

In seguito al clamore successivo all'articolo pubblicato da un quotidiano locale per presunto problema fiscale, prontamente smentito da Franco Gomme, in quanto relativo a fatti del passato riportati in modo non esatto e in buona parte superati, abbiamo intervistato Alberto Venturi, socio e responsabile commerciale dell'azienda padovana, sui risultati e i progetti dell'azienda. Oltre a fugare con grande decisione ogni dubbio sulla serietà della società, Venturi ne dipinge un ritratto di grande successo, soprattutto per i risultati positivi registrati in un 2012, che per questo settore ha segnato una brusca inversione del trend di mercato. Sono inoltre in arrivo dal distributore padovano alcune novità per il mercato, che Venturi ci anticipa.

PN: Che danni e ripercussioni ha avuto, in termini di immagine sul mercato, la diffusione mediatica della vicenda legale che ha coinvolto Franco Gomme?

AV: Per quanto riguarda banche e fornitori, praticamente nessun contraccolpo: conoscono Franco Gomme, ne valutano annualmente i bilanci e apprezzano la serietà che mettiamo ogni giorno nel nostro lavoro e nel rispetto degli impegni assunti.

Per quanto riguarda le ripercussioni sulla clientela, ho parlato ultimamente con centinaia di rivenditori che si servono quotidianamente da noi e, come me, penso tutta la nostra forza di vendita sul mercato. Anche se sembra scontato - ma poi neanche tanto - ne è emerso che i rivenditori italiani vogliono collaborare con aziende responsabili e che pagano le tasse, aziende organizzate, fornite, competitive e serie!

E allora, visto che nel mio lavoro preferisco sempre basarmi sui numeri, parliamo di numeri: negli ultimi 4 anni Franco Gomme ha versato e verserà allo stato italiano quasi 10 milioni di euro di imposte, di cui più di 5 negli ultimi due anni. Non sto parlando di fatturato, sto parlando di imposte, o, come direbbe mio padre, di tasse. Allora mi sono andato a vedere un pò di bilanci di altri colleghi sul mercato italiano e... direi che se un rivenditore italiano vuole lavorare con un fornitore serio, che paga regolarmente le tasse allo stato, può, anzi deve, sicuramente comprare i pneumatici alla Franco Gomme!

PN: Continuando a parlare di numeri, come è andato l'anno 2012?

AV: Il 2012 è stato sicuramente uno dei più difficili degli ultimi anni. In un mercato maturo, come quello del pneumatico, chi ha più esperienza di me mi dice che non ricorda ridimensionamenti di volumi come quelli avvenuti nel 2012. I produttori parlano di un calo di mercato circa del 25%.

Franco Gomme è cresciuta di un 5%, con un fatturato superiore ai 75 milioni di euro, e

abbiamo venduto oltre 1,2 milioni di pneumatici, distribuiti prevalentemente nelle regioni del nord Italia.

PN: Un risultato davvero positivo...

AV: Un risultato molto positivo, soprattutto considerando che non abbiamo nella ricerca del fatturato il nostro primo obiettivo! Per politica, tendiamo a selezionare il più possibile i nostri clienti e a lavorare solo con chi ci dà garanzie di solvibilità

PN: La solvibilità del rivenditore rappresenta oggi uno dei principali problemi del settore?

AV: Oggi esiste un grosso problema di solvibilità nel settore in Italia. Le cause sono sicuramente strutturali del sistema paese, ma sono, a mio parere, molto evidenziate nel settore automotive. Le cause sono molte: la cultura dell'operatore, che ha scarsamente patrimonializzato la sua attività, la forte stagionalità intrinseca nel ricambio del pneumatico, il calo delle immatricolazioni, il calo delle vetture "alto di gamma o SUV". Se a questo insieme di fattori, che mettono in forte stress l'attività del rivenditore di pneumatici, aggiungiamo l'atteggiamento degli istituti finanziari, sempre meno propensi a rilasciare credito, ecco che l'attività del gommista diventa oggi un'attività a forte rischio!

PN: Esiste, secondo lei, una via per uscire da questa situazione?

AV: Non è facile, ma direi che oggi il rivenditore di pneumatici deve pensare alla sua negozio di gomme come ad un'attività complessa, che necessita una quantificazione di costi, una pianificazione o previsione di fatturati e una gestione oculata degli aspetti finanziari, che oggi sono assolutamente fondamentali per garantirsi un futuro.

Anche la gestione dello stock è un fattore determinante: seguire stagionalità o vincoli contrattuali mette infatti spesso a rischio il livello di cash flow dell'azienda, livello che, se diventa critico, mette l'attività sotto la lente degli istituti finanziari. In passato era il fornitore che supportava il cliente, oggi invece, anche se questo ha contribuito all'aumento dello stock, è spesso il primo ad abbandonare o mettere in difficoltà il cliente. Succede al gommista, come succede al distributore... Anche quest'anno purtroppo in Italia sono scomparse diverse attività di distribuzione pneumatici, alcune delle quali storiche.

PN: Alla luce di questa situazione, le previsioni sul 2013 saranno prudenti...

AV: Pensiamo che questo sia un anno molto difficile, come lo è stato il 2012, e prestiamo la

massima attenzione agli indici fondamentali della nostra azienda.

PN: Quindi sarà difficile ripetere i risultati del 2012?

AV: Siamo coscienti del momento economico che stiamo affrontando e la nostra priorità non è quella della ricerca di fatturato. Detto questo, diverse sono le novità che presenteremo nel corso dell'anno alla nostra clientela e ritengo che questo ci porterà a fare un ulteriore step di crescita.

PN: Ci può anticipare qualcuna di queste novità?

AV: Quest'anno arricchiamo il nostro portafoglio di offerta, ci siamo meglio organizzati sui segmenti moto, scooter e soprattutto truck e integreremo maggiormente i nostri investimenti sul segmento cerchi sia in lega che in ferro.

Infine ci sono altre due importanti novità: la prima è aver raggiunto un accordo con un brand in esclusiva nazionale, di cui non anticipiamo il nome, ma su cui crediamo molto perché di assoluta qualità tecnologica; la seconda è l'inizio della collaborazione diretta con il produttore Hankook.

PN: Hankook e Franco Gomme quindi lavoreranno insieme nel 2013...

AV: Sì, ci occuperemo della distribuzione del prodotto sul territorio e delle sue strategie sia commerciali che di marketing. E' l'ennesima dimostrazione che il lavoro sviluppato in questi anni è molto apprezzato dai produttori! Ritengo l'azienda coreana strategica per il futuro e tra le più importanti oggi nel panorama nazionale. Penso che completerà il portafoglio di offerta (per altro già molto ampio) nei confronti della nostra clientela e che ci permetterà di continuare il processo di crescita di questi ultimi anni.



Nel 2012 Franco Gomme ha registrato ricavi per 75 milioni di euro, evidenziando una crescita del 5%

Franco Gomme: “Problema fiscale? Ma se pagheremo oltre 5 milioni di euro di imposte in 2 anni!” | 4



Alberto Venturi, socio e responsabile commerciale di Franco Gomme, ha annunciato due importanti novità: un accordo di collaborazione con Hankook e l'acquisizione dell'esclusiva nazionale di un nuovo brand che verrà svelato nei prossimi mesi

© riproduzione riservata

pubblicato il 26 / 02 / 2013