

Pirelli dimostra, ormai da qualche anno, di investire nel settore dell'autotrasporto, sia nello sviluppo di prodotti tecnologicamente avanzati, che nella progettazione di nuovi servizi per le flotte, che hanno consentito all'azienda italiana di affrontare la grande sfida con i competitor "low cost". Se non è possibile giocare sullo stesso piano in termini di posizionamento sul mercato, Pirelli gioca infatti la carta dei servizi e sceglie di passare dal pneumatico più economico al chilometro più economico, con una particolare attenzione ai fabbisogni dei singoli mercati. E in questa logica, naturalmente, la ricostruzione gioca un ruolo strategico.

Oggi le vendite del segmento industrial (truck, agro, OTR e cordicella) rappresenta il 27% dei ricavi aziendali. Geograficamente Pirelli realizza il 70% del fatturato in due regioni: Europa (33%) e Sudamerica (36%). Il restante 30% è concentrato in mercati in forte crescita: Medio Oriente, Africa, Asia Pacifico e Nord America (Canada, Stati Uniti e Messico). Con undici impianti di produzione (in Italia, Romania, Turchia, Egitto, Cina e Brasile) e un network commerciale in 160 Paesi, la Business Unit Industrial di Pirelli si stima abbia chiuso il 2013 con un fatturato di circa 1,7 miliardi di euro.

Se l'andamento del segmento autocarro corre a due velocità - mercati maturi e mercati in forte sviluppo - è noto che Pirelli ha fortemente consolidato la propria presenza nell'area Latam e in particolare in Brasile, dove è leader di mercato. Anche per quanto riguarda la ricostruzione, la Casa della Bicocca non segue il percorso di sviluppo tradizionale, ma sta facendo il cammino inverso: dall'America Latina all'Europa e resto del mondo. Se infatti l'azienda è oggi nettamente sbilanciata, per quanto riguarda la ricostruzione, sul mercato latinoamericano e in Brasile, non è solo per l'incidenza sulle vendite totali, ma anche per l'organizzazione della presenza aziendale e dei punti vendita certificati. "Stiamo maturando tutta l'esperienza in questi mercati, dove abbiamo le leve e le competenze per crescere e dove stiamo elaborando le best practice da trasferire poi negli altri mercati, Europa in primis", afferma Alberto Viganò, direttore marketing BU Industrial.



Le fasce Novateck per il mercato latino americano vengono prodotte dal partner Marangoni, negli stabilimenti in Brasile (foto) e in Argentina

L'offerta Pirelli per la ricostruzione prevede un marchio di proprietà, Novateck, e delle fasce battistrada prodotte da Marangoni, che ha un sito produttivo in Brasile e ne ha inaugurato uno in Argentina lo scorso anno. Se da un lato Marangoni ha una sua quota di mercato, visto l'obiettivo di incrementare le vendite in Latam del 20% entro la fine del 2015, dall'altro,

risulta essere anche un partner affidabile, competente e che parla la stessa lingua. Le premesse per sviluppare la collaborazione ci sono dunque tutte e, anche se non può scendere nei dettagli, Viganò ci ha anticipato che sono in fase di studio alcuni interessanti progetti per i prossimi mesi.

In Brasile Pirelli ha una rete di 125 ricostruttori a freddo certificati dall'azienda, alcuni dei quali già partner commerciali, altri ricostruttori che si sottopongono all'audit periodico da parte dei tecnici Pirelli per entrare nel network ufficiale. La gamma di fasce Novateck per la ricostruzione è stata recentemente completata con tutti i disegni della Serie01, le cui linee sono già ampiamente conosciute sul mercato del nuovo in Europa e sono state lanciate in Brasile lo scorso anno, in occasione di Fenatran nel mese di ottobre. Tutte le coperture della Casa italiana sono ricostruibili: sia quelle del premium brand Pirelli che quelle Formula.

Affrontare il mercato europeo della ricostruzione non è semplice: il trend evidenzia nel 2013 un calo del ricostruito del 4% con 5.100.000 unità, a fronte di una crescita del nuovo del 7% con 8.800.000 pezzi. I fattori, che hanno determinato questo risultato, sono la difficoltà di reperimento delle carcasse dovuta al calo dei volumi -fenomeno che si ripeterà anche quest'anno- e la crescita dell'importato dalla Cina che da 1.400.000 pezzi è arrivato a 1.900.000. Vista l'incertezza politico-economica di molti Paesi, la scelta delle flotte è stata quindi in molti casi di non investire nella ricostruzione ma di acquistare prodotti importati a basso prezzo.

La strategia di Pirelli, che in termini di vendite globali di coperture ricostruite Novateck ha registrato nel 2013 risultati positivi, grazie soprattutto al contributo del mercato sudamericano, è di replicare i progetti e gli accordi che hanno avuto successo nel mercato Latam anche in Europa. "Per il 2014 abbiamo dei piani specifici di crescita in Europa, focalizzati in particolare sui quattro mercati di riferimento per Pirelli per la ricostruzione: Italia, Germania, UK e Svezia. "In quest'ultimo mercato", continua Viganò, "continueremo inoltre a sviluppare il progetto avviato nel 2013 con l'acquisizione della catena distributiva multibrand Däckia. Qui, dove la ricostruzione è molto forte, abbiamo investito sulle mescole per la produzione delle fasce, al fine di ottimizzare la resistenza al rotolamento e il chilometraggio, e sullo sviluppo della nuova tecnologia della ricostruzione ad anello."

In Europa e Turchia, Pirelli può dunque contare sulla nuova generazione del prodotto di partenza, la Serie 01, sul miglioramento delle mescole, sull'introduzione della tecnologia di ricostruzione ad anello di pura matrice Marangoni - praticamente una garanzia - e su un network di 50 ricostruttori certificati, che con il Sudamerica portano il numero totale dei ricostruttori Novateck - Pirelli a 175.

L'azienda per il momento non ha voluto rilasciare dettagli sui progetti dedicati al ricostruito, ma tra le considerazioni emerse in fase di studio di fattibilità, Viganò accenna ad un probabile investimento sulla ricostruzione a caldo in Europa. Qui, infatti, l'incidenza della ricostruzione delle carcasse a caldo è in costante crescita rispetto a quella a freddo e ha quasi raggiunto il 50% del mercato. Nel corso dell'anno dunque è molto probabile che la partnership con Marangoni verrà ulteriormente valorizzata in Europa, in particolare Regno Unito, Germania, Italia e Turchia, ma non solo. Già nel 2013 sono state avviate delle collaborazioni in Australia, Arabia Saudita, Kenya e Cina. Nel mercato cinese il progetto, che coinvolge Marangoni e un grosso distributore locale, sarà completo di pneumatici nuovi e ricostruiti. Infine in Sudamerica il business della ricostruzione verrà esteso anche al segmento dei pneumatici per le macchine agricole, completando l'offerta in un settore, la ricostruzione, dove Pirelli fino ad oggi non aveva mai spinto sull'acceleratore.

“In Latam Novateck è diventato un brand di valore e stiamo già raccogliendo i risultati. In Europa la strada è più lunga, ma forti del miglioramento tecnologico e dei partner giusti, sono convinto che riusciremo a fare un ottimo lavoro”, conclude Alberto Viganò.

© riproduzione riservata  
pubblicato il 7 / 04 / 2014