

Pelizzoni, fedeltà al brand e vendite «sartoriali»



Nel settore della meccanica agraria, da molto tempo, ci si interroga su quale sia il **modello di concessionario vincente**, quanti marchi debba rappresentare e di quali settori merceologici, e soprattutto quali dimensioni e capacità siano indispensabili per adattarsi a un mercato che, ciclicamente, ci ha abituato a oscillazioni importanti.

Il concetto di concessionario del futuro resta sullo sfondo, con i contorni non ancora ben definiti, anche se in linea generale è evidente la tendenza verso una

riduzione progressiva di queste tipologie di aziende a fronte di una loro maggiore dimensione territoriale.



All'ingresso della concessionaria è esposto in bella mostra un modello in legno della mietitrebbia Claas Lexion 480 autografata da Helmut Claas

L'Italia però, per varietà di coltivazioni e di tipologie di terreni, superficie media delle aziende agricole e la forte concentrazione di imprese meccaniche può, in alcuni casi, sfuggire a questa tendenza evitando o rallentando l'omologazione con Paesi europei dove questo processo di

trasformazione è già avviato.

È il caso del concessionario lombardo **Pelizzoni Macchine Agricole di Acquanegra sul Chiese**, in provincia di Mantova, che abbiamo visitato di recente per l'intervista, realizzata grazie alla disponibilità di Giuseppe e Federico Pelizzoni, padre e figlio, che gestiscono, assieme ad altri famigliari, la **concessionaria fortemente legata al marchio tedesco Claas da 35 anni**.

Durante l'incontro abbiamo cercato di farci raccontare come sia possibile **restare fedeli a un brand** per così tanto tempo e quali sono le strategie da adottare per **giocare alla pari ogni giorno con la concorrenza e soprattutto con i colossi della distribuzione**.

Tratto dall'articolo pubblicato su *MAD – Macchine Agricole Domani* n. 1-2/2024 **Pelizzoni, fedeltà al brand e vendite «sartoriali»**

di M. Limina

Per leggere l'articolo completo **abbonati** a *MAD – Macchine Agricole Domani*