

BRECAV, QUELLI DEI CAVI CANDELA

di Giorgio Spolverini

Produce e commercializza componenti (qualità OE)

che servono per l'accensione di motori a benzina, GPL e metano in Italia, ma anche all'estero. Come cavi candela e bobine. Si punta molto sul business, non trascurando neanche per un po' il lato umano dell'attività

Antonio Braia, Ceo e Direttore vendite Brecav, è uno di quegli ottimisti e coinvolgenti uomini dell'automotive Aftermarket che punta molto ovviamente sul business dell'azienda e sul fattore umano. Decisamente **ricosciente a suo padre Eustachio**, fondatore di Brecav, ama ricordare come la pensa: "Avere un sogno e decidere di realizzarlo. La capacità di sognare e realizzare concretamente un pensiero significa conoscere il primo concetto in cui s'investe". Continua a raccontare Antonio di suo padre Eustachio: "Lavorando nel settore automobilistico dal 1960, osserva, studia ed elabora la volontà di far nascere a Matera (la Città dei Sassi) la **prima azienda del Sud Italia specializzata in cavi candela**".

Così negli anni '70 inizia ad avviarsi una nuova realtà per tutta la famiglia Braia, che si concretizza nel 1985 con la Brecav srl, con forza si dedica a **cambiare il modo di pensare al cavo candela**. Non più un semplice componente da trascurare, ma da valorizzare e riconoscere nel suo reale ruolo.

Grazie a questo approccio, sin dalla fine degli anni '80, è stata introdotta una gamma di cavi cablati equivalenti all'originale, cioè con le ca-

ratteristiche costruttive di primo equipaggiamento.

UN'AZIENDA IN PIENA REGOLA

Già da alcuni anni Brecav è **certificata ISO** e dal novembre 2002 ha ottenuto l'**ISO 9001:2000** per la progettazione, la produzione e la commercializzazione di cavi candela per auto e moto, isolanti e soppressori candela/calotta e cavi avviamento. Tutti i prodotti Brecav rispondono ai requisiti di qualità applicabili all'utilizzo di ricambi per la rigenerazione o la manutenzione dei veicoli da parte di riparatori autorizzati, secondo quanto **disposto dal Regolamento UE 461/2010**.

L'IMPORTANZA DEL CAVO CANDELA

Come direbbe papà Eustachio, "Un cavo candela è fondamentale per la vettura perché porta corrente al motore: è vita e non può esistere senza di questa". Termini sicuramente pieni di enfasi e di passione per il proprio lavoro, ma che garantiscono il successo dell'azienda che affida nelle mani di persone competenti **il compito di gestire questo prodotto curandone ogni singolo dettaglio**: dalle materie prime di qualità OE



LA FAMIGLIA AL COMPLETO
Al centro il padre Eustachio, orgoglioso dei suoi tre figli Antonio, Paolo e Angelo

alla struttura, dimensione e colore. Grande attenzione è dedicata anche al **confezionamento**, studiando l'efficacia nella sua funzionalità e affidabilità.

La linea cavi candele equivalente (con oltre **500 codici disponibili**), rispetta il Regolamento Monti (BER UE 461/2010), coprendo tutto il circolante auto internazionale. L'azienda è anche specializzata nella realizzazione di prodotti su richiesta, sia per auto, sia per moto.

GPL, METANO, TUNING, AUTO STORICHE, A OGNUNO IL CAVO GIUSTO

Per i veicoli dotati di impianto a **GPL o metano**, in Brecav è stata realizzata una **serie di cavi candela specifica**: con la serie **Golden**, si risolvono problemi legati all'usura dei cavi candela standard, evitando di avere problemi di scariche e ritorni di fiamma. **Rainbow** è invece la linea di cavi candela creata per supportare le specifiche esigenze degli **appassionati di high performance** (appassionati di gare tuning e racing). I cablaggi presentano un diametro del cavo di 8 mm, conduttore MagWire, varie colorazioni (arancio, verde, rosso e celeste). **Epoca** è la nuova linea dedicata alle **vetture storiche**,

E' EMERSO DALL'INTERVISTA

FA BENE

- Investire sul fattore umano
- Diminuzione immatricolazioni piccole diesel
- Internazionalizzazione del business
- Nuovi cavi candela = risparmio di benzina
- e-commerce aziendale e dei distributori

