

Sono ripartiti gli eventi in presenza e Saccon Gomme ha subito colto l'opportunità di partecipare con il proprio stand in posizione centrale, alle Giornate Italiane del Sollevamento e dei Trasporti Eccezionali (GIS), andata in scena lo scorso ottobre a Piacenza.

"Siamo dei gommisti anomali, perché forniamo sia grandi clienti che utenza, e perché ci dedichiamo al 100% al settore tecnico: movimento terra e industriale", afferma **Cristiano Saccon**, amministratore dell'omonima azienda di Ponte della Priula, in provincia di Treviso, che è ormai arrivata alla terza generazione.

Ecomega e Bullblack, due brand con strategie diverse

In fiera a Piacenza, Saccon Gomme ha esposto i pneumatici dei suoi due brand privati: **Ecomega** e **Bullblack**. *"Ecomega è il nostro marchio storico di gomme per carrello elevatore, che inizialmente produceva per noi in Sri Lanka Solideal, poi diventata Camso ed entrata nel Gruppo Michelin",* spiega Saccon. *"Nel 1995 siamo andati in Cina e abbiamo impiegato cinque anni per trovare dei produttori affidabili per i nostri pneumatici movimento terra, che abbiamo iniziato a distribuire nel 2000. Il prodotto Ecomega veniva progettato in Europa, seguendo le orme dei migliori produttori premium, e prodotto in Cina, per cui aveva un ottimo appeal sui clienti. Nel 2012-2015, però, sono arrivate in Europa tante altre marche cinesi e questo ha un po' ridotto il nostro bacino di clientela, che si limitava ai gommisti tecnici più attenti o a quelli che volevano l'esclusiva. Il gommista medio, infatti, o compra premium oppure punta al prezzo più basso."*

La soluzione al problema dell'entrata di nuovi brand budget sul mercato europeo e al rischio di andare fuori mercato è stata creare un nuovo marchio ex novo. *"Avevamo bisogno di fare volume su certe misure, con un prezzo più accattivante - continua Saccon - e così abbiamo lanciato il nuovo marchio Bullblack e una gamma di misure non tecniche di pneumatici movimento terra, con le quali vendiamo moltissimo".*

La gamma Ecomega di Saccon rimane quindi quella più completa e ampia, con un portafoglio di oltre 500 misure, carrello e portuale inclusi; mentre la linea Bullblack prevede solo 15-20 misure molto popolari per il movimento terra, che fanno però un grande volume di vendite.

"Ci servono entrambi i brand, perché si completano e si rivolgono a utenti diversi", spiega il manager. *"Entrambi hanno il vantaggio di un'azienda europea alle spalle e questo, soprattutto con le grandi aziende multinazionali, fa la differenza, anche con Bullblack, che comprano solo perché conoscono noi e la nostra professionalità, mentre se fosse uno dei tanti brand cinesi, non si fiderebbero e resterebbero sui marchi primari".*



I problemi ci sono, ma il lavoro va bene

Anche Saccon Gomme, come tutti, soffre la crisi della logistica, che non si limita alla sola lievitazione dei prezzi. *“Le difficoltà sono tante: non ci sono più le linee dirette e quindi i 35-37 giorni di due o tre anni fa, oggi sono diventati 55-60; in porto, poi, la merce non viene caricata subito, ma passano anche 2-3 settimane. Indubbiamente oggi la logistica è una criticità a cui bisogna dedicare delle risorse. Anche noi abbiamo aggiunto una persona, che si occupa esclusivamente del monitoraggio delle spedizioni e dei container.*

Del lavoro, in generale, però siamo discretamente contenti, anche perché forse l'industriale è tra le nicchie che hanno sofferto un po' meno della pandemia.

Investire e crescere è difficile in un settore ancora troppo artigianale

“Al momento – continua Saccon – abbiamo quattro sedi, ma ci stiamo guardando attorno per aprirne anche una quinta e una sesta. Purtroppo non è facile in Italia, meno di sicuro che in Germania, dove abbiamo già aperto una nostra piccola sede.”

La spina nel fianco del settore, per Saccon, è rappresentata dalle risorse umane. In azienda è aumentato il turnover e trovare professionisti disponibili a dedicarsi con impegno è sempre più difficile: *“Il mercato del lavoro è cambiato, è difficile ed è anche un po’ viziato, trattandosi di una piccola nicchia. Spesso infatti la concorrenza cerca di sottrarre le migliori risorse con promesse allettanti e, anche quando, a volte, qualcuno ritorna sui suoi passi, il rapporto è ormai compromesso”.*

Cambia la logistica, cambia il mercato del lavoro e, forse, dovrebbe cambiare anche la mentalità dei gommisti. *“L’Italia è ancora uno dei pochi Paesi in Europa, dove non ci sono le grandi catene o dove comunque iniziano solo ad affacciarsi”*, sottolinea Saccon. *“C’è molta artigianalità e ci sono ancora molte imprese familiari. Questa è anche una cosa bella, ma al giorno d’oggi è difficile crescere con questa mentalità. Anche per aziende più grandi e strutturate, come la nostra, è difficile valutare, ad esempio, l’acquisizione di s.n.c di cui non si conoscono i bilanci, né l’organizzazione o l’andamento. Sembra quasi che le piccole realtà abbiano paura di rivelare dei segreti, mentre la trasparenza è alla base della possibilità di crescere ed espandersi.”*

Lealtà e collaborazione, le basi per il successo

Saccon Gomme divide il proprio fatturato tra Italia (70%) ed estero (30%) ed è proprio in Europa che, alla fine, trova l’ambiente imprenditoriale più stimolante e corretto. *“I lavori più importanti li facciamo con le aziende più grosse che ci sono in Europa, con le quali uniamo anche la forza d’acquisto, per poi vendere sullo stesso mercato, ma in forma leale”*, racconta Saccon. *“Ognuno deve fare la propria corsa con nobiltà; una volta vinci, una volta perdi. È giusto che sia così. Perché quanto la corsa è viziata o sporca, allora viene meno il senso stesso del lavoro e della competizione seria”.*



© riproduzione riservata pubblicato il 30 / 03 / 2022