Il prossimo anno Deldo Autobanden N.V., società belga specializzata nella distribuzione di pneumatici, compirà 40 anni e, forte di questa esperienza, ammette che l'anno in corso è decisamente più complicato rispetto ai due precedenti, ma proprio per questo motivo ha già messo in atto delle strategie per continuare a crescere. "Quest'anno sarà molto particolare", afferma il direttore vendite e marketing Rutger Veerman, intervistato da PneusNews.it a Reifen 2012 . "I clienti sono molto prudenti nel piazzare gli ordini e, a differenza degli ultimi anni, preferiscono ordinare piccole quantità ripetutamente, piuttosto che in una sola volta migliaia di gomme". Nonostante il trend negativo del mercato, Deldo dichiara che le vendite sono ancora in crescita e che sono limitate solamente dalla capacità fisica.

Ad Anversa Deldo ha la sede logistica, con un magazzino, che Veerman definisce "il più grande d'Europa", di 60.000mq, uno stock di 2 milioni di gomme e 60.000 pneumatici movimentati al giorno. L'azienda dispone anche di una società di trasporto di proprietà con 50 autocarri e 80 autotrasportatori. Nel 2011 Deldo ha venduto 8 milioni di pneumatici, di cui metà cinesi, realizzando un fatturato di più di 325 milioni di euro. Nonostante l'alta efficienza del magazzino belga, Deldo sta spostando le spedizioni direttamente dalle fabbriche cinesi ai clienti. "Le spedizioni dirette rappresentano un servizio a valore aggiunto che offriamo ai clienti; ci sono infatti economie di scala nei costi di trasporto, che consentono dei vantaggi economici." Le spedizioni vengono organizzate direttamente da Deldo che dispone di un ufficio in Cina gestito da 8 collaboratori. Il magazzino di Anversa si sta invece sempre più specializzando nelle spedizioni particolari e just in time.

La strategia di Deldo, per continuare ad essere competitiva sul mercato, si basa fondamentalmente nell'affiancare ai premium brand anche dei marchi privati, da gestire in proprio e con i quali già oggi l'azienda realizza circa la metà dei volumi di vendita: Wanli, Roadstone, Fortuna, Minerva, Rockstone, distribuito in Italia in esclusiva da Fintyre, e l'ultimo, lanciato quest'anno, Imperial. La politica commerciale si basa sul rispetto e la protezione delle esclusive regionali o nazionali per ogni brand.

"Il nostro nuovo marchio, Imperial, offre un ampia gamma di pneumatici per vettura e trasporto leggero", spiega Veerman. "Riponiamo molte aspettative su questo brand, per il quale offriamo dei contratti in esclusiva sui territori di riferimento, come facciamo per gli altri marchi di proprietà. Poiché Imperial ha già avuto molto successo e molte zone geografiche sono già coperte, abbiamo sentito la necessità di creare un settimo marchio, Atlas, che verrà lanciato sul mercato nel 2013 e che offrirà un catalogo completo e ricco di misure di gomme car e light truck, sia estive che invernali."

Un altro elemento su cui Deldo punta molto è appunto la vastità del range di dimensioni offerto. "Stiamo arrivando a sette private brand, una cosa abbastanza insolita per un

distributore, ma vogliamo anche garantire ai nostri clienti un'ampia disponibilità di misure", continua Veerman. "La linea Minerva, ad esempio, include ben 106 dimensioni e per il prossimo inverno ce ne saranno più di 100. Nessun'altro al mondo offre un range così ricco nella fascia budget. Lo facciamo perché siamo convinti che ci sia un mercato e perché ci vogliamo distinguere dagli altri."

Con un pacchetto di marchi e di misure così ricco, Deldo intende entrare in nuovi mercati e intensificare le attività in quelli dove è già presente, come l'Italia. L'espansione geografica del business ha reso necessario sviluppare lo staff commerciale, inserendo collaboratori di diverse nazionalità e lingue. Il mercato italiano, ad esempio, viene seguito da un team italiano coordinato da Liven Orroi, belga, ma che parla l'italiano e con 24 anni di storia in azienda. Rutger Veerman sostiene infatti che il contatto personale è importante, anche perché in Italia il negozio online www.deldo.com non viene ancora molto utilizzato, nonostante per l'azienda rappresenti ormai il 30% delle vendite e, secondo le stime di Deldo, il 50% entro i prossimi 3 anni.

Rutger Veerman, International sales & marketing manager di Deldo, intervistato da PneusNews.it a Reifen 2012, ha spiegato che l'azienda di import/export per continuare a guadagnare quote di mercato, sta puntando sullo sviluppo di nuovi marchi, nuove misure e nuovi mercato

Il magazzino di Deldo "è il più grande d'Europa", dichiara Veerman, con un'area di 60.000mq, uno stock di 2 milioni di gomme e 60.000 pneumatici movimentati al giorno