NON FA BENE

- Stretta creditizia
- Mancanza di fiducia nel futuro
- Diminuzione uso dell'auto per aumento costi fissi
- Non puntare su servizi e formazione professionale
- Non considerare il cliente come un amico

EUSTACHIO, ANTONIO, PAOLO E ANGELO, LA GRANDE FAMIGLIA BRAIA IN FORZA IN BRECAV

Eustachio Braia è il fondatore di BrecaV e possiede una forte esperienza in ambito automotive dagli anni '60. Poi, i figli. Antonio Braia, oggi Ceo e Direttore vendite, è entrato in BrecaV nel 1987. Paolo Braia, Responsabile produzione, qualità e servizio al cliente, è arrivato in azienda nel 1990. Poco più tardi è giunto anche Angelo Raffaele che segue l'import/export. L'azienda lucana è riconosciuta dal mercato come realtà in cui convergono valori familiari e imprenditoriali, per cui il business conta, ma anche il rapporto e le relazioni da coltivare con i clienti fornitori e i dipendenti, considerati tutti membri della famiglia BrecaV. Il punto di forza dell'azienda è stato in questi anni quello di continuare a investire in ricerca, formazione, progettazione e assistenza, credendo con forza nel prodotto che BrecaV sa fare meglio: il cavo candela.

dove l'attenzione ai particolari e alla qualità delle materie prime riporta a produrre i cablaggi originali.

STRATEGICI, IL RUOLO DEL DISTRIBUTORE E L'IMMEDIATEZZA DELLA COMUNICAZIONE

Più che strategico, fondamentale, è il ruolo dei distributori, per la grande specificità dei prodotti. "Quelli che lavorano con noi - spiega Antonio - devono essere **attenti e orientati a gestire la gamma di articoli in magazzino**, così da poter rispondere in tempo reale a qualsiasi richiesta del mercato".

Per quel che riguarda la **comunicazione**, Antonio la definisce con un bel termine: "**istintiva**". La comunicazione deve essere tale perché è importante sia **immediata e semplice** (nella con-

sultazione tecnica). Insomma, i cataloghi devono avvicinarsi più a un'idea di magazine che coinvolgano il cliente come un magazine lo può fare con i propri lettori.

UN MERCATO DI NON FACILE LETTURA

"Nel nostro DNA - precisa subito Antonio Braia - c'è sempre stato **ottimismo**. E' fondamentale **ascoltare il mercato**, in maniera tale da **poter reagire quanto prima e non subirne le evoluzioni**". Lo scenario lascia però dei punti interrogativi. Di positivo c'è il **calo delle immatricolazioni**, comprese quelle delle piccole auto a gasolio, per BrecaV musica per le orecchie visto che i prodotti sono concentrati sul benzina.

Quindi si segnala un ritorno alle bobine di accensione e ai cavi candela. Poi c'è la crescita dei

I DISTRIBUTORI BRECAV

Abruzzo
NEW SIRE S.n.c.
Pescara

Basilicata
CARIAUTO S.r.l.
Matera

Calabria
Co.RA.B
Rende (CS)

Campania
DREM S.r.l.
Fisciano

Emilia-Romagna
CATI S.p.A.
Quarto Inferiore Bologna

Friuli-Venezia-Giulia
NORD RICAMBI S.r.l.
Padova

Lazio
REDCAR S.r.l.
Roma

Lombardia
SARFA S.r.l.
Milano

Marche
A.P. SERVICES di Poggio Alfonso
Ancona

Molise
NEW SIRE S.n.c.
Pescara

Piemonte
COSSO RICAMBI Srl
Torino

CATI S.p.A.
Venaria Reale

Puglia
COMMERCIAL RICAMBI Sas
Foggia

MARZOCCA S.r.l.
Bari

EUROPARTS S.r.l.
Bari

Sardegna
SA.R.I.E.L S.r.l.
Quartu Sant Elena

Sicilia
CO.R.IN.D S.r.l.
95045 Misterbianco (CT)

DRES S.r.l.
Palermo

Toscana
MDR S.p.a.
Campi Bisenzio

Trentino-Alto-Adige
NORD RICAMBI S.r.l.
Padova

Umbria
MDR S.p.a.
Perugia

Veneto
NORD RICAMBI S.r.l.
Padova



parco a GPL o metano, che favorisce la commercializzazione della linea Golden, specifica per questo tipo di alimentazione.

