Inizio anno è il momento in cui le reti e i distributori fanno il punto sui risultati dell'esercizio precedente e stabiliscono la strategia commerciale per quello presente. Quella di Gruppo Sirio (Top Tyre Trade) è sempre particolarmente attesa, perché rappresenta una voce fuori dal coro, essendo l'unico consorzio del settore che riesce ad applicare una sinergia commerciale ben definita, ma anche per la schiettezza e profondità delle analisi sull'andamento del settore, che il direttore commerciale Sergio Maggioni ogni anno condivide con gli associati e i nostri lettori.

I titoli delle convention negli ultimi anni tracciano un percorso coerente e focalizzato sul cambiamento: **Il mercato è cambiato. Tutti pronti?** (2016), **Epoca di cambiamenti o cambiamenti d'epoca?** (2017), **Il mercato ieri e oggi** (2018). Anche quest'anno, la convention, che si svolgerà a Torino il 28 febbraio e 1 marzo, mette la lente d'ingrandimento sul cambiamento, un cambiamento irreversibile, da cui non si torna più indietro.

In attesa degli atti della convention della settimana prossima, abbiamo chiesto a Maggioni se questo cambiamento sia positivo o negativo e se Gruppo Sirio, in questi anni, sia riuscito a trasformarsi per essere aggiornato con il mercato. *"Il cambiamento è sempre un fatto positivo*, – ha detto il manager – *purché venga interpretato nella maniera giusta. Questo vale nel nostro settore, ma anche in ogni altro ambito professionale e personale. Per questo noi seguiamo sempre con attenzione il cambiamento in atto nel settore degli pneumatici e questa Convention rappresenta un punto importante di svolta, per meglio interpretare e, forse, guidare il futuro della distribuzione, ma anche del retailer e degli acquisti da parte dell'utilizzatore finale."*

Oltre alle riflessioni, nella prossima convention di Gruppo Sirio, Maggioni annuncerà due importanti novità*: "una riguarda l'ampliamento delle aziende che fanno parte del nostro portafoglio, in modo da arricchire l'offerta e coprire ogni semento di mercato; l'altra invece vuole proprio interpretare i cambiamenti nell'approccio all'acquisto e riguarda la vendita dei pneumatici al consumatore finale".*