

LA SCINTILLA DELLA CRESCITA



Anteprima del convegno che sarà organizzato durante la manifestazione di Autopromotec. Abbiamo intervistato Antonio Braia, CEO di Brecav, e abbiamo chiesto a lui direttamente quali sono le scintille di una crescita tanto attesa

a cura della Redazione

Forte di una cultura imprenditoriale tramandata da generazioni, oggi Brecav si pone come un'azienda che condivide valori fondamentali: il rispetto della persona e di ciascun ruolo ricoperto; il piacere di lavorare insieme; la costruzione di un clima positivo, sia interno che esterno; il consolidamento della conoscenza, perché nonostante il cambio generazionale che questa azienda ha vissuto positivamente, oggi il padre dei tre fratelli Braia riveste un ruolo principale nella consegna della propria saggezza; e per ultimo, ma non per questo meno importante, la motivazione e stimolare giorno dopo giorno un vasto senso di appartenenza che rende Brecav protagonista nell'aftermarket, con un forte orientamento al problem solving.

La redazione di GA ha avuto il piacere di scambiare quattro chiacchiere con Antonio Braia, attuale CEO di Brecav. Da questa chiacchierata, egli ci ha posto le sue riflessioni con toni informali dell'attuale congiuntura di mercato, e una breve anteprima del convegno "La scintilla della crescita" che sarà intavolato venerdì 24 maggio durante la fiera di Autopromotec.

Dietro ogni crisi si nascondono grandi opportunità. In termini concreti, quali sono le opportunità che avete colto in questi ultimi 5 anni di crisi economica?

"In generale, nei momenti di crisi abbiamo sempre avuto delle risposte positive dal nostro mercato. Nello specifico, possediamo una maggiore consapevolezza dei nostri prodotti e dell'intera categoria di riferimento; ci aggiorniamo in continuazione circa le novità sul ricambio di cavi candela e bobine. Inoltre, crediamo molto nella diversificazione produttiva, come elemento strategico di successo, e in effetti, negli ultimi anni Brecav opera anche in settori diametralmente opposti e differenti a quello dell'aftermarket."

Oggi il ruolo del distributore è centrale. Quali sono secondo voi le azioni più importanti per fidelizzare i distributori?

"Partiamo da una premessa imprescindibile: oggi, riconoscere la centralità del ruolo del distributore è sempre più strategico.

Ci piace evidenziare un nuovo atteggiamento di alcuni agenti dei nostri distributori, che sempre con maggiore consapevolezza si ritagliano un ruolo sempre più vicino a quello del consulente, in grado non solo di trasferire in tempo reale e completamente tutte le informazioni, i valori del brand e la mission della nostra azienda, ma soprattutto

di ascoltare le loro esigenze. Oggi il distributore si è evoluto, affidandosi a piattaforme tecnologiche per la gestione efficiente del magazzino, e noi abbiamo seguito il passo di questa evoluzione. Ascoltare il mercato significa essere parte di esso. Ed è proprio per questa ragione che Brecav possiede un ruolo distintivo, veicolando comunicazioni innovative e di altissimo valore: basti pensare alla linea EPOCA; la linea TUNING; la linea RACING, con tante nuove colorazioni per il cavo; per non parlare della linea GOLDEN, che è migliorata proprio grazie ai suggerimenti degli stessi distributori."

Esteri. Tanti mercati in via di sviluppo, ma portatori di culture, usi e costumi differenti. Qual è l'approccio di Brecav per entrare in contatto con distributori così differenti tra di loro?

"Lavorare con i mercati esteri è un enorme arricchimento, sia personale che professionale. Regalano in continuazione nuovi stimoli. Quando operiamo su questi mercati, facciamo molta attenzione a trasmettere correttamente i valori del brand, ad evidenziare la qualità dei nostri prodotti, ma soprattutto a stringere rapporti basati sulla fiducia, che nonostante le culture differenti, rimane sempre una conquista primaria. Al riguardo, riporto un aneddoto, che riguardò tempo fa un distributore locale greco: la fiducia è un valore reciproco in qualsiasi rapporto, e nonostante i gravi problemi che stesero attraversando il mercato greco, noi non abbiamo sciolto alcun contratto di esclusiva, e abbiamo continuato ad avere fiducia in lui. Dopo due anni, posso affermare con orgoglio che avevamo ragione, e questo ci sprona, giorno dopo giorno a condividere i valori portanti di Brecav, tra i quali si integrano la fiducia e il mantenimento delle promesse."

C'è molta attesa per il convegno di Autopromotec. In termini generali, quali sono le scintille della crescita?

"Come già descritto nella presentazione dell'invito, è un convegno che vuole mettere al centro il come essere vincenti, e non il cosa. Si parlerà molto di cultura d'impresa, perché il percorso che un imprenditore deve fare sia prima di tutto mentale e comportamentale, e in questo modo può mettere in campo delle azioni coerenti. Nel convegno infatti ci saranno molti protagonisti e testimoni del mercato che racconteranno le loro esperienze. Il nostro obiettivo è condividere le azioni e le attività da "fare" per costruire un'azione di tutti, da chi produce a chi distribuisce, coinvolgendo l'intera filiera del mercato. Trasformare la sfiducia in una reazione, a patto che ci sia una condivisione di valori".

Antonio Braia, CEO di Brecav srl