Riguardo il futuro, bisognerà **monitorare fenomeni** come l'aumento dell'utilizzo dei mezzi pubblici che (laddove funzionano), porterebbe a ridurre i consumi di ricambi, allungando i tempi dei tagliandi, quindi riducendo di fatto i passaggi in assistenza.

GLI SBOCCHI IN ITALIA E ALL'ESTERO

BrecaV è presente sul mercato con due marchi di proprietà: **BrecaV e Arp**. "In Italia - specifica Antonio Braia - copriamo capillarmente tutto il territorio grazie alla qualità dei nostri distributori che operano nelle regioni territoriali di appartenenza". Nelle **25 piattaforme export** invece BrecaV è rappresentata da diverse tipologie di distribuzione (agenti, distributori, gruppi

PUNTA D'ORGOGGIO
Le partnership commerciali come quella con BMW Motorrad Italia e Ducati Corse



TUTTI I PRODOTTI BRECAV

Oltre ai cavi candela (comprese le linee dedicate al tuning, auto storiche, veicoli alimentati a GPL e metano), dal 2005 Brecav ha avviato la distribuzione di bobine d'accensione diretta e dal 2007 la gamma si è ampliata anche alle bobine ad accensione statica. Questa linea di prodotti si integra perfettamente con il core business tradizionale di Brecav, la bobina diretta, in alcuni casi la sostituita dei cavi candela. Nel 2009 è iniziata la joint venture per la produzione diretta di parte di questa linea di prodotti. Brecav opera sia nel mercato nazionale, sia all'estero. La gamma presenta oltre 200 codici.



I DISTRIBUTORI ARP

ABRUZZO

Aldo Romeo S.r.l.
Casavatore (NA)

BASILICATA

Demauto S.p.a Bari

CALABRIA

ARP Italia

CAMPANIA

Aldo Romeo S.r.l. Casavatore (NA)
RI.EM S.r.l. Salerno

EMILIA-ROMAGNA

ARP Italia

FRIULI-VENEZIA-GIULIA

Stocchi Ricambi S.r.l.
Villatora di Saonara (PD)

LAZIO

LA S.A.R.A. S.r.l. Roma

LIGURIA

ARP Italia

LOMBARDIA

ARP Italia

MARCHE

Aldo Romeo S.r.l. Casavatore (NA)
Fape Ricambi S.a.s. Ancona

MOLISE

ARP Italia

PIEMONTE

General Electric Market S.p.A.
Cuneo

PUGLIA

Demauto S.p.a Bari
Demauto S.p.a Lecce

SARDEGNA

ARP Italia

SICILIA

Viesse S.a.s. Catania
Gianquinto ricambi Marsala (TP)

TOSCANA

DRS - F.lli Scardigli Livorno
Ream S.a.s. Pisa

TRENTINO ALTO-ADIGE

Stocchi Ricambi S.r.l.
Villatora di Saonara (PD)

UMBRIA

ARP Italia

VALLE-D'AOSTA

ARP Italia

VENETO

Stocchi Ricambi S.r.l.
Villatora di Saonara (PD)



d'acquisto), a seconda della caratteristica della regione. Attualmente la percentuale di business è pari al **70 per cento in Italia** e **30 per cento estero**. Nei prossimi mesi quindi si punterà al consolidamento dei mercati, con maggiore attenzione su quelli che hanno ancora ampi margini di sviluppo. Una punta d'orgoglio poi:

"Abbiamo avviato negli ultimi anni una serie di **partnership**, come quelle con **Ducati Corse** e **BMW Motorrad Italia**, che agevolano e accelerano la nostra credibilità sui nuovi mercati, tramite attività di co-marketing".

LA POLITICA VENDITA RESTA LA STESSA

La vendita avviene tramite **distributori regionali** e sarà confermata anche in futuro. Di certo, bisognerà essere sempre più vicini alle esigenze del mercato e a quelle che si creeranno per la continua evoluzione.

