



Vincenza Del Verme, responsabile dell'area marketing and business development di Picone Pneumatici, non usa mezzi termini: *“il modello di business del grossista è un letimotiv distruttivo e la nostra azienda ha deciso di abbandonare questa strada”*. Picone ritiene che il ruolo di grossista o distributore, inteso in senso tradizionale, con i legami con le Case, non abbia più senso di esistere nel mercato attuale e quest'anno ha deciso di puntare tutto sul web. Una scelta di campo molto netta, che l'azienda ha annunciato con determinazione anche alle Case produttrici.



*“Siamo fieri di aver finalmente detto apertamente alle Case produttrici di primi brand, quali Michelin, Goodyear e Pirelli, che non vogliamo più adottare politiche commerciali da grossisti”, dice Del Verme. “Non abbiamo accettato, per nostra decisione, il piano commerciale di nessun brand. Abbiamo ringraziato tutte le Case per essere stato il nostro biglietto da visita quando eravamo grossisti, ma adesso balliamo da soli”*.

Il motivo di questa scelta è molto semplice e concreto: *“Oggi nel web le gomme si comprano davvero dappertutto; non ha senso firmare con una Casa, che ci condiziona la vita e ci impone determinati quantitativi, quando possiamo comprare le gomme online come, dove e quando vogliamo, anche ad un prezzo inferiore”*.



La strada dell'e-commerce, imboccata qualche anno fa da Picone Pneumatici, come alternativa al business B2B tradizionale, è diventata oggi la strada maestra unica. Questo non significa però che Picone abbia abbandonato il B2B; lo ha solo 'trasferito' online. *“Nel nostro marketplace piconepneumatici.com possono acquistare gli utenti finali ma anche gli operatori professionali del settore, che ci contattano e ottengono un codice, che inseriscono al momento dell'acquisto per ricevere lo sconto extra”*, spiega Vincenza Del Verme. *“In questo modo il gommista ha garantito il suo margine e può vendere il pneumatico al prezzo da noi consigliato sul web, che è un prezzo allineato al trend nazionale.”*



Picone si definisce 'marketplace' perché non è un semplice sito di vendita online, ma un 'negozio virtuale' presente in tutte le principali piattaforme di e-commerce, sia quelle di settore, come Tyre24 e 07ZR, sia quelle generaliste, come eBay e Amazon. I prezzi sono allineati di conseguenza o anche, a volte, leggermente superiori, perché Picone può vantare una reputazione estremamente positiva,

in base alle recensioni degli utenti che hanno lasciato feedback di soddisfazione al 100%. Per dirla con Picone, *“noi ci mettiamo la reputation brand”*.

Insomma, Picone Pneumatici è diventato un brand online e ha deciso di firmare contratti solo ed esclusivamente con le Case disposte a supportare la sua politica e strategia commerciale. *“Abbiamo concluso degli accordi interni con qualcuno, - continua Del Verme - solo perché sono disposti a sostenerci con campagne pubblicitarie online e social. Con questa ‘rivoluzione’ siamo usciti dal coro dei grossisti e le Case non sanno ancora bene come inquadrarci, ma noi vogliamo essere coerenti e per questo abbiamo trovato il coraggio di affrontarle, ringraziarle per quanto fatto in passato, ma salutarle perché non ci servono più, a meno che non siano disponibili a supportarci in questa nuova politica”*.

La manager campana afferma che i produttori hanno apprezzato sia la franchezza che il coraggio di Picone di cambiare strada. Con chi l'azienda abbia stretto accordi rimane però riservato, perché, anche se tutte, più o meno, si stanno preparando per la svolta web, rimane nelle Case il timore di scontentare i rivenditori tradizionali e perdere popolarità in quello che rimane comunque il principale canale di vendita delle gomme.

*“Noi vogliamo bene al gommista, - spiega Del Verme - e cerchiamo di supportarlo con politiche moderne. I gommisti devono infatti aggiornarsi, rimodernare la struttura di vendita e andare online. Noi li aiutiamo in tutto questo, in modo che mantengano il loro margine, ma lavorino anche per offrire altri servizi. Il gommista infatti vale per il servizio che sa dare.”*





Oggi Picone vende in tutta Europa, con sei centri logistici che consegnano in 24 ore (massimo 48): Milano, Salerno (dove c'è la sede), Bologna, Parma, Firenze e Brescia. Le gomme consumer (vettura e trasporto leggero) vendute nel 2018 sono il 22% in più rispetto all'anno precedente.

*“Siamo diventati un brand, - conclude con orgoglio Vincenza Del Verme - con il 100% di feedback positivi dal mercato, zero rischio di esposizione verso i gommisti e 30.000 referenze. Ma la storia per arrivare qui è iniziata 7 anni fa, quando, da piccoli grossisti, ci siamo trovati ad un bivio: crescere o cambiare. Diventare più grandi significava andare incontro alla morte, perché saremmo diventati la banca delle officine e comunque era impensabile raggiungere i numeri dei competitor. Quindi abbiamo cercato una strada diversa. Non è stato facile, perché venivamo da una storia e da una politica molto tradizionali di grossista. Il segreto del successo è stato cambiare l'azienda dall'interno, investendo nelle persone. Oggi siamo un team di 15 collaboratori, tutti giovanissimi, tutti che arrivano da altri settori e tutti disposti a mettere l'anima nell'azienda. Il resto è venuto da sé, con l'impegno e la professionalità, che oggi ci fa essere orgogliosi della reputazione di Picone Pneumatici. Perché non siamo noi a dire che siamo bravi, sono le recensioni dei nostri clienti.”.*



Guardando  
al futuro  
/ **Showroom  
Picone** \_