

Il Gruppo Sirio ha deciso di mostrare i muscoli, perché la correttezza e l'educazione non vengano scambiate, da chi non conosce bene la realtà del consorzio, per debolezza o insicurezza. I numeri del resto ci sono tutti: 2 milioni di gomme vendute all'anno da 11 aziende storiche, che dispongono di 15 magazzini di proprietà per un totale di 45.000 mq, pari ad una capacità di stoccaggio di 600.000 gomme.

Si è svolta il 24 febbraio a Bergamo la consueta convention annuale del Gruppo, a cui, oltre agli undici soci (Centro Gomme, Franzosi Gomme, Largher, Moderna Gomme, Picasso Gomme Savona, Pneus In, Pneus International, Pneutec, Sirio Pneus, TB Favilli e Zuin Gomme) ha partecipato, come partner e ospite d'onore, anche Giovanni Palmeri, titolare dell'azienda siciliana Palmeri Pneumatici, che da qualche anno collabora con Gruppo Sirio, condividendo dei progetti e la visione strategica del mercato.







 Fiorenzo Zuin, presidente di Gruppo Sirio

“Da 17 anni siamo una realtà unica nel panorama italiano, considerata da tutte le Case produttrici con un occhio di riguardo”, ha affermato il presidente del Gruppo Fiorenzo Zuin, contitolare di Zuin Gomme, aprendo la convention. “Lo scenario del settore della distribuzione in Italia sta cambiando significativamente, ma Gruppo Sirio si conferma sempre nelle prime posizioni, subito dopo il gruppo leader, con la differenza sostanziale che il nostro consorzio è formato da aziende e da titolari che tutti i giorni si impegnano e

rischiano in prima persona”. “Capisco che le tentazioni siano tante, - ha aggiunto il presidente, rivolgendosi ai 70 venditori, - ma non sono i 100 euro in più oggi che possono garantire un posto di lavoro domani. L'importante è mettercela tutta, diventare dei consulenti in grado di offrire informazioni preziose ai clienti e agire sempre in onestà, da galantuomini quali siamo. Le gomme poi arrivano da sole”.

Ha invece aperto il suo intervento con un *coupe de theatre* il direttore del consorzio Sergio Maggioni, che ha messo a confronto due storiche cantanti italiane: Orietta Berti, che nel tormentone del 1970 diceva “Finché la barca va, lasciala andare” - un vero inno all'inerzia, secondo Maggioni - e Raffaella Carrà, che con “Chissà se va”, sigla di Canzonissima, lanciò nel 1971 un messaggio decisamente più positivo. “La storia ci insegna che Orietta Berti ha venduto solo 15 milioni di dischi in tutta la sua carriera, mentre Raffaella Carrà ha venduto, in giro per il mondo, tanti dischi da non poterli contare.

✘ Con queste parole il direttore del consorzio ha voluto spronare i soci e la forza vendita ad avere coraggio, a puntare in alto, ad avere un atteggiamento positivo e delle aspirazioni, anziché accontentarsi e lasciare andare le cose senza sforzarsi di cambiarle, come cantava la Berti.

“Avere un atteggiamento sicuro di sé è particolarmente importante in quest'epoca, che è figlia della quarta rivoluzione industriale, quella della smart manufacturing”, continua Maggioni. “Stiamo vivendo in un'epoca bellissima, piena di cambiamenti, che in passato avvenivano solo ogni 2-300 anni, mentre adesso si susseguono di giorno in giorno. Il modo di concepire e disegnare i prodotti è cambiato, la tecnologia è talmente avanzata che oggi uno smartphone racchiude in sé una ventina di strumenti, tra orologio, agenda, macchina fotografica, registratore, torcia e molto altro. Queste trasformazioni epocali hanno cambiato i giochi in tutti i settori industriali: non è più il pesce più grosso che mangia quello più piccolo, ma **è il pesce più veloce che mangia quello più lento**. Viviamo nella società del minuto prima, dove chi arriva tardi ha perso”.

Come tutti gli anni, la convention è un'occasione per i soci del Gruppo Sirio per analizzare anche il mercato, un mercato che, secondo le statistiche dell'associazione europea ETRMA, nel 2016 ha venduto praticamente quanto l'anno prima.

“Quello che davvero conta sono i numeri e i numeri, nonostante quello che dicono i gommisti, sono positivi”, dice Maggioni e rimarca con forza questa affermazione, perché la forza vendita non si lasci condizionare dall'endemico pessimismo del settore e perché, se vende meno, non si senta in qualche modo giustificata dal refrain dilagante ‘è il mercato che va male’. E questa considerazione è ancor più vera per quanto riguarda i premium brand,

che in realtà stanno perdendo pochissimi punti percentuali, sia secondo ETRMA, che secondo Gfk, che monitora molti punti vendita. “Ancora una volta, **chi è capace di comprendere il mercato, quello vero, non quello che raccontano in giro, è vincente**”, afferma Maggioni. “E la stessa logica del pesce più veloce e della capacità di leggere i numeri e i trend del mercato in maniera concreta si applica anche ai produttori di pneumatici”.

Agenti o portali B2B?

“Se l’agente si limita ad essere un tramite fisico tra l’azienda e il cliente, semplicemente registrando dati e comunicando prezzi, è facile che a vincere la sfida sia internet”, dice Maggioni. “Questo è il ragionamento che stanno facendo in molti e questo è il sistema con cui qualcuno già lavora. Oggi il venditore viene utilizzato solo per un paio d’anni per educare il cliente all’acquisto online e poi non serve più”.

