

In questi ultimi anni il business dei mezzi che operano fuori strada (agricoltura, cantiere, movimentazione, ecc.) sono tra quelli in più forte crescita e, anche per questo, stiamo assistendo ad acquisizioni e investimenti in questo senso anche da parte di alcuni player del mondo dei pneumatici.

Ci sono poi aziende che i pneumatici per questi segmenti professionali ‘fuori strada’ li hanno nel DNA, come la svedese Trelleborg Wheel Systems, che ha il suo quartiere generale a Tivoli (Roma), in Italia, e che, in questo particolare momento storico, si trova ad avere più domanda che offerta e ad essere ambita da più di un investitore.

Ne abbiamo parlato con il **presidente di Trelleborg Wheel Systems, Paolo Pompei**, entrato in azienda nel 1999 con l’acquisizione da parte di Trelleborg di Pirelli Agriculture Tyres e la cui carriera è passata per varie funzioni e diversi Paesi (Inghilterra, Belgio, Repubblica Ceca), per poi arrivare al vertice presso l’headquarter romano.

Come commenta i rumors relativi all’intenzione di Yokohama OHT di acquisire Trelleborg Wheel Systems?

Siamo una società quotata in borsa e che performa bene da molti anni, pertanto siamo un target attraente per molti investitori. Non lo siamo oggi, lo siamo sempre stati e continueremo ad esserlo anche in futuro. Confermiamo che diversi investitori hanno manifestato interesse, ma continuiamo a portare avanti la nostra agenda e la nostra strategia.

Quali sono le principali preoccupazioni di Trelleborg nella difficilissima situazione contingente, segnata dal conflitto Russia-Ucraina, dalla mancanza di materie prime e dall’esplosione dei prezzi del trasporto e dell’energia?

Siamo estremamente toccati dal conflitto in corso e ci auguriamo si arrivi presto ad un processo di pace. Siamo vicini a tutte le vittime di questa guerra e abbiamo messo in campo molte azioni per aiutare la popolazione Ucraina che ha bisogno di sostegno ed aiuti concreti. Al momento sono due le nostre preoccupazioni. La prima riguarda **l’approvvigionamento della materia prima**. Un terzo delle materie prime che il mondo del pneumatico utilizza in Europa provengono infatti dalla Russia, soprattutto per quanto riguarda il carbon black e la gomma sintetica. Sono componenti essenziali e la Russia è un fornitore importantissimo per tutta l’industria del settore, tanto che alcuni concorrenti hanno dovuto interrompere la produzione proprio per problemi di approvvigionamento e di logistica. Anche qualora le società fornitrici non fossero nella black list della Comunità Europea, infatti, non è comunque facile trasportare materie prime fuori dalla Russia.

Noi stiamo spostando i nostri volumi di acquisto su altre fonti non russe, ma ovviamente, trattandosi del 30% del mercato totale, non ci sono player alternativi con una disponibilità immediata. Ci vorrà del tempo perché il mercato si stabilizzi e comunque dobbiamo aspettarci una forte inflazione.

Il secondo elemento che suscita la nostra preoccupazione è il **fortissimo aumento dei prezzi** che stanno subendo tutte le **materie prime**, tutte e non solo il carburante di cui si parla tanto. Una parte di questi aumenti verranno ovviamente trasferiti sulla rete e poi sul consumatore finale.

Queste sono le due aree di preoccupazione, a cui si aggiunge il fatto che **Russia e Ucraina** sono per noi dei **mercati** di destinazione importanti, soprattutto per il segmento agricoltura, e in questo momento sono **scomparsi**.

Dovremo attendere un po', ma si stabilizzeranno dei nuovi equilibri.

Si è conclusa da poche settimane Fieragricola (VR); qual è il sentiment che avete percepito dagli operatori italiani che hanno visitato il vostro stand?

Il mood è certamente positivo. La pandemia da Covid-19 non ha di fatto toccato molto il business dell'agricoltura, anche perché, durante lockdown, tutti ci siamo un po' improvvisati chef. Arriviamo quindi da due anni di risultati buoni, rispetto a molti altri segmenti. Noi non abbiamo registrato nessun calo nel segmento agricoltura e anche i business material handling e construction, che negli anni passati hanno visto l'interruzione di tanti progetti, ora sono ripartiti in maniera molto importante.

