

“La sensazione sull’andamento del mercato è positiva”, afferma Daniel Gainza, direttore commerciale della Business Unit CVT (Commercial Vehicle Tires) di Continental Italia. “Nel 2012 ci aspettiamo un trend positivo con una leggera crescita, come è normale per un mercato maturo come il nostro. Siamo comunque preparati anche ad un eventuale rallentamento dell’economia, anche se siamo convinti che ci sarà in ogni caso un recupero nella seconda metà dell’anno”. Continental Truck crescerà ancora quindi, si tratta di vedere di quanto. Negli ultimi anni, ci spiega Gainza, il tasso di crescita è andato dal 20 al 40% ed è stato comunque sempre superiore alla media del mercato. Per il 2012 non sono previsti cambiamenti strategici o lanci di nuovi prodotti, ma verrà intensificata l’attività di servizio al cliente e di rapporto sempre più diretto con il consumatore, che verrà avvolto a 360 gradi.

**PN: In cosa consiste il programma Conti360°?**

DG: Il programma modulare  Conti360° è la nostra risposta ai fabbisogni del consumatore. Il progetto è iniziato nel 2011 e andrà a rafforzarsi nel 2012. La connessione con i rivenditori e i distributori è molto stretta. Il nostro lavoro si svolge in partnership con i punti vendita, che attualmente sono circa 90, ma c’è ancora un margine di crescita, perché pensiamo che 100-120 sia il numero giusto per coprire il territorio, mantenendo un livello di qualità alto e omogeneo.

**PN: Che tipo di legame ha la Business Unit veicoli commerciali di Continental con i gommisti?**

DG: Con i punti vendita Continental ha un legame contrattuale, non di franchising anche se, per il futuro, non viene escluso. L’azienda non sente infatti la necessità né di una rete monomarca, né di un maggior controllo dei punti vendita; ne rispetta piuttosto l’autonomia. In Italia le aziende sono molto radicate nel territorio, sono relativamente piccole e hanno una forte identificazione, che, secondo noi, è un punto di forza da valorizzare.

**PN: Conti360° è un progetto italiano o europeo?**

DG: Conti360° è un ombrello globale che ricopre tutto il mercato europeo, ma che ogni paese declina poi con una propria identità e con un contenuto più adatto possibile alla realtà del mercato.

**PN: Come si posizionano i prodotti Continental sul mercato?**

DG: La gamma di prodotti Continental per veicoli commerciali è completa. Con la generazione 2, ci siamo posizionati nel top di gamma in termini di performance. Oggi ci

avviciniamo alla generazione 3 con ulteriori innovazioni. E' sparita la timidezza e vogliamo essere riconosciuti come leader per innovazione e per valore.

**PN: Come si comportano le flotte con i pneumatici invernali?**

DG: I pneumatici invernali sono un tasto dolente nel settore dell'autotrasporto, perché viviamo ancora in un'area grigia per quanto riguarda le normative. Oggi normalmente solo gli assi trattivi montano pneumatici winter, anche se ciò non soddisfa il fabbisogno reale. Per gli altri assi la richiesta è ancora debole, ma probabilmente aumenterà. Noi siamo gli unici ad avere una gamma completa winter, anche per motivi storici, visto che essendo un'azienda tedesca, abbiamo sempre avuto il focus sui mercati del centro-nord Europa.

**PN: Quando e come pensa che si arriverà ad un utilizzo normalizzato delle gomme invernali per l'autotrasporto?**

DG: Io penso che il cambiamento non deriverà da legislazioni ad hoc per i pneumatici invernali, ma dalla normativa che entrerà in vigore nel 2013 relativamente a rumore, efficienza nei consumi e aderenza su bagnato. Per rispettare queste nuove regole le case produttrici dovranno progettare dei disegni meno tradizionali e quindi d'inverno nascerà la necessità di pneumatici più specializzati. Il passaggio sarà naturale. Perché se oggi l'utilizzatore riesce a superare l'inverno con la gomma estiva, soprattutto se nuova, un domani si chiederà quali alternative migliori ci siano. Chi utilizza i pneumatici invernali trova dei benefici anche economici, ma sono necessari un cambiamento di mentalità e una impostazione aziendale adeguata.

