

Alla fine del 2014, il fornitore brasiliano di prodotti per la ricostruzione Vipal ha comunicato di avere aperto un centro distributivo nel porto di Felixstowe, nell'East Anglia in Inghilterra. In gennaio 2015 ha aperto una sede in Italia, a Bologna, come punto di riferimento per i clienti del nostro Paese, che ricevono la merce dal magazzino sloveno. Queste recenti aperture sono più che semplici esempi di un'operazione di espansione in due mercati europei. Sono piuttosto esempi di come l'azienda stia crescendo in tutto il vecchio continente. Abbiamo incontrato il direttore generale per l'Europa di Vipal, Alessandro Campos, e il responsabile commerciale per la regione orientale, Michal Baxa, presso il nuovo magazzino inglese, per capire qualcosa di più sulla strategia dell'azienda.

✖ Ci sono fondamentalmente due motivi per cui Vipal ha deciso di aprire una distribuzione diretta in UK con il centro distributivo di Felixstone. Il primo è che gestire direttamente il proprio magazzino aiuta l'azienda a offrire un servizio migliore ai clienti esistenti e disporre di un'offerta migliore da proporre ai clienti futuri. Il secondo motivo, relativo alla scelta della località di Felixstowe, è che la location è strategica perché è molto più conveniente spedire la merce a un magazzino portuale piuttosto che a centri distributivi, come ad esempio a Birmingham, Stoke o Manchester. Nonostante infatti il porto di Felixstowe possa sembrare parecchio lontano dalle città e dai principali clienti, logisticamente parlando ha decisamente senso. Aprire un magazzino in una città sostanzialmente significherebbe per l'azienda movimentare due volte la merce e raddoppiare i costi di trasporto (dal porto al magazzino e dal magazzino al cliente). Considerando che i prodotti per l'Europa di Vipal vengono fabbricati nello stabilimento brasiliano che opera in ottica internazionale, il modello di spedizione dal magazzino portuale al cliente costa meno e accorcia i tempi di arrivo della merce. Infatti, questo approccio sta diventato per Vipal una sorta di modello testato e ripetibile, come già fatto in Germania, Spagna e Slovenia.



Prodotti marcati sia Vipal che Ruzi sono stoccati nel nuovo magazzino inglese di Felixstowe

Ma perché adesso? Nelle parole di Campos, la filosofia di business di Vipal è una combinazione della mentalità americana con quella giapponese: se per prendere una decisione ci vuole tempo, come nello stereotipo professionale giapponese, una volta presa, la decisione, deve essere realizzata "ieri", come fanno gli americani. E così è andata anche per il magazzino inglese, che Vipal ha annunciato alla fine dell'anno scorso, ma che è stato in realtà costituito e avviato all'inizio del 2014. Per cui, mentre noi visitavamo il nuovo magazzino per una "prima occhiata" verso la fine di gennaio, il magazzino era in realtà già vicino al primo anniversario dell'avvio delle attività. In questo modo, piuttosto che visitare un magazzino vuoto, quello che abbiamo visto è il risultato della parte migliore di un anno di

movimentazione di merce.

La presenza di Vipal in UK è iniziata nel 2007, quando l'azienda ha iniziato a fornire Vacu-Lug, uno dei più grandi ricostruttori indipendenti del Paese. Per i successivi sette anni, l'azienda ha curato questo rapporto e costruito altre relazioni commerciali, fornendo i prodotti dal magazzino tedesco di Amburgo. In seguito, un paio di anni fa, nacque l'idea di uno stock in loco e a metà 2013 era già stato deciso che il prossimo magazzino di Vipal sarebbe sorto in UK.

La prima fase della procedura di stock ha comportato il trasporto di alcuni battistrada disegnati appositamente per il mercato inglese dal magazzino di Amburgo a quello di Felixstowe. In seguito, una quantità importante di linee di prodotto ha iniziato a riempire gli scaffali. Per la fine del primo trimestre del 2015, ci saranno 100 tonnellate di fasce prestampate e 150 tonnellate di miscela per la ricostruzione a caldo, oltre ad una piccola quantità di gomma e altri prodotti per la ricostruzione, tutto stoccato a Felixstowe. Ma c'è posto per altra merce ancora, perché il magazzino da 2.000 mq di Vipal ha una capacità complessiva di 500 tonnellate.

Naturalmente, come già detto, questo comporta importanti vantaggi logistici e di fornitura. In particolare significa che Vipal adesso può offrire consegne settimanali sul territorio. Attualmente questo avviene con Vacu-Lug e con un cliente di fasce prestampate, ma, visto che la struttura è ormai ben funzionante, l'azienda inizierà a lavorare in questo modo anche con altri clienti. La location di Felixstowe, inoltre, consente tempi di consegna di uno o due giorni, senza necessità di una settimana aggiuntiva, cosa che è particolarmente importante per alcuni dei più piccoli ricostruttori inglesi, che tendono a piazzare gli ordini in base alle necessità quotidiane. In effetti, quest'ultimo punto è stato un'altra delle ragioni strategiche che hanno portato all'apertura del magazzino inglese: poter avere un'offerta più interessante per i ricostruttori inglesi di piccole e medie dimensioni.



