

Dopo aver terminato il trasferimento della sede legale e del deposito di Bergamo nei nuovi immobili di Urganò, circa 9 chilometri a sud della città, Pneus in, importante azienda del gruppo Sirio, sta procedendo al rinnovamento dei processi organizzativi e logistici. La nuova sede - afferma Pneus in - rispecchia le caratteristiche dell'azienda: *"bella, ma razionale, grande, ma non tracotante, insomma sobriamente elegante"*.



"I tempi cambiano velocemente e con la stessa velocità il nostro settore è caratterizzato da continui cambiamenti e da logiche che mutano ormai ogni due/tre anni", dichiara il direttore commerciale **Sergio Maggioni**. *"Una delle esigenze per presidiare il mercato è la scelta dei depositi logistici e di distribuzione. Meglio tanti depositi, magari uno per regione, o meglio un magazzino unico con hub periferici per il nord, il centro ed il sud? Se si opta per la prima scelta lievitano i costi, ma si guadagna nel servizio al cliente. Se si opta per la seconda scelta si risparmia nei costi operativi, ma si perde nel servizio. Oggi, però, il cliente esige il servizio, il miglior prezzo e la trasparenza e correttezza del fornitore e dei prodotti."*

"Quindi che fare?" - si chiede Maggioni. E la risposta di Pneus in è: *"seguire l'esempio di Conad"*.

"Ci sono stati tempi - continua Maggioni - in cui si portavano ad esempio i grandi supermercati (inutile citare i nomi). La loro caratteristica era l'ampiezza di prodotti, (anche l'inutile) e non sempre i prodotti costavano il giusto. Pian piano questi grandi esercizi hanno subito la concorrenza di realtà di media dimensione che, con razionalità, meglio hanno saputo rispondere alle esigenze del consumatore, ed i colossi del food hanno perso mercato. Pochi mesi fa Conad ha comunicato di aver comperato i negozi Auchan in Italia. Insomma

credo che il futuro sia ancora tutto da scrivere e, certo, sarà sempre più difficile fare scelte oculate e lungimiranti.”



Quattro sono le criticità del settore della distribuzione pneumatici, secondo Pneus in: il reale valore dei prodotti a magazzino, il reale valore dei crediti iscritti a bilancio, il rapporto tra investimenti e ritorno in termini di marginalità e le fonti di indebitamento per far fronte a sempre nuovi investimenti. Dati che spesso emergono solo nei momenti di crisi.

“In virtù di ragionamenti e prospettive future- aggiunge Maggioni - stiamo strutturando un’azienda giovane e pronta ad essere competitiva al momento giusto, con un nuovo responsabile della logistica, un ufficio import-export, una giovane responsabile marketing e la ristrutturazione di tutti i depositi sulle zone di competenza. Stiamo attenti a nuovi mercati e purtuttavia ne valutiamo sempre l’impatto. Il tutto con un’attenzione al controllo dei costi, una corretta valutazione del magazzino e con il credito costantemente monitorato da una nuova responsabile amministrativa.”

Pneus in ha dei nuovi marchi nel portafoglio: Nokian, Nexen e Hankook, ha introdotto anche il segmento autocarro, ha delle nuove strategie commerciali (con un nuovo B2B), una nuova App e nuovi sistemi di comunicazione.

“Tutto ciò completa la nostra struttura - conclude Maggioni. - Servizio al cliente, fidelizzazione del cliente e competitività sul mercato sono i nostri tre focus strategici. E sullo sfondo un progetto di negozi più volte annunciato ed ormai prossimo alla partenza.”



© riproduzione riservata
pubblicato il 11 / 07 / 2019