La nuova cultura d'impresa suggerisce (si legga impone) di **orientarsi sui servizi, sulla formazione**, con stile e competenza. **ga**



5 DOMANDE AD ANTONIO BRAIA

Per Antonio Braia, che rappresenta il marchio Brecav, bisogna investire costantemente sul capitale umano e sul proprio cliente, vero e proprio motore di sviluppo, innovazione e creatività. "Ci piace molto - ammette Antonio - lavorare sulla costruzione di un clima positivo, costituito da persone proattive che sentano importante il lavoro di squadra, un forte senso di appartenenza, condividendo vision e mission aziendale con collaboratori interni ed esterni, veri e propri partner di sviluppo prodotti che portino l'azienda a distinguersi. Sette anni fa per esempio è stata costituita la Scuola di Management Bi3, con l'obiettivo di mettere in rete competenze e conoscenze per condividere la cultura d'impresa. Del resto, tiene a precisare Antonio, "I nostri collaboratori non sono componenti di una classe o un reparto, ma sono parte di una famiglia con la sua cultura, la Brecav".

Problema economico: la stretta creditizia fa ritardare i pagamenti o addirittura nel peggiore dei casi... Come vi comportate con i cattivi pagatori?

"Da anni la nostra politica di chiarezza, nei confronti del mercato, relativamente ai pagamenti, ci ha portato a operare tagli e puntare esclusivamente su partner con i quali sviluppare e costruire insieme azioni commerciali, puntando su qualità e non quantità, dove l'insoluto diventa effettivamente rottura del rapporto (di fiducia e commerciale)".

Mercato interno, mercato estero, chi dà più soddisfazioni?

"Premesso che operiamo al 70 per cento in Italia, negli ultimi anni l'internazionalizzazione è diventata sempre più interessante verso i mercati dell'est (principalmente Russia ed Emirati) e del Mediterraneo (Magreb). Anche qui puntiamo sul valore del brand e non sul semplice collocamento del pezzo sulla base del prezzo".

Anche i paesi in crisi possono rappresentare un'opportunità?

"Certamente. Concetto vitale per noi è costruire sempre buo-

ne relazioni così da poter valutare costantemente la realtà socio economica delle nazioni in cui si opera. Per esempio il mercato greco ormai ci vede nuovamente protagonisti, grazie soprattutto alla qualità del nostro distributore che ha saputo attendere che molti suoi competitor chiudessero e lasciassero nuovi spazi di business".

Garanzia: come funzionano le procedure e come sono gestiti i resi?

"I nostri prodotti hanno garanzia prevista dalla Legge. Ma grande attenzione viene data alla gestione del reso, visto che diventa un momento di crescita, confronto e ricerca per sviluppare nuovi prodotti. Le percentuali di reso rimane molto bassa, non supera lo 0,5 per cento dei cavi prodotti".

Come vede il futuro nei prossimi 5 anni?

"Premesso che oggi fare previsioni sul futuro è un azzardo, si può ipotizzare una graduale armonizzazione dei prezzi dei ricambi a livello europeo. In Italia sembrerebbe esserci un livello prezzi più basso che negli altri paesi. Certo, è vero pure che per ottenere risultati più omogenei, bisognerebbe anche che la filiera distributiva fosse simile. Aggiungerei inoltre che l'interesse manifestato da diversi gruppi d'acquisto stranieri a investire in Italia stimolerà il consolidamento, in forma di alleanze o fusioni, delle strutture che attualmente operano a livello regionale".

e-commerce, da quando lo sperimentate e quali vantaggi ne avete tratto?

"Da oltre 10 anni siamo presenti sul nostro sito web istituzionale, con una piattaforma nata dalla volontà di intercettare potenziali clienti internauti, tutelando sempre la nostra filiera distributiva. Infatti l'ordine viene girato al distributore di zona che consegnerà il prodotto ordinato. I prezzi di vendita sono chiaramente a tutela della filiera, per evitare di generare confusione sul mercato. Siamo inoltre orgogliosi nei confronti dei nostri distributori che hanno avviato da tempo piattaforme e-commerce dedicate ai loro clienti".

