

Intergomma ha partecipato al GIS, la fiera italiana del sollevamento, per la terza volta consecutiva. Abbiamo parlato con Giacomo Rossi, responsabile commerciale ricambio di Intergomma.

Come è andata la fiera?

Abbiamo deciso di ripresentarci al GIS dopo le due positive esperienze passate. Si tratta di una fiera molto interessante, di nicchia, a cui partecipano solo professionisti. Anche questa edizione si è rivelata molto interessante e decisamente in crescita.

Avete esposto novità?

Non abbiamo portato nuovi prodotti perché ci siamo concentrati sulla promozione dei brand e modelli già presenti sul mercato. Un punto a nostro favore è stata sicuramente la presenza di alcuni modelli esposti sotto alle macchine presenti nel piazzale, perché forniamo ad alcuni costruttori la ruota completa in primo impianto. Si tratta di un valore aggiunto molto importante per Intergomma.

Due anni fa avete introdotto il brand Cordiant sul mercato.

Cordiant è stato portato al GIS per la prima volta nella scorsa edizione della fiera e lo abbiamo ripresentato in questa. È un prodotto che sta andando molto bene, sempre più apprezzato dai professionisti. Siamo soddisfatti perché abbiamo deciso di credere e investire in questo brand e il mercato ci sta dando ragione.

Un suo parere sul mercato dal punto di vista generale?

Il mercato è in una situazione di stallo: sicuramente non cresce anzi, forse sta calando leggermente. Tutte le aziende quindi devono farsi spazio, lavorando per migliorare le proprie quote di mercato a scapito dei concorrenti. È una situazione sicuramente non facile, ulteriormente complicata dai dazi sui prodotti cinesi.

Quanto hanno inciso e stanno incidendo i dazi?

I dazi si sentono, molto. I prodotti cinesi sono sostanzialmente scomparsi dal mercato e il livello dei prezzi è cambiato rispetto al periodo precedente alla loro introduzione. Oggi, comunque, bisogna convivere con i dazi: basti pensare a quelli sui prodotti alimentari o quelli recentemente confermati sull'acciaio.

Un aspetto sottovalutato da molti professionisti è sicuramente quello della disponibilità di

prodotto: i fornitori extra Cina, penso a Thailandia, Vietnam, Russia, Malesia, Indonesia e via dicendo non riescono a coprire il fabbisogno a cui prima rispondevano i prodotti cinesi. I pneumatici ci sono, naturalmente, ma non così in abbondanza come si possa pensare. E questo effetto, secondo il mio parere, si noterà sempre di più con il passare del tempo: non si faranno i conti tanto con prezzi, ma con la disponibilità.

Viste queste difficoltà, come procede la collaborazione con Aeolus?

Aeolus è un produttore con cui abbiamo un rapporto di lunga durata: collaboriamo, infatti, da 21 anni. Ci sembrava un peccato interrompere questa partnership e così, nonostante i dazi, abbiamo deciso di continuare a lavorare insieme. Stiamo parlando di qualche misura selezionata del nuovo portafoglio di prodotti della quarta generazione e qualche altro modello precedente. I numeri, ovviamente, sono molto diversi dagli anni pre-dazi, ma ci permettono comunque di mantenere sul mercato italiano la presenza del brand grazie a clienti fidelizzati che conoscono il prodotto e ne riconoscono la qualità.