

I pneumatici per le macchine agricole sono una nicchia di cui si occupano pochi gommisti in Italia, in quanto richiede specifiche competenze tecniche e la capacità di dialogare con le aziende agricole e fornire loro un'assistenza professionale.

Più però i gommisti agricoltura sono preparati, più possono essere l'anello della catena che determina la scelta del pneumatico. La regola, però, è che non si bluffi, perché se il contadino prova una gomma e non riscontra le caratteristiche promesse, allora ci mette sopra una croce.

Ecco perché la scorsa estate ATG, su consiglio anche del distributore Fintyre, ha organizzato un evento in campo a Ravenna, a cui ha invitato la stampa, ma anche cinque gommisti specializzati nel settore agricoltura. Il marchio Alliance è già da alcuni anni sul mercato italiano, dove si sta guadagnando delle quote significative, nonostante la competizione con marchi storici e blasonati.

"Abbiamo accolto con piacere l'idea di invitare anche i gommisti, perché sono i protagonisti di questo settore e perché in questo modo potevamo avere presenti in un unico evento tutti i protagonisti della catena: produttore, distributore, gommista e utilizzatore finale", ha detto il field manager di ATG per l'Italia **Emiliano Bartolini**.



A rappresentare i gommisti specializzati, a Ravenna, erano presenti Maurizio Merola di **Merola Gomme** (Caserta), Matteo Quartieri di **Marabini Gomme** (Bologna), Lioi Francesco di **Eurogomme Lioi** (Potenza), Franco Menghini di **Menghini Tires Braccagni** (Grosseto) e Franco Marchesini di **Marchesini Pneumatici** (Bologna).

Secondo i gommisti presenti all'evento, non è facile vendere agli agricoltori dei pneumatici che non conoscono, così come non è facile convincerli che il supplemento di prezzo che si paga per le tecnologie VF e IF alla fine si ripaga abbondantemente. *"I clienti abituati ad utilizzare dei marchi storici fanno fatica a cambiare prodotto e decidere di provare dei brand emergenti come Alliance, - dice **Francesco Lioi** - quando però riesci a convincerli, allora tornano indietro contenti. Sta a noi far capire quali sono le caratteristiche e i vantaggi della tecnologia VF e convincerli a spendere quel 30% in più che porterà dei benefici nel tempo".*

Secondo qualcuno, invece, sarebbe bello poter vedere la pubblicità di questi prodotti in televisione, perché è sicuramente il mezzo più efficace per far conoscere un brand e un prodotto nuovo. *"Se il cliente rimane colpito da una pubblicità, allora viene da noi a chiedere informazioni e allora lo possiamo orientare verso il pneumatico più adatto alle sue esigenze".*

"Oggi le macchine agricole stanno vivendo un'evoluzione tecnica e tecnologica elevatissima, - dicono ancora i gommisti - non solo per quanto riguarda la velocità su strada, ma anche per il modo di scaricare a terra la potenza. Alliance è uno di quei pochissimi marchi che oggi riescono a seguire il passo dell'evoluzione delle macchine. Sicuramente più di altri costruttori".

Insomma, secondo i gommisti specializzati nel segmento agricoltura, non è una questione di margine maggiore sul prodotto; il marchio lo si sceglie o lo si consiglia per il livello di qualità tecnica che garantisce.




Sante Valente, responsabile
commerciale del settore agro-industriale
di Fintyre

Il maggior distributore di pneumatici agricoli in Italia è sicuramente Fintyre, che tratta tutti i marchi e che, con gli accessori, ha un turn over attorno ai 30 milioni di euro. *"Alliance è un marchio che vendo da molti anni e che ultimamente si è evoluto in modo significativo", dice **Sante Valente**, responsabile commerciale del settore agro-industriale di Fintyre.*

“Lavoriamo molto bene con ATG, con cui partecipiamo anche a diverse fiere locali in tutta Italia per presentare il prodotto”.

“In Italia, - continua Valente - si sono specializzati nell'agricoltura solo pochissimi gommisti, circa una cinquantina. Ma la scelta finale della gomma è ancora appannaggio dell'utente finale, più che del gommista. E' solamente il vero specialista - ma parliamo di una decina di aziende - , che è in grado di consigliare davvero l'azienda agricola. E in ogni caso, il contadino deve provare il prodotto in prima persona. Se poi i risultati corrispondono alle promesse, allora si convince e lo sceglie”.

 Ha notato l'evoluzione dei pneumatici negli anni anche **Andrea Ridolfi**, responsabile di Terratech, la cooperativa con 350 soci che a Ravenna ha ospitato l'evento in campo: *“Un tempo il pneumatico durava tutta la vita della mietitrebbia, mentre oggi non riesce a portarla a fine vita. Inoltre, mentre una volta dovevamo sostituire il pneumatico posteriore, adesso è quello anteriore a soffrire di più, probabilmente perché si lavora con testate richiudibili che incrementano il carico sul ponte anteriore”.*

*“Alliance oggi è sicuramente una scelta vincente, perché è un prodotto di alta tecnologia, con caratteristiche uniche sul mercato e un prezzo budget. Questi sono i nostri punti di forza dal punto di vista del prodotto”, dice **Bartolini**. “Poi c'è l'azienda, che oggi è Yokohama, un player importante a livello mondiale, con una struttura presente sul territorio, a stretto contatto con il gommista e con l'utilizzatore finale. È questo il valore aggiunto che noi diamo e che altri oggi non sono in grado di offrire”.*

E quando abbiamo chiesto a Bartolini quali son gli obiettivi che l'azienda si pone per i prossimi mesi, ha risposto senza esitazione: *“Puntiamo a una quota attorno al 18%. E' un obiettivo ambizioso, ma raggiungibile. Non siamo poi così lontani”.*



© riproduzione riservata
pubblicato il 18 / 01 / 2018