

Due anni fa Nokian Tyres si era presentata ad Autopromotec con lo stand arancione del franchising Vianor. Quest'anno invece l'azienda ha proposto un stand istituzionale, dominato dal bianco e dal verde, dove era esposto un corner della nuova rete  [Nokian Authorized Dealer](#). Nessuna contraddizione: le due reti convivono e propongono diversi modelli di business. Ne abbiamo parlato con Angelo Giandelli, titolare di North Tyres Srl, la società che ha l'esclusiva del brand finlandese per l'Italia.

PN: Come si spiega la coesistenza delle due reti di vendita Vianor e NAD (Nokian Authorized Dealer)?

Giandelli: Due anni fa abbiamo lanciato Vianor e i punti vendita sono ormai 1.100 in Europa e 12 in Italia. Vianor è il nostro vero franchising, ma - proprio perché è un franchising - è complesso e comporta una vera e propria trasformazione del negozio. Ci mancava qualcosa di più semplice. Per questo siamo partiti con NAD, un soft franchising che richiede un impegno decisamente minore da parte del cliente. Il negozio non viene completamente rivoluzionato, ma viene semplicemente allestito un piccolo corner, proporzionale alle dimensioni del negozio, con portagomme, adesivi e poster. Inoltre abbiamo predisposto delle vetrofanie per la vetrina e la porta d'entrata, che identificano agli occhi dell'utente finale il negozio come rivenditore autorizzato dei prodotti Nokian.

PN: Quanti sono oggi in Italia i NAD?

Giandelli: Grazie alla collaborazione con Centro Gomme di Treviso, in sei mesi abbiamo creato un network di 120 punti vendita. Abbiamo iniziato con Centro Gomme perché è un partner storico, molto reattivo e in fase di forte espansione con la catena Gomme&Service.

PN: Quindi verranno coinvolti anche altri distributori?

Giandelli: Avvieremo la collaborazione con altri distributori per riuscire a creare un network reale in tutta Italia, in modo da poter servire anche Case automobilistiche e leasing company, che hanno bisogno della copertura territoriale.

PN: E' presto per fare nomi?

Giandelli: Sì, è ancora presto. Nokian e Vianor non sottoscrivono mai accordi d'esclusiva, ma solo gentlemen agreement. Di conseguenza ci siamo consultati in prima battuta con chi era già presente, Centro Gomme. Ma ad Autopromotec abbiamo presentato il progetto ad altri distributori e continueremo a farlo nelle prossime settimane.

Abbiamo diversi distributori in Italia e a tutti abbiamo proposto il nuovo progetto. E' stato così anche per Vianor, che aveva suscitato molto interesse, ma che - essendo un programma molto impegnativo - creava difficoltà in entrata. Con NAD invece risulta tutto molto più semplice.

PN: Quale è l'obiettivo dei NAD?

Giandelli: Per noi è importante dare una mano ai nostri distributori per fidelizzare i rivenditori. Nokian ormai è un marchio noto e richiesto, che però oggi si può acquistare anche attraverso altri canali non ufficiali che non valorizzano il prodotto. Con NAD vogliamo fare la differenza ed arrivare, in primo luogo, al rivenditore e poi all'utilizzatore finale, che spesso non sa dove acquistare le gomme Nokian. Questo avviene soprattutto da Roma in giù, visto che il nostro distributore più a sud è Farnese Pneumatici in Lazio.

Anni fa Nokian era presente anche in Sicilia e Sardegna, ma il mercato era diverso e per il 75% era composto da pneumatici estivi. Abbiamo fatto la scelta di non buttarci nella bagarre del summer e delle misure piccole dove non c'è profitto. Siamo ripartiti dal nord e piano piano siamo scesi verso il sud Italia.

PN: Quest'anno Nokian ha lanciato delle nuove linee estive. Come le sta recependo il mercato?

Giandelli: Le nuove linee estive zLine, Line ed eLine stanno riscuotendo un enorme successo. Le abbiamo lanciate in un periodo tragico per il mercato e quindi siamo partiti in maniera molto soft. Adesso però, dopo 4-5 mesi, possiamo fare un primo bilancio e siamo molto contenti perché tutti i nostri clienti stanno lavorando molto bene. La risposta del mercato è ottima e siamo orgogliosi di questo che è il primo prodotto estivo UHP fatto completamente da noi. Fino all'anno scorso infatti c'era una collaborazione con Bridgestone su alcune misure, in virtù di uno scambio di know how tra noi (winter) e loro (summer). Da quest'anno invece la collaborazione è terminata e facciamo tutto internamente, come del resto non produciamo più pneumatici invernali per loro.

Il mercato e la strada ci dicono che il nostro nuovo UHP estivo zLine è un prodotto eccezionale. E posso confermare - lavorando con Nokian dal 1998 - che oggi davvero i nostri prodotti summer hanno raggiunto un livello qualitativo pari ai prodotti invernali. Del resto, dei pneumatici invernali conservano tutti i brevetti e le particolarità.

PN: Quali sono gli obiettivi di espansione dei due network per il 2013?

Giandelli: Alla fine di quest'anno puntiamo ad avere in Italia 15 negozi Vianor e 200 Nokian

Authorized Dealer. Questo è il target che ci siamo dati a inizio anno e sarebbe già eclatante, ma voglio essere ottimista e non escludo che riusciremo addirittura a superarlo.



PneusNews.it ha intervistato Angelo Giandelli, titolare di North Tyres Srl, la società che ha l'esclusiva del brand Nokian per l'Italia



I Nokian Authorized Dealer dovranno allestire un corner dedicato al brand finlandese