio di Guardo, responsabile delle reti di Palmeri Pneumatici, Giovanni Palmeri e Marco Buscema, capo area di Nexen Tire Italia

*“Poniamo molta attenzione su questo tipo di affiliazioni – ha aggiunto **Marco Buscema**, capoarea di **Nexen** Italia – perché offrono veramente ai gommisti l’opportunità di avere una maggiore visibilità su internet, una visibilità che spesso oggi non hanno proprio, perché svolgono un lavoro prettamente statico. Tramite la piattaforma Gommista di Fiducia, invece,*

hanno la possibilità di incrementare il numero di clienti e ampliare le occasioni di business. Penso che i rivenditori dovrebbero sfruttare sempre di più le opportunità che hanno, sia con le reti private dei distributori, che con quelle offerte dai produttori stessi, come ad esempio i Nexen Point o altre realtà simili.



Vittorio Ruggiero,
responsabile per il
mercato italiano di Al
Dobowi

*“L’evento che hanno organizzato Palmeri e DPM è di assoluto livello qualitativo, sia per i contenuti, che per la location che hanno scelto”, ha aggiunto **Vittorio Ruggiero**, responsabile per il mercato italiano di **Al Dobowi**. “Il fatto che i due soci, Giovanni Palmeri e Mimmo Mercurio, siano sempre presenti a questi incontri dimostra quanto Gommista di Fiducia sia importante nell’economia del loro futuro e della loro progettualità distributiva”.*

Secondo Ruggiero, è proprio il compito della distribuzione moderna “far capire ai rivenditori che si possono affidare ad aziende che lavorano in maniera completamente differente dallo stocchismo puro, che porta questo lavoro al degrado”. “Palmeri e Mercurio hanno investito e creduto molto in questo progetto, - ha ribadito il manager responsabile dei marchi Infinity ed Eternity in Italia - e mi auguro che possa essere esportato anche al nord Italia, per poter creare sinergie con i marchi su scala nazionale”. “Il fatto che a promuovere il progetto Gommista di Fiducia siano aziende storiche di questo mercato, come le famiglie Palmeri e Mercurio, - ha concluso Ruggiero - è indice di assoluta garanzia dell’affidabilità del

progetto stesso, sia per le Case che per i rivenditori”.



Sfoggia la gallery