Il feeling degli operatori agricoli italiani è positivo per l'andamento del business in generale, ma anche perché la crescita dei prezzi di mais, grano, soia, ecc. ha permesso loro di avere un portafoglio più robusto per fare investimenti. Il 2021 è stato infatti un anno record per la vendita di macchine agricole in tutto il mondo. Anche noi abbiamo avuto una domanda fortissima in Europa, ancor più in Nord America, in Sud America, che ha avuto un anno record, e in Asia Pacific.

Io personalmente sono in questo business da 25 anni ed è la prima volta che vedo **tutti i continenti allineati su una forte crescita a due digit**. Il 2021 è stato un anno importante di crescita e ancora oggi siamo in forte overbook sia nel primo equipaggiamento che nel ricambio.

Inoltre - è triste dirlo - ma il conflitto in Ucraina potrebbe offrire agli agricoltori italiani

un’opportunità di convertire il terreno a grano o ad altre coltivazioni, che arrivavano prevalentemente dall’Ucraina. In pratica, si presenta la possibilità di crescere in segmenti dove si subiva fortemente la concorrenza di altri Paesi.

Lo stand di Trelleborg a Fieragricola era dedicato a Interfit, ossia ai servizi su misura di consulenza e assistenza in loco. Qual è il ruolo di Interfit in Trelleborg Wheel Systems?

Interfit nasce proprio con questa finalità ed è una rete che abbiamo già sviluppato in 22 Paesi in tutto il mondo. Inizialmente Interfit nasce come network di servizio per il settore della movimentazione dei materiali, ma ora abbiamo deciso di estendere l’offerta anche al business dell’agricoltura, per dare un servizio completo ai nostri utenti e servirli in maniera più efficiente ed efficace.

La velocità e la possibilità di lavorare senza interruzioni, grazie al supporto di un consulente esperto al proprio fianco, è uno degli elementi vincenti nella strategia di un agricoltore o di un contoterzista. Con Interfit ci proponiamo essenzialmente di essere più vicini all’utente finale nelle aree dove non abbiamo dei partner forti e con cui lavoriamo in perfetta sintonia. Ovunque riteniamo che ci sia la possibilità di rafforzare la nostra presenza, arriveremo con Interfit.

Da poco siamo partiti anche in Italia, perché Interfit nasce dall’acquisizione di Provana, un importante player di settore.





Pneumatici intelligenti e sostenibili sono il primo passo per le macchine connesse?

Il brevetto è di Trelleborg Wheel Systems e siamo orgogliosi che sia italiano: pneumatici intelligenti che adattano la pressione autonomamente, senza nessun input da parte del driver, ma semplicemente interpretando le condizioni di esercizio, il peso che la macchina trasporta e lo stato del suolo.

La digitalizzazione è un progetto molto interessante, che va nella direzione di aumentare la produttività e l'efficienza dei nostri clienti. Il nostro motto dice “*Produce more with less*”, produrre di più con minori risorse. Tutto il progetto della digitalizzazione del pneumatico nasce infatti nell'ottica di costruire una soluzione, che sia più produttiva ed efficiente, a parità di risorse o addirittura riducendole. La digitalizzazione si traduce quindi anche in una maggiore sostenibilità. Siamo un'azienda svedese e la sostenibilità è da sempre nel nostro DNA, tanto che i primi progetti sono iniziati già 20-30 anni fa.

L'obiettivo oggi è produrre un pneumatico carbon free, che non dipenda dai materiali fossili e che sia interamente riciclabile. Un pneumatico 100% green, sempre nell'ottica di utilizzare meno risorse, a vantaggio dei clienti e della comunità globale. Il progetto è ambizioso, ma arriveremo presto a soluzioni che daranno un miglioramento significativo all'industria e al pianeta.

Quali sono le strategie di crescita per i prossimi anni?

Per il prossimo futuro abbiamo tre target di crescita: geografica, di business e di servizi.

