

Lorenzo Mancini, dallo scorso aprile, è a capo della business unit Commercial Specialty Tires di Continental Italia, una divisione che raggruppa tutti i pneumatici professionali, ad esclusione del truck, che ha una unit dedicata. Parliamo di gomme per agricoltura, movimentazione industriale, movimentazione portuale e movimento terra. Mancini ha dieci anni di anzianità in Continental, maturati tra le aree sales, pricing e business development, sia in Italia, che in casa madre ad Hannover. Succede a Massimiliano Povellato, che adesso segue alcuni clienti direzionali e l'area nord Italia per il segmento autocarro. Abbiamo incontrato Lorenzo Mancini in occasione delle Giornate Italiane del Sollevamento a Piacenza, fiera dove Continental ha esposto per la prima volta, con uno stand di particolare impatto e l'anteprima italiana dei prodotti portuali radiali.

Quattro sfide con quattro strategie diverse?

Il core business rimane la **movimentazione industriale** classica, un segmento dove per Continental Italia la sfida si gioca non tanto sull'ampliamento della gamma e dello sviluppo dei prodotti, che sono ormai consolidati, quanto invece sulla base clienti. È su questo che dobbiamo lavorare, in particolare per migliorare e intensificare la collaborazione con alcune Case produttrici di carrelli elevatori.



Per quanto riguarda invece la **movimentazione portuale**, stiamo affrontando sfide importanti anche sul prodotto, perché a giugno abbiamo lanciato in anteprima mondiale la gamma radiale, che al GIS è stata presentata al mercato italiano. Fino a ieri la nostra offerta portuale consisteva solo nella gamma convenzionale, mentre oggi, con questo completamento, si apriranno sicuramente nuove interessanti opportunità di business.

Ancora diversa è la sfida del settore **movimento terra**, dove le principali novità riguardano la produzione. Stiamo infatti avviando a Lousado, in Portogallo, l'ampliamento della produzione ai pneumatici radiali per il movimento terra. La gamma crescerà

progressivamente e nello stabilimento di Lousado è stato stanziato un investimento di circa 100 milioni di euro per realizzare questo ampliamento.



Infine c'è il segmento **agricoltura**, in cui siamo rientrati due anni fa e che sta andando davvero molto bene. Uno degli ultimi successi è la collaborazione nel primo equipaggiamento con John Deere, che rientra nell'obiettivo strategico, anche per il mercato del ricambio, di entrare sempre di più nell'equipaggiamento originale delle Case produttrici.

Nell'agricoltura stiamo lavorando anche all'ampliamento della gamma, che ad oggi è ancora generalista. Abbiamo presentato dei nuovi prodotti, come il Tractor Master, la cui produzione sta andando a regime. I primi frutti dell'ampliamento della gamma, che oggi è sulla carta, cominceremo a vederli nel 2020, quando la produzione sarà diventata stabile.

Anche in questi segmenti professionali, come per il truck, la mentalità sta passando dal prodotto alla soluzione di mobilità?

Assolutamente sì, in primis per la movimentazione portuale e industriale, dove c'è una forte similitudine con il mondo truck. Insieme ai prodotti, diventa sempre più importante fornire ai clienti dei servizi digitali e degli strumenti, come ContiConnect e ContiPressureCheck per il monitoraggio della pressione, che sono fondamentali per ottimizzare la resa dei mezzi.

Per quanto riguarda l'agricoltura, invece, la nostra proposta oggi è più legata al prodotto, anche se tende sempre di più alla collaborazione con la parte tecnologica e legata alla sensoristica del Gruppo. Oggi i temi più caldi che affrontiamo sono la crescita della popolazione mondiale, la coltivazione sempre più intensiva e la necessità di trovare soluzioni che aiutino i costruttori a lavorare con precisione, efficienza e rispetto del suolo. Le collaborazioni nel primo equipaggiamento sono quindi estremamente importanti, per essere presenti nelle fasi di sviluppo del mezzo stesso e, come Gruppo, pensiamo di essere uno dei partner principali del mercato.

Com'è la situazione del mercato italiano e la posizione di Continental in questi quattro settori?

Il segmento della **movimentazione industriale** sta attraversando un momento abbastanza positivo: la quota del noleggio dei carrelli elevatori aumenta e il mercato è abbastanza sano. Continental ha una presenza storica dal rivenditore specializzato, ma sempre di più ci stiamo affermando anche sulle Case costruttrici, la cui incidenza è sempre maggiore e comunque superiore al 50%. Sono entrambi canali importanti, a cui dedichiamo molta attenzione.

Anche il contesto **del segmento portuale** è abbastanza positivo e siamo ottimisti, anche se il clima generale non è dei migliori.

La situazione del **movimento terra** è più complessa: le vendite di mezzi crescono attorno al 15-16% all'anno, ma nel 2018 le unità erano 14.000, mentre dieci anni prima, nel 2008, erano ben 24.000. Il mercato si sta riprendendo, con incrementi a doppia cifra, ma è chiaro che se guardiamo in retrospettiva, siamo ancora lontanissimi dai numeri di dieci anni fa. Del resto il settore delle costruzioni è uno di quelli che risente di più degli aspetti legati al contesto economico del Paese.

Nell'**agricoltura**, invece, abbiamo grandissimi margini di crescita. Il mercato è ormai ragionevolmente stabile e c'è una buona fetta di mercato su cui possiamo investire. È molto forte la presenza di marche non premium concorrenti provenienti dai Paesi asiatici, ma siamo molto ottimisti, perché la qualità del nostro prodotto sta avendo riscontri estremamente positivi dal mercato.

Quanto conta il ruolo del gommista nell'agricoltura?

Il ruolo del gommista è centrale, come in tutti i settori, ma nell'agricoltura a maggior ragione. Non ha l'influenza che può avere nel vettore per la decisione di acquisto, ma sicuramente può spostare la vendita. L'agricoltore infatti è molto competente e molto attento e sensibile alle caratteristiche del pneumatico che deve montare.

Oggi abbiamo un team di sette esperti sul territorio, che affiancano il gommista nelle visite al cliente finale e siamo sempre aperti a nuove collaborazioni con gommisti, che abbiano voglia di investire sul nostro prodotto, che ha un posizionamento premium. Non abbiamo una rete di rivenditori specializzati fidelizzati, ma è un progetto che in futuro ci piacerebbe costruire.

Oggi GIS, poi Agritechnica. Le fiere sono ancora uno strumento utile?

In passato non abbiamo partecipato a questi eventi, ma l'idea è di essere presenti, progressivamente, agli eventi più rilevanti delle singole nicchie professionali. La difficoltà è sempre quella di individuare le fiere giuste, ma quando ci si riesce il risultato c'è, perché sono occasioni concrete, dove si incontrano professionisti competenti e seriamente interessati.



© riproduzione riservata pubblicato il 10 / 01 / 2020