

BRECAV

ANTONIO BRAIA

CEO BRECAV

... Rimane fondamentale il ruolo del distributore...

In questi ultimi mesi si ha la sensazione che l'aftermarket italiano si stia "muovendo" con una velocità e una direzione diversa rispetto a quelle degli altri mercati europei. Si stanno verificando piccoli e grandi cambiamenti da parte degli operatori. Può darci una sua opinione?

Il mercato italiano dell'aftermarket sta avendo negli ultimi tempi evoluzioni importanti, con il passaggio da singoli distributori regionali a player sempre più a carattere multiregionale e nazionale. Allo stesso tempo i protagonisti del mercato si stanno raggruppando in consorzi di distributori, di distributori e ricambisti o di soli ricambisti.

Il futuro dell'aftermarket: in Italia si parla sempre di filiera troppo lunga. Secondo lei si tratta di una necessità a cui non se ne può fare a meno?

Condividendo lo sviluppo del business tramite una rete di distributori, ritengo che più che parlare di filiera troppo lunga si dovrebbero valorizzare le competenze e le esperienze, oltre alle capacità di approvvigionamento. In questo modo la risposta verso il cliente finale sarebbe più rapida, affidabile ma soprattutto con la forza di poter contare su brand riconosciuti.

Secondo le nostre sensazioni rimane fondamentale il ruolo del distributore. Quest'ultimo però deve intensificare e valorizzare sempre più la storia, la cultura, la tradizione, l'affidabilità e innovazione del produttore. In questo modo il distributore sarà riconosciuto come quel partner orientato sempre più ad ascoltare i reali bisogni del cliente.

Quali sono le prospettive che si possono aprire in un prossimo futuro?

In Italia ritengo che si inizi ad apprezzare sempre più l'affidabilità e il valore della relazione, intesa come garante del rapporto di business. Da una parte ci deve essere il ruolo del fornitore di prodotti, sempre più innovativo e orientato alla cultura dell'ascolto. Dall'altra il ruolo del distributore, il quale deve immediatamente cogliere i segnali di un mercato sempre più veloce e interagire con l'azienda fornitrice, così da sviluppare e creare prodotti sempre assolutamente coerenti alla richiesta. Siamo a conoscenza che i player dell'Aftermarket targhettizzano i fornitori in base alla storicità e alla innovazione di processo e di prodotto.

In ottica di cambiamento e di trasformazione del mercato, secondo lei, quale sarà il ruolo dei gruppi d'acquisto e dei consorzi? Qual è la posizione della sua azienda in questa direzione?

Il tema fondamentale è quello dell'informazione in senso lato, dal catalogo alle piattaforme, ai corsi di formazione, a come essere attrattivi e attraenti degli automobilisti che usano le officine che le concessionarie. Allo stesso

tempo i consorzi hanno e avranno un peso specifico sempre maggiore nella logica dell'offerta di informazioni e di strumenti agli operatori di tutta la filiera.

In questo mercato così dinamico è necessario sapersi muovere: quali sono le strategie di Brecav nel breve e nel medio periodo?

Nel 2015 abbiamo stipulato un accordo con TecAlliance per la presenza di Brecav su TecDoc. Al momento siamo già presenti su tutte le piattaforme nazionali e in alcune estere. TecDoc è il completamento del processo e l'aggiornamento in Italia sarà disponibile da settembre 2015. Da febbraio sono inoltre in distribuzione i nuovi Cataloghi BRECAV e ARP, dedicati ai cavi Candela. Il catalogo presenta 100 nuovi articoli e circa 1000 nuove applicazioni, testimonianza di importante ritorno, su molte motorizzazioni, dei Cavi Candela. Il nuovo Catalogo presenta una nuova impaginazione grafica oltre che descrittiva, grazie all'inserimento codici OEM. Nella seconda parte sono state inserite foto dei Cavi Candela, così da rendere chiaro il riconoscimento del cablaggio. Maggiore attenzione è stata data anche alle misure dei singoli cavi, inserendo la dimensione precisa dei cavi candela. E' presente anche colonna "prodotti" per auto di origine Tedesca, equivalente BER 461/2010 e non equivalenti, la differenza è sulla mancanza lato calotta del resistore. Grande attenzione alla parte comunicativa e grafica, con in evidenza le varie linee di Cavi Candela: Golden (impianti Gpl, Gas e Metano), Rainbow (in sostituzione della la linea Tuning), la linea Epoca e la nuova line BUS. Il nostro catalogo è consultabile e scaricabile anche via web. Il nuovo catalogo Cavi Candela ha seguito l'uscita di qualche mese fa del Catalogo linea Bobine di Accensione. Grazie ai nuovi strumenti, abbiamo iniziato un tour di presentazione degli stessi alla rete Italia ed estera. Nel 2015 saremo presenti alle fiere di settore a Istanbul, Bologna e Las Vegas.

Per fare la differenza bisogna abbinare qualità dei ricambi e miglior servizio. Questi due valori, oggi, sono sufficienti per essere vincenti?

La qualità del servizio è da sempre uno dei nostri cavalli di battaglia. Utilizziamo tutti i canali analogici e informatici per mettere a disposizione le informazioni a tutta la filiera, dal distributore/importatore sino all'automobilista. Il prodotto rimane centrale nell'epoca della grande crisi e delle "invasioni" che il mercato ha iniziato a subire dai produttori della vecchia Europa dell'Est e asiatici. A volte si acquistano prodotti "non equivalenti" con tutte i potenziali problemi che questo potrebbe comportare. Concludo con l'importanza di avvicinarsi al mondo della scuola, protagonisti di un orientamento sempre più consapevole per i ragazzi. Qui va dato atto all'importante Programma GM EDU, che vede Brecav tra le aziende partner. Ritengo sia impagabile vedere gli sguardi dei ragazzi, "affamati" di notizie e di "speranza".