

I [dati ETRMA](#) sulla vendita pneumatici agricoltura al ricambio registrano una flessione del mercato europeo nel primo trimestre 2023 di circa il 40% rispetto ai volumi del primo trimestre 2022, dopo un trend negativo nel corso del 2022 del 22% verso l'anno precedente. L'Italia, terzo mercato europeo per dimensione, segue lo stesso andamento.

In questo contesto abbiamo chiesto ad **Agostino Provana**, esperto del settore agro, quale può essere il futuro del settore e cosa cambia per il rivenditore.

“Innanzitutto dobbiamo considerare che i dati di mercato ETRMA per il mercato europeo sono forniti da produttori di pneumatici europei focalizzati maggiormente sul prodotto auto, moto ed autocarro e non prendono in considerazione i volumi della produzione extra europea. Le importazioni di pneumatici agricoli continuano a crescere dalla Cina e dall'India, che detiene oltre il 45% di tutte le importazioni, conquistando importanti quote di mercato soprattutto se si considera la fascia basso e medio di gamma.

*In secondo luogo le quote di mercato concernono il numero di pezzi venduti, mentre se analizziamo il fatturato dei principali produttori di pneumatici agricoli il quadro si modifica sensibilmente. I fatturati e gli utili registrano crescita a due cifre, conseguenza anche degli aumenti dei prezzi applicati lo scorso anno in particolare per l'alto di gamma, che hanno sensibilmente migliorato i conti dei produttori, impegnati nel contempo a razionalizzare spese e ottimizzare costi di trasporto. Forti di questi risultati i principali produttori europei continuano ad investire nel mercato agricolo mentre indiani e giapponesi non sembrano arrestare la loro crescita: così l'indiana **BKT** persegue l'obiettivo di diventare il primo player del mercato agricolo ed industriale attraverso una crescita della capacità produttiva interna; la giapponese **Yokohama**, dopo **Alliance/Atg**, ha acquisito **Trelleborg Wheel System**, seguendo il modello multimarca di Bridgestone, rafforzato anche del suo marchio Firestone; tra i new comers ci sono **Ceat** ed **Ascenso**, che dopo l'esperienza iniziale in **BKT**, poi in **ATG**, riparte dall'India per essere protagonista anche sul mercato europeo.*

In terzo luogo dobbiamo tenere in considerazione parametri importanti come le misure degli pneumatici, che influenzano in maniera marcata la redditività aziendale. Per quanto riguarda le esigenze odierne dei clienti agricoltura, il consumatore utilizza infatti trattori, macchinari agricoli e pneumatici sempre più performanti, in base al lavoro da effettuare. Le lavorazioni possono essere svolte in combinata per ridurre i passaggi in campo, mentre in generale si sta verificando un incremento dell'utilizzo stradale per i trasferimenti, di conseguenza aumentando le “ore di lavoro” del mezzo. Per compiere tutte queste operazioni il cliente finale cerca un prodotto con delle performances in linea con il tipo di lavorazione da svolgere, ma che sia vincente in termini di durata dello pneumatico (usura), durata nel tempo (rotture) e consumo carburante (costo d'esercizio).

L'utilizzatore oggi ha una vasta scelta di marchi, di misure e di prezzi, ed i trattori/macchinari agricoli di gamma medio-alta sono quelli più utilizzati in termini di ore, con un valore medio di un set di 4 pneumatici per trattore che varia dai 6.000 ai 10.000 euro ed oltre.

*In sintesi possiamo dire che il mercato aftermarket Italia oggi sta già subendo una contrazione in termini di numero pezzi a favore di una gamma di pneumatici più performanti, di livello qualitativo più elevato e quindi più con un prezzo più alto. Il **ruolo del gommista, del concessionario e di chi venderà** in generale lo pneumatico agricolo sarà quello di specialista di prodotto, un esperto che conosce il prodotto e che fornisce una giusta risposta all'utilizzatore in base alle specifiche esigenze. Lo specialista diventa quindi consulente in un settore molto complesso in termini di dimensioni, marchi e prezzi. Per il gommista come per l'utilizzatore finale si parla quindi non più di semplice acquisto di uno pneumatico sulla base del prezzo più economico ma sulla base del valore differenziato dello stesso. Questo consentirà non solo di aumentare il valore complessivo delle vendite per il rivenditore ma anche di far risparmiare l'utilizzatore in termini di Costo di Esercizio.*

Proprio per questo Provana Group, holding di servizi che offre consulenza specializzata in ambito agricolo, si sta impegnando nell'erogazione di corsi di formazione per forze commerciali di rivenditori, distributori e produttori pneumatici, su tematiche quali la quantificazione del costo orario ed il consumo di gasolio associati all'utilizzo degli pneumatici".

© riproduzione riservata pubblicato il 12 / 06 / 2023