Gruppo Sirio sceglie invece una strada diversa: “Vogliamo continuare a sviluppare il progetto in cui crediamo ciecamente: **valorizzare la forza vendita e fidelizzare i clienti** attraverso meccanismi e sistemi intelligenti. Qualcuno dice che il futuro è il web; vero, ma noi crediamo anche nei nostri venditori”.



Paolo Leoncini, direttore
vendite consumer di
Continental Italia

“Il settore sta vivendo una fase di profondo cambiamento: sono cambiate le tecnologie e sono cambiate le abitudini dei consumatori”, aggiunge **Paolo Leoncini, direttore vendite consumer di Continental Italia**, intervenuto alla Convention con i due area manger Riccardo Remotti e Marco Trambaioli, per presentare le ultime novità di prodotto e l’affiliazione FSC.

“Come prima di andare al ristorante o in vacanza, - continua Leoncini - consultiamo TripAdvisor, così anche chi deve acquistare le gomme prima si informa online. Secondo i sondaggi 7 italiani su 10 cercano su internet informazioni sui pneumatici. In questo contesto, però, quello che non cambia è il valore delle persone e se le organizzazioni si affidano ancora alla forza vendita è proprio perché sono convinte che possa fare la differenza. Oggi infatti la differenza non la fa il prezzo, non la tecnologia e nemmeno il brand. Oggi la differenza la fanno le persone, attraverso la formazione, la preparazione, la qualità e la professionalità. E Gruppo Sirio sul mercato viene riconosciuto come un

interlocutore di grande qualità”.



Un altro dato statistico portato da Leoncini alla platea di Bergamo fa riflettere: il 50% degli italiani escono dal gommista sollevati perché pensavano di spendere di più. “Quante opportunità perdono ogni giorno i gommisti per la fretta di offrire la gomma più economica?”, si chiede Leoncini. “Ecco che diventa importante il ruolo del rappresentante, che deve fare un lavoro di alto profilo, aiutando il cliente ad avere un approccio più professionale e autorevole nel raccontare il prodotto”.

La novità del 2017: il marchio Nitto di Toyo Tyres in esclusiva per il Gruppo

Il portafoglio prodotti di Gruppo Sirio è davvero completo, ma la novità di quest’anno è l’accordo con la giapponese Toyo Tire per la distribuzione in esclusiva in Italia, a partire dal prossimo maggio, del marchio **Nitto Tire**. “Toyo ci affida un marchio made in Japan davvero esclusivo, con una bella gamma, con misure che ci mancavano, disegni accattivanti e un posizionamento medio alto”, spiega Maggioni.

Il mercato è troppo affollato: troppi gommisti, troppi venditori, troppi grossisti

✘ Sergio Maggioni non ha dubbi: “Siamo troppi. **Troppi punti vendita:** in Italia si vendono circa 29 milioni di gomme con circa 35.000 punti vendita, mentre in Francia, per esempio, si vendono più milioni di pezzi passando per molti, ma molti meno operatori. **Troppi diffusori:** qualche anno fa erano un centinaio, l’anno scorso 33 e quest’anno una ventina, che forse diminuiranno ancora per fine anno. **Troppi grossisti:** tra i 50 e i 60, anche se in rapida riduzione, tanto che ne rimarranno probabilmente una ventina o, secondo qualcuno, solo una decina in tutta Italia. **Troppi venditori:** le piattaforme hanno ridotto la necessità di avere persone sul territorio, come dimostra Deldo, che con soli 22 uomini vende 7 milioni di gomme nel mondo, di cui un milione in Italia con soli 3 commerciali”.

“Viviamo nel mondo della globalizzazione, dove essere grande conta, mentre se sei piccolo paghi dazio. In Italia i venditori verranno decimati, noi vogliamo differenziarci ed investire su di loro, perché pensiamo che sia l’unico modo per ritagliarci un nostro spazio sul mercato - dice Maggioni. Vogliamo portare avanti dei progetti e per farlo abbiamo bisogno di persone capaci, che conoscono il territorio e riescono ad avere un rapporto professionale e professionalizzante con i clienti. Siamo l’unico gruppo che ha tutti i progetti di fidelizzazione con le Case e anche questo dimostra che il nostro stile è diverso. Siamo troppi, è vero, ma noi non abbiamo paura, anzi siamo sereni e pronti a lavorare per vincere questa sfida”.

Obiettivi e progetti 2017

Il Gruppo Sirio per quest’anno ha obiettivi molto ambiziosi e vuole migliorare e completare il progetto consortile, anche inserendo nuovi soci. Nel programma di marketing di quest’anno, presentato dal responsabile Gianfranco Costantino, ci sono progetti di fidelizzazione, meeting, corsi di formazione, prove in pista, campagne pubblicitarie, sponsorizzazioni calcistiche e, naturalmente, la partecipazione alla fiera bolognese Autopromotec.

“Ci attende un anno importante, ma siamo pronti”, dice Sergio Maggioni. “Siamo pronti ad affrontare le evoluzioni del mercato, che vanno considerate naturali. Le linee guida ci sono molto chiare e sono coerenti ai nostri 17 anni di storia. Adesso è il momento di concentrarci nel nostro ruolo di grossisti e di affrontare la sfida della concentrazione del mercato. Arriverà poi anche il momento in cui presenteremo un progetto di negozi, per accompagnare i molti gommisti che attendono di avere una guida e per ‘correre insieme’ a loro, come abbiamo anticipato qualche anno fa. Nel prossimo futuro, infatti, attorno al pianeta Sirio, girerà anche una sequenza di satelliti”.





