Il business dei pneumatici spesso è un settore molto conservativo, ma ogni tanto qualcuno presenta dei progetti interessanti che emergono dal gruppo. È il caso di Headway, brand appartenente al gruppo Shandong Hengyu Technology, che ha sede nella città di Dongying City, provincia di Shandong. Ne abbiamo parlato con Thijs J. De Boer, general manager di Headway Tyres Europe.

Quest’anno avete partecipato ad Autopromotec. Avete avuto un riscontro positivo?

La partecipazione a fiere di questo tipo è per noi fondamentale. Incontriamo molti piccoli gommisti con cui instauriamo rapporti di collaborazione. Questa è stata la seconda fiera di Bologna a cui abbiamo partecipato e dal nostro debutto abbiamo accresciuto l’immagine e la professionalità per entrambi i nostri brand, Horizon e Headway.

Cosa vi differenzia dagli altri produttori cinesi?

Siamo molto diversi dal classico produttore cinese: innanzitutto, il management e il personale della sede europea è tutto originario del nostro continente, ma non solo: abbiamo personale sul territorio con grande esperienza. Conosciamo il mercato, sappiamo cosa vogliono i nostri clienti e siamo pronti ad accontentarli.

Ma c’è di più: Headway è uno dei pochissimo produttori cinesi ad aver internalizzato la distribuzione e le attività di magazzino. L’azienda ha una sede in Italia, a Livorno, e altre sedi in Germania, Francia e Spagna. La presenza sul territorio, con magazzini dedicati, è per noi fondamentale ed è quello che realmente ci distingue dagli altri produttori orientali. Sembra una differenza da poco, ma è enorme: solitamente un cliente è costretto ad ordinare decide e decine di gomme in un unico ordine, dovendo poi aspettare settimane per riceverle, mentre con noi può ordinare 4, 2 o persino un pneumatico, ed in 48 ore gli arriva in officina.

Come sta andando il business in Italia?

Siamo molto soddisfatti. Oggi in Italia abbiamo circa 200 clienti e stiamo crescendo con un ottimo ritmo: basti pensare che in Spagna l’anno scorso non esistevamo e oggi abbiamo 1.500 clienti. Contiamo di ripetere lo stesso successo anche in Italia. Ci distinguiamo anche per la strategia di vendita: vogliamo vendere direttamente ai gommisti, per poter tagliare i costi inutili ed offrire prezzi migliori. Ovviamente vendiamo anche ai distributori, ma puntiamo decisamente a raggiungere direttamente i gommisti e la creazione dei magazzini va vista in questo senso.

HEADWAY

HORIZON
EXPAND
YOUR
HORIZONS
HEADWAY

HORIZON
EXPAND
YOUR
HORIZONS