

Anche quest'anno il Consorzio Top Tyre Trade, meglio noto come Gruppo Sirio, ha scelto una location suggestiva per il meeting di inizio anno della forza vendita, che si è svolto il 3 febbraio nella "Press Conference Room" dello Juventus Stadium di Torino. Più di 60 persone, tra collaboratori, soci e relatori, hanno partecipato alla giornata torinese, confrontandosi sul bilancio consuntivo del 2011 e analizzando le dinamiche del mercato attuale e di come il consorzio si sta evolvendo e sta rafforzando la propria identità. "Siamo molto soddisfatti, a 360 gradi, di come abbiamo gestito il 2011, cambiando le strategie nel corso dell'anno e riuscendo ad affrontare con successo le diverse condizioni del mercato", afferma Sergio Maggioni, direttore del Consorzio. La solidità e la concretezza sono i punti di forza del Gruppo e sono caratteristiche acquisite in 12 anni di storia, di scelte oculate e di progetti realizzati. "Siamo un gruppo vero, un gruppo che condivide interessi, idee e obiettivi, un gruppo che coordina le strategie e le mette in pratica. La storia del Gruppo Sirio non è fatta di sogni, ma di fatti, realizzati in silenzio, ma con determinazione e serietà", spiega il direttore. Una delle iniziative che ben rappresenta la filosofia del consorzio è proprio l'evento che all'inizio di ogni anno e già da sette anni, raggruppa tutta la forza vendita di tutti i soci, regalando un momento importante di confronto professionale, ma anche coinvolgimento ed emozioni, come è avvenuto quest'anno con il suggestivo e apprezzato tour nello stadio della Juventus, completo di campo e spogliatoi, che ha concluso la giornata.

Nel presentare i programmi e gli obiettivi del 2012, Maggioni ha inoltre lasciato la platea (e oggi i nostri lettori) in suspense, annunciando che nei prossimi mesi verrà svelato un "grande progetto innovativo, che riguarda il Consorzio e che coinvolgerà il mercato italiano". Non siamo riusciti a strappare qualche informazione in più, ma resteremo sicuramente in prima linea per aggiornare i nostri lettori, non appena i tempi saranno maturi.

Il consorzio, che è costituito da 10 aziende di stampo familiare distribuite nel territorio, coordina le strategie di acquisto e vendita per i pneumatici vettura, trasporto leggero e moto, lasciando invece il segmento autocarro alle singole gestioni. L'anno appena concluso è stato positivo per il Gruppo che complessivamente ha fatturato 125 milioni di euro. "La crescita non è stata uniforme - spiega Maggioni - e rispecchia quanto è successo in questa singolare stagione invernale. Siamo comunque molto soddisfatti perché, agendo in considerazione delle varie realtà, siamo riusciti a governare un anno difficile e a fare un ulteriore passo avanti". I pneumatici vettura e turismo venduti l'anno scorso dai soci del Gruppo sono stati 1.660.000, a cui si aggiungono moto e autocarro. "Tutti numeri reali - sottolinea il direttore - di pezzi venduti in loco dalle 10 ragioni sociali all'utilizzatore finale e che non tengono conto né di esportazioni, né di vendite a sub-rivenditori". Tutti i soci hanno

registrato nel 2011 incrementi, nel proprio territorio, che vanno dal 3 al 25% rispetto all'anno precedente. Tutte le società, chi più e chi meno, hanno dunque visto crescere il volume d'affari complessivo e le vendite dei pneumatici invernali in particolare. "Il risultato è particolarmente significativo se consideriamo che tutte le aziende del Consorzio godono anche di ottima salute finanziaria", ha aggiunto Maggioni.

La discussione si è basata sull'analisi dei dati macroeconomici italiani e dei dati dell'Europool, con particolare attenzione ai punti di criticità che hanno contraddistinto il 2011 e i cambiamenti che si stanno verificando nel mercato italiano della distribuzione dei pneumatici, in termini di nuovi competitor e nuove forme di aggregazione. In risposta a queste riflessioni e in relazione alla tensione finanziaria del momento, il Consorzio ha presentato anche uno studio sui metodi di vendita e gestione del cliente.