**PN: Cosa offre Conti360° alle flotte?**

DG: La proposta Conti360° offre la possibilità di scegliere dei contratti pluriennali di fornitura e manutenzione dei pneumatici, fino ad arrivare al completo leasing: noi fatturiamo al chilometro alla flotta, che può anche dimenticare la manutenzione dei pneumatici, pensiamo a tutto noi, lavorando con i nostri punti di servizio specialisti.

**PN: Quali vantaggi offre Continental ai gommisti e alle flotte che vogliono entrare in rete?**

DG: I gommisti e le flotte che decidono di lavorare con Continental vengono supportati essenzialmente con tre strumenti: formazione, informazione e processi.

**Formazione**

Continental offre dei corsi e degli affiancamenti formativi che vengono anche svolti sul punto vendita e su richiesta. L'azienda dispone di un catalogo con un ventaglio di proposte che vanno dal più semplice corso base per il neoassunto, fino a temi come la riscolpitura, la selezione delle carcasse e la ricostruzione. E non si tratta di corsi standard, ma di corsi di ottimizzazione, nel senso che su questi temi, spesso già noti agli operatori, c'è un margine di miglioramento che può portare ad un incremento che quantifichiamo tra il 20 e il 25% delle performance finali del prodotto.

## **Informazione**

Continental garantisce una presenza costante della propria forza vendita e del key account manager per le flotte, una figura professionale fondamentale, che è in grado di progettare soluzioni complesse, partendo dall'analisi delle flotte e del loro fabbisogno di pneumatici, che, a seconda delle tipologie di utilizzo, è sempre diverso. In alcuni casi predomina ad esempio la necessità del risparmio di carburante, in altri invece passa in secondo piano (come nel noleggio rimorchi) e viene privilegiata la robustezza. Ci sono poi flotte con camion di proprietà che trasportano liquidi; in questo caso sono importanti la durata, la stabilità per evitare fluttuazioni, ma anche l'efficienza nei consumi e l'affidabilità, ossia non dover incorrere in fermi, che possono pregiudicare il prodotto trasportato. Molte volte è anche importante limitare il peso dei pneumatici per poter aumentare il carico: le gomme possono incidere fino a 80kg e consentire fino a 2-3 carichi in più nel corso dell'anno. Insomma ci sono delle valutazioni importanti nel quadro economico generale, che le flotte non sono in grado o non hanno il tempo di fare. E' questa la proposta di Continental: ce ne occupiamo noi, la flotta si toglie la preoccupazione e abbassa i costi di gestione.

## **Processi / Strumenti informatici**

Si chiama "Cesar" lo strumento informatico online che consente a tutti gli attori della triangolazione di comunicare e lasciare traccia di quanto avviene in tempo reale. Il cliente chiama il call center, viene fissato l'appuntamento ed effettuato l'intervento. Tutti i passaggi, anche amministrativi, vengono registrati online sulla base del codice cliente e della targa del mezzo. Rivenditore e flotta hanno la possibilità in tempo reale di vedere cosa è stato fatto. Uno dei benefit più richiesti e più apprezzati è infatti proprio la reportistica: sapere e seguire in dettaglio cosa succede ai propri pneumatici.

I vantaggi per il gommista nell'utilizzo di questo strumento informatico sono numerosi: una migliore gestione del magazzino, un migliore monitoraggio del proprio business (analisi del servizio, della produttività dei dipendenti, ecc.) e anche il fatto di migliorare il proprio cash-flow, venendo pagati prima da Continental.

© riproduzione riservata  
pubblicato il 13 / 10 / 2011