Per la **crescita geografica**, stiamo già lavorando per completare acquisizioni, che ci consentano di arrivare in aree dove non siamo presenti, come ad esempio l'Africa dell'ovest, che è un mercato interessante, oppure, Paesi asiatici, come Vietnam e Thailandia, dove l'agricoltura è già fiorente e si sta sviluppando anche il segmento della movimentazione. Per quanto riguarda invece le due ruote, inaugureremo ad aprile una Joint Venture in India.

La nostra crescita non sarà però solo geografica, ma si esprimerà anche con l'allargamento del portfolio, tramite **l'acquisizione di business adiacenti**, come ad esempio le gomme in poliuretano o i cingolati, un segmento quest'ultimo, su cui stiamo già facendo scouting per delle acquisizioni. Stiamo valutando tutti i segmenti vicini a quelli dove operiamo: agricoltura, material handling, construction e anche 2 wheels.

Il terzo elemento su cui puntiamo è proprio la **rete Interfit**. Anche in questo caso valutiamo acquisizioni strategiche di player che offrono un servizio al cliente finale, come abbiamo

fatto anche in Italia.

Queste sono le tre aree su cui ci stiamo focalizzando. Dove però non riusciremo a finalizzare delle acquisizioni, possiamo investire in crescita organica. Ad esempio, in Brasile, dove al momento abbiamo una forte presenza nel mondo industriale, abbiamo intenzione di costruire una fabbrica per le gomme agricoltura.

Che ruolo ha il brand Mitas per Trelleborg Wheel Systems?

Mitas è un brand che amo fin dal giorno della sua acquisizione. Lo definisco *estremamente pragmatico*, cioè **estremamente coerente nel rapporto performance-prezzo**. Mitas è inoltre un brand fortemente richiesto nei primi equipaggiamenti, soprattutto agricoltura e motocicletta. Il portafoglio è sempre più ampio: nasce come pneumatico agricoltura, ma ha ormai un’ampia offerta anche nel mondo construction e ha raccolto un enorme successo nelle 2 ruote.

La Joint Venture in India che inaugureremo ad aprile ci aiuterà di fatto ad aggiungere capacità produttiva, perché siamo arrivati al limite della disponibilità nei nostri due stabilimenti in Repubblica Ceca e Slovenia, nonostante avessimo già investito molto per aumentare del 30% la capacità in Repubblica Ceca, principalmente dedicata al mondo Mitas.

Quest’anno avete annunciato una sponsorizzazione importante, il Giro d’Italia; quali sono i vostri obiettivi?

La decisione di affiancarci al Giro d’Italia nasce dall’impegno per la sostenibilità, che ci vede abbracciare il mondo della bicicletta come mobilità alternativa, ma anche per incontrare, nelle diverse tappe, i nostri clienti.

Le tappe del Giro saranno infatti l’occasione per incontrare i clienti nei loro territori, per ascoltare le loro proposte e confrontarci sulle iniziative, ma allo stesso tempo vivere insieme una delle più belle manifestazioni all’aperto che ci siano in Italia.

La manifestazione ha inoltre un forte respiro internazionale, perché è molto conosciuta in tutta Europa e oltre.

Vista la situazione non è facile fare previsioni, ma cosa vi aspettate per il 2022?

L’anno è partito molto bene, anche se bisognerà vedere come evolve il conflitto Russia-Ucraina.

Fino a tre settimane fa, tutti e quattro i segmenti in cui operiamo si presentavano estremamente forti anche per il 2022. Adesso vedo sicuramente continuità nell'agricoltura, mentre il rischio che la crisi porti a una riduzione dei consumi potrebbe toccare il mondo della movimentazione. Il settore construction ha invece un orizzonte più a lungo termine, perché il piano di recupero dopo la pandemia, che ha spinto molti Stati a investire in infrastrutture, sta decollando e questo garantirebbe un futuro abbastanza solido. Non penso poi che il conflitto possa avere un impatto sul mondo della motocicletta, anche se l'esplosione dei costi energetici potrebbe favorire questo tipo di mobilità alternativa.

In ogni caso, in tutti e quattro i segmenti, abbiamo una domanda molto elevata e quindi contiamo in un anno di ulteriore consolidamento e crescita, soprattutto se riusciremo a reperire materie prime a sufficienza per far fronte alla forte domanda.



© riproduzione riservata pubblicato il 23 / 03 / 2022