

Le aziende del Gruppo Sirio hanno recentemente stretto un accordo con il Gruppo Tigar per l'importazione diretta ed esclusiva in Italia del marchio Orium. Con questo brand, nato nel 2013 e ancora poco noto in Europa, si firma una gamma completa di pneumatici vettura e trasporto leggero prodotta negli stabilimenti serbi di proprietà di Michelin. La carta d'identità di questo nuovo brand di fascia budget è dunque sicuramente interessante rispetto al mercato e agli occhi dei clienti, non foss'altro che per il fatto che può vantare la produzione europea.

Le prime gomme arriveranno sul mercato alla fine di gennaio ed è già stata messa in calendario una convention, il prossimo 5 febbraio, per la presentazione ufficiale ai venditori. A differenza dell'approccio del Gruppo Sirio con il brand taiwanese Kenda, con Orium non verrà lanciata nessuna campagna pubblicitaria o azione di marketing di supporto. La strategia distributiva rimarrà infatti essenziale, con la sola diffusione di un listino, in cui, oltre ai prezzi, si raccontano la storia del marchio, la gamma e la qualità dei prodotti. Questa scelta è del resto coerente con il motivo principale per cui i cinque diffusori del Gruppo (Franzosi Pneumatici, Pneus In, Pneutec, TB Favilli e Zuin Gomme) hanno deciso di aggiungerlo al portafoglio: garantire la giusta marginalità a se stessi, in veste di grossisti, e ai gommisti clienti, in un mercato in cui ormai è sempre più complicato assicurarsi il giusto guadagno.

“Per sostenere la crescita del gruppo sentivamo la necessità di completare l'offerta con un marchio di terza fascia e Orium ci ha convinto per diversi motivi”, spiega Sergio Maggioni, direttore del Gruppo. “In primo luogo la produzione in stabilimenti nuovissimi di proprietà di Michelin garantisce una tecnologia assolutamente innovativa e sicura. La gamma è molto buona, copre circa l'80% del mercato, winter, SUV e trasporto leggero compresi, ed è già in programma un ampliamento nei prossimi tre anni. Un progetto così impegnativo e definito è insolito per i marchi budget e quindi ci è molto piaciuto e abbiamo deciso di accettare la sfida. Pensiamo di avere tutti gli elementi per ottenere dei buoni risultati sia in termini di vendite che di margini”.

“Un altro elemento che ci ha fatto decidere per questo prodotto - continua Maggioni - è che è un marchio giovanissimo e per il momento non ancora presente in nessun sito di vendita online. Questo conferma che si tratta di un prodotto davvero nuovo e ci permette di avviare la distribuzione bene, con dei prezzi che non sono ancora inficiati da nessun elemento di disturbo”.



Gruppo Sirio conferma dunque la sua strategia, fatta di idee chiare e ponderate sullo

sviluppo del proprio business, che in 15 anni ha portato il consorzio a una fase di consolidamento e di capacità complessiva che, in qualche modo, viene riconosciuta anche da Michelin nell'indicarli come importatori in esclusiva per l'Italia del marchio Orium.

Il 2015 si chiude con il segno positivo per il Gruppo e in particolare per alcune delle sue aziende. "I dati sono confortanti - spiega Maggioni - e tre aziende sono molto cresciute, mentre un paio, pur avendosofferito le difficoltà del mercato, hanno comunque migliorato leggermente le performance dell'anno precedente e si prospetta per loro un anno di rilancio importante. Siamo ora tutti ben organizzati per affrontare il 2016 con serenità e fiducia. La fase più critica per il settore sembra superata e quindi ci aspettiamo un periodo positivo, non tanto perché in Italia cresceranno i numeri, ma perché alcune aziende perderanno un po' di quote e chi sarà più bravo riuscirà a conquistarle. Noi non siamo programmati per fare speculazioni finanziarie e non so ancora se sarà necessario fare un passo del genere, ma di sicuro per la micro-distribuzione siamo pronti".

Da fine gennaio saranno dunque disponibili sul mercato i pneumatici Orium, anche se non in quantità elevate. Si tratta infatti per il Gruppo Sirio di un anno introduttivo, in cui impostare la strategia sulle terze fasce, che ha iniziato con Kenda e che intende proseguire con Orium, con l'obiettivo - oltre ai margini - di dare a questa fascia di prodotto una propria dignità.