La merce per l'Italia verrà spedita dal magazzino sloveno

Il nuovo ufficio in Italia e altro personale europeo

Sempre nella logica di espansione nei mercati europei, Vipal ha messo piede anche in Italia, dove ha aperto un ufficio a dicembre 2014 per inaugurarlo ufficialmente a gennaio. Per il momento, non è prevista l'apertura di un magazzino, perché per le consegne, in questa fase, è sufficiente la sede logistica in Slovenia.

In ogni caso, il significato di queste operazioni è che l'azienda, nel corso degli anni, ha incrementato significativamente le proprie quote di mercato ed è ancora sulla cresta dell'onda. Il più rapido aumento di quote di mercato Vipal lo ha registrato proprio in Italia, anche se partendo da una base relativamente bassa. Questo significa che - ad oggi -

l'impatto della presenza di Vipal non è stato ancora percepito dai ben noti e forti rivali locali.

Vipal ha riportato risultati di crescita anche in Bulgaria e Slovenia e alcuni altri mercati. Solo in poche aree i numeri sono stati modesti e in genere a causa di cambiamenti negli accordi di distribuzione. In UK, come è facile immaginare, l'azienda dichiara le vendite in crescita. Guardando al 2015, poi, ci sono "aspettative molto buone", conseguenza di "ottimi negoziati". E naturalmente l'esito di queste dichiarazioni non può che sottolineare una generale aspettativa di crescita in UK e in Europa nel corso di quest'anno.

Crescono le opportunità per Vipal e per i ricostruttori in generale

Con le ultime stime sul mercato dei pneumatici, appena pubblicate da ETRMA al momento dell'intervista che si è svolta in gennaio, è interessante capire come Campos e Vipal vedono il futuro del mercato della ricostruzione, in termini di più ampio parco autocarri. La crescita nelle tabelle di ETRMA è vista come un indicatore positivo per la salute a medio termine del settore della ricostruzione. Con più membri dell'associazione (e quindi aziende premium) che entrano con i pneumatici nel mercato, si verifica infatti un superiore e migliore disponibilità di carcasse, che diventano opportunità di business per i ricostruttori. Per questi motivi, il mercato della ricostruzione, nel 2015, potrebbe crescere complessivamente fra il 3 e il 4,5 per cento. Inoltre il fatto che tutti i principali mercati europei stiano registrando un incremento delle vendite di pneumatici autocarro nuovi di nuove aziende associate ad ETRMA (con l'eccezione della Polonia), significa necessariamente che ci saranno pneumatici cinesi di bassa qualità che non possono essere ricostruiti (e che quindi non contribuiscono al mercato delle carcasse) e che sono concorrenti per prezzo dei prodotti ricostruiti.

E, in particolare per Vipal, cosa significa questo? Senza andare a vedere le quote di mercato paese per paese, è sufficiente dire che Vipal adesso può parlare di posizioni a due cifre in diversi mercati di riferimento in Europa. In alcuni casi questo vuole dire quote significative che superano alcuni dei migliori e più noti fornitori. Altri mercati sono più distanti da questi risultati, per cui l'enfasi in Europa ricade sui clienti che si trasformano in partner più forti, grazie alla maggiore presenza del brand nel punto vendita per coloro che decidono di acquistare tra il 90 e 100 per cento delle fasce e del materiale per la ricostruzione e la riparazione da Vipal.

L'obiettivo è diventare la prima scelta per la ricostruzione dopo i produttori di pneumatici nuovi e pertanto avere una market share globale tra il 20 e 25 per cento. Come già visto, alcuni paesi sono più vicini a questo risultato rispetto ad altri. Il sud dell'Europa è l'area dove Vipal è quantitativamente più forte, mentre UK è più o meno a metà strada per raggiungere l'obiettivo. Per quanto riguarda l'Europa dell'est, invece, con il centro distributivi in Slovenia, Vipal ha già costruito una discreta presenza in tempi relativamente brevi. In Bosnia e Serbia l'azienda dice che le cose vanno "molto bene". La Romania è un

nuovo mercato, che l'azienda ha affrontato l'anno scorso, ma dove registra già buoni risultati di vendita. Molto forte è la posizione di Vipal nel piccolo mercato della Croazia ed è addirittura dominante in Slovenia. Infine l'azienda non ha ancora deciso se arriverà fino alla Russia; dove la decisione dipenderà dalle sensazioni che verranno fuori dalla partecipazione al salone Tires & Rubber di Mosca nelle prossime settimane e nei prossimi mesi, ma la posizione dell'azienda rimane complessivamente forte e in decisa crescita.

- Puoi leggere questo e molti altri articoli sulla ricostruzione nello speciale [**PneusNews.it - focus on RICOSTRUZIONE**](#)



© riproduzione riservata
pubblicato il 5 / 05 / 2015