

Ad Autopromotec non poteva mancare il gruppo Magri. Pierpaolo Bisleri, Marketing Specialist dell'azienda, ci ha raccontato della fiera e dell'importante progetto di rilancio avviato dall'azienda.

Come è stato il ritorno in fiera?



Finalmente si è tornati in fiera e si torna ad avere un contatto diretto con clienti, a respirare il mercato in modo reale. Dopo anni di riunioni online sentivamo la necessità del ritorno ad un rapporto diretto, non mediato da un computer. Parlando faccia a faccia con le persone c'è maggior scambio di idee, si ottengono spunti, c'è condivisione di problemi e soluzioni, costruzione di un futuro condiviso con il nostro cliente, il rivenditore.

Cosa ne pensa della contemporaneità di Bologna e Colonia?

Questo è stato un anno molto particolare per la compresenza di due fiere importanti come Autopromotec e The Tire Cologne, che potrebbe aver penalizzato la presenza sia di visitatori che di espositori, soprattutto a Bologna. Il gruppo Magri, tuttavia, ha lavorato fortemente per essere presente ad Autopromotec. In Italia abbiamo la nostra clientela, crediamo in noi, nei nostri rivenditori e investiamo sul mercato domestico.

Cosa avete presentato in fiera?

L'allestimento dello stand voleva rappresentare la doppia natura del gruppo Magri, che da

una parte ha un business distributivo multi marca e, dall'altra, rappresenta Yokohama in Italia. In fiera, quindi, abbiamo dato ampio risalto ai marchi GT Radial e Giti, riservando anche uno spazio a Sumitomo, di cui siamo esclusivisti a livello nazionale, e al marchio entry level Sunfull. Per quel che riguarda Yokohama, grande attenzione è stata posta sull'Advan V107, il nuovo pneumatico alto di gamma che interpreta l'anima tecnologicamente avanzata del brand.

Tra i marchi in fiera avete dedicato spazio e tempo a GT Radial. C'è un motivo particolare?

Assolutamente, c'è in atto un'operazione di rilancio molto forte per GT Radial. Vogliamo dare una connotazione completamente nuova a questo brand, sportiva, urban, lifestyle, giovanile. L'obiettivo finale è portare GT Radial a essere un marchio leader nel segmento qualità/prezzo. Grazie all'ingegneria tedesca e alla produzione orientale, questo marchio ha una posizione unica sul mercato e si distingue dal brand principale della casa madre, Giti, che ha sempre ingegneria tedesca, ma aspira a performance premium, con un allestimento di gamma che sta crescendo e con calettamenti maggiori.

Infine, lo stand aveva anche uno spazio dedicato al trasporto pesante, segmento molto importante sia per il gruppo Magri che per Giti, quarto produttore mondiale del settore. Anche in questo caso il rapporto qualità prezzo è molto elevato, e la dimostrazione sono da un lato gli accordi di primo equipaggiamento, dall'altro la presenza presso i rivenditori specialistici di primo livello.

Come sta andando il mercato Italia?



Ci sono diverse situazioni che si stanno sommando tra loro, la scarsa disponibilità, i costi delle materie prime e dei container, che hanno un effetto sul prezzo, con un clima di aumenti mai visto prima.

La stagione invernale sarà quindi caratterizzata da grande incertezza sul piano della disponibilità. Mi sento di dire che chi si muoverà prima con i preordini si garantirà la disponibilità di prodotto. Quella che stiamo vivendo è una situazione senza precedenti e come tale deve essere interpretata. In ogni caso, ci aspettiamo una stagione positiva.

A che punto sono i network?

La rete CDG conta oggi circa 450 punti vendita in tutta Italia, mentre Kwik Fit registra 60 centri. L'obiettivo, per entrambe le reti, è una crescita sostenibile. Kwik Fit si occupa di assistenza a 360 gradi, CDG invece è focalizzata sul pneumatico, con Yokohama e GT Radial come focus. In questo ultimo periodo abbiamo rilanciato anche questi progetti, grazie al nuovo assetto guidato brillantemente dal responsabile network Alex Cavazzoli.

Il gruppo Magri ha avuto una fase di cambiamento, ma ora spingiamo sull'acceleratore. Il management è giovane, di prospettiva, raccolto intorno ad una figura di grande esperienza come quella di Giovanni Masinelli, il nostro Executive Manager.

© riproduzione riservata pubblicato il 6 / 07 / 2022