

In Italia Mak è market leader del segmento ruote in lega da almeno 10 anni, ma il 2014 potrebbe registrare un incremento da segnare negli annali. Solo nei primi cinque mesi dell'anno, infatti, l'azienda ha visto una crescita delle vendite attorno al 45% e, se da anni l'azienda bresciana vantava una quota di mercato stabile attorno al 50%, oggi la vede esplodere. I motivi di questo scatto in avanti sono essenzialmente due, come ci ha spiegato ad Essen Guglielmo Bertolinelli, direttore vendite di Mak Spa. "Siamo davvero molto soddisfatti di questi risultati, che in buona parte dipendono dalla decisione di cambiare il sistema di vendita, ma che sono anche conseguenza del nuovo sistema omologativo".

"Oggi - continua Bertolinelli - la nostra strategia commerciale è di andare direttamente sul punto vendita. In alcune zone lavoriamo ancora con tre o quattro distributori, ma abbiamo creato una rete di 14 venditori on the road e abbiamo già collegato alla nostra piattaforma B2B 1.500 clienti. L'obiettivo è di avere in rete 2.500 rivenditori entro la fine di quest'anno."

Il secondo evento, che ha determinato l'aumento dei volumi di vendita in Italia, è invece esterno all'azienda e legato alla nuova normativa delle omologazioni, il cui esito sul mercato italiano Bertolinelli definisce "un piccolo terremoto".

"Le omologazioni sono molto onerose e, francamente, non ci aspettavamo di arrivare a una situazione così complicata", afferma il direttore vendite di Mak. "Tutto questo darà senza dubbio più sicurezza al consumatore, ma purtroppo finirà anche per complicare non poco la sopravvivenza delle aziende più piccole. E' naturalmente una cosa che va anche a nostro vantaggio, perché elimina della concorrenza, ma non è corretto nelle logiche di mercato". Le tante piccole realtà che in Italia vendevano 10-15.000 ruote all'anno, fatturando 6-800.000 euro, secondo Bertolinelli, non saranno in grado di affrontare un investimento per omologare la gamma, che può essere quantificato tra i 150.000 e 250.000 euro. Il risultato è che queste società saranno costrette ad abbandonare il mercato Italia, lasciando campo libero ai tre big Mak, Alcar e OZ. L'unica alternativa per queste aziende minori, spesso importatrici, sarà prendere dei prodotti già omologati KBA in Germania e, con un costo inferiore, convertire l'omologazione in Italia. "Ci abbiamo messo 13 mesi a capire come si sarebbe dovuto omologare in Italia e adesso, che siamo in fondo, possiamo dire che l'investimento è certamente importante, sopportabile per chi fa tanto fatturato, ma pesante per chi ne fa poco. Noi in Italia quest'anno dovremmo superare i 9 milioni di euro di fatturato, ma non possiamo negare che la nostra crescita è dovuta sì al fatto di aver capillarizzato di più la vendita, ma molto anche dal fatto che i piccoli stanno tirando i remi in barca e abbandonano la distribuzione in Italia".

Un altro tema caldo nel settore quest'anno è il sistema di misurazione della pressione dei pneumatici. L'approccio di Mak è molto differente da quello del competitor Alcar, che ha

deciso di offrire un proprio TPMS, vendendolo insieme alla ruota. La stessa strategia non viene invece adottata da Mak, leader nelle ruote in lega, che continuerà a fornire i prodotti ai punti vendita, che a loro volta acquisteranno il sensore da aziende specializzate. "Già a partire dalla prossima primavera, ma soprattutto dall'inverno 2015, ogni secondo kit venduto avrà, per il consumatore finale, un aggravio di costi abbastanza importante", dice Bertolinelli. "Questo fenomeno andrà a limitare un po' quella che è l'esplosione del mercato invernale per la ruota in lega, perchè una parte dei consumatori, quelli con capacità d'acquisto più limitata, finiranno per cercare una ruota in ferro oppure una in lega, ma più economica."

Il settore ruote può tuttavia contare su un altro fenomeno che è senza dubbio in crescita, quello delle fitted unit. "Oggi la percentuale dei kit completi - a giudicare dai prodotti stoccati nei tyre hotel - è ancora piuttosto bassa, attorno al 20-30% rispetto ai pneumatici sfusi. Però è un trend che sta crescendo abbastanza velocemente e che, anche se verrà un po' rallentato dai TPMS, è fisiologico, a maggior ragione dopo le ultime circolari ministeriali che costringono il gommista a fare i montaggi stagionali in un solo mese in primavera e uno in autunno."

L'appuntamento di Essen è stato importante per Mak, che investe ogni anno per lanciare nuovi prodotti e che a Reifen ha presentato una novità interessante per il mercato italiano: Mak Torino. Questa ruota completa la gamma Mak di prodotti dedicati alle Case costruttrici e, come lascia intendere il nome, è destinata a Fiat e Alfa. La seconda novità invece riguarda il settore delle auto elettriche, una ruota per la BMW i3, che in Italia non ha molto mercato, ma che Mak vende con successo in Norvegia. Il catalogo di Mak punta soprattutto sulla fascia alta, come dimostrano del resto i dati commerciali, con un valore medio di vendita tra i 17 e i 18 pollici. L'auto per cui Mak vende in assoluto di più è infatti la Golf 7, seguita da Audi A4, gruppo Audi Q5-Q3, BMW Serie 3 e Mercedes Classe C.

La partecipazione alle fiere è decisamente importante per un'azienda che ha nell'immagine e nel design un vero punto di forza. Mak ha infatti già in programma di essere presente ad Autopromotec, il prossimo anno, con uno stand simile a quello di Reifen, curato - come del resto tutta l'immagine aziendale - dal responsabile marketing Jonathan Panada. Nelle fiere di settore Mak ha anche avviato delle iniziative di co-marketing con diverse aziende che espongono pneumatici, corredati di ruote Mak, un modo in più aumentare la visibilità del marchio e dei prodotti. Tra le aziende che ad Essen, con i propri pneumatici, esponevano anche i cerchi bresciani c'erano Triangle, Malatesta e Reifen Gundlach, distributore di Mak in Germania.

"Continuiamo ad investire - conclude Bertolinelli - e quest'anno il fatturato complessivo

dovrebbe superare i 30 milioni di euro. Per quanto riguarda l'Italia, staremo a vedere, perché a determinare se l'anno sarà buono o cattivo è sempre la stagione invernale, i tre mesi da settembre a novembre. Quest'anno partiremo un po' svantaggiati, perché i magazzini sono già pieni visto che l'anno scorso la stagione invernale è saltata, ma in ogni caso dovremmo chiudere con un turnover nazionale tra gli 9 e 9,5 milioni di euro."

L'appuntamento in fiera è dunque per maggio dell'anno prossimo a Bologna, dove Bertolinelli ci ha anticipato che verranno lanciati tre nuovi prodotti: una ruota per BMW, una per Mercedes e una generalista.