Per quanto riguarda gli obiettivi del 2012 Maggioni spiega che "molte saranno le criticità, ma molti saranno anche gli strumenti a disposizione delle aziende del Gruppo per sostenere la forza vendita e soddisfare il cliente finale". I due principali strumenti sviluppati dal Consorzio sono il marketing e la formazione. Il marketing prevede una serie di soluzioni e progetti già definiti nei dettagli; la formazione ha già pronto un catalogo di corsi professionali studiati per la forza vendita, gli operatori di call center e i manager.

Un capitolo a sé merita inoltre l'implementazione del progetto di e-commerce GommistaSpecialista.it, che Maggioni definisce "piattaforma unica nel suo genere, studiata per raccogliere prenotazioni presso i gommisti aderenti, esaltandone la professionalità". Anche questo strumento, complesso ma che permette di tutelare il rivenditore, riceverà ulteriore impulso nel corso del 2012, grazie anche alla copertura geografica, che quest'anno è stata ampliata, allargando il consorzio a tutto il territorio nazionale. "La decisione nasce, oltre che dalla capacità operativa e logistica del gruppo, proprio da un'esigenza specifica del progetto GommistaSpecialista.it, che deve offrire un servizio in tutto il territorio nazionale", spiega il direttore. L'ampliamento è cominciato con il Lazio, dove Moderna Gomme di Frosinone, rappresenterà il consorzio. Sono inoltre già in corso delle trattative avanzate con quattro grossisti che dovrebbero coprire il resto del Paese.

Il Consorzio Top Tyre Trade, nato nel 2000, si conferma dunque un player importante del panorama italiano, grazie ad una serie di progetti e investimenti che in questi anni si sono dimostrati vincenti e che tuttora rappresentano la forza del gruppo:

- nel 2003 è stato inaugurato un magazzino centrale a Verona, che rappresenta anche

il punto focale per le navette che collegano quotidianamente i depositi dei Soci;

- un sistema informatico avanzato che permette ai singoli magazzini di “dialogare”, prenotare e trasferire merce;
- una storia, costruita con la condivisione e il confronto dei soci del Gruppo che ogni mese si riuniscono per analizzare il mercato, monitorare i dati di sell in e sell out e verificare le operazioni da sviluppare in collaborazione.
- un'immagine comune e uno stesso format distributivo che si manifestano attraverso l'utilizzo di strumenti condivisi, consentendo a tutti i soci di migliorare l'immagine e le performance della propria azienda a beneficio dei clienti.

“Tutte queste attività, che per noi sono ormai consolidate, i gruppi di nuova costituzione iniziano solo oggi a metterle in pista”, afferma Maggioni. “Il Consorzio Top Tyre Trade può invece vantare in questo senso un percorso pionieristico iniziato dodici anni fa e che ha dimostrato, fin dall'inizio, di saper interpretare il mercato italiano con un approccio moderno”.

“Ci aspettiamo un 2012 molto positivo”, conclude il direttore del Gruppo Sirio. “Nonostante infatti il mercato attraversi una fase complessa, noi ci presentiamo con una serie di novità che, se ce ne fosse bisogno, ci permetteranno di affrontare le evoluzioni di un mondo che sta cambiando, perché dobbiamo essere tutti consapevoli che nulla sarà più come prima”.



I Soci del Consorzio Top Tyre Trade:

Franzosi Gomme S.p.a. - Borgomanero (NO)

Pneus In S.r.l. - Osio Sopra (BG)

Pneus International S.r.l. - Bra (CN)

Zuin Gomme S.p.a. - Quinto Vicentino (VI)

Sirio Pneus S.r.l. - Verona (VR)

Picasso Gomme Savona Srl - Vado Ligure (SV)

T.B. Favilli di Tosi Bruna - Perignano (PI)

Largher Srl - Lavis (TN)

Moderna Gomme Srl - Frosinone

Amici del consorzio 2012:

Sassi Gomme - Vignola (Mo)



PneusNews.it ha intervistato Sergio Maggioni, direttore del Consorzio Top Tyre Trade, meglio noto come Gruppo Sirio



La tradizionale riunione di inizio anno della forza vendita del Gruppo Sirio si è svolta quest'anno nello Juventus Stadium di Torino

© riproduzione riservata
pubblicato il 23 / 02 / 2012