



Il mercato

è perfetto

Per essere imprenditori è necessaria una visione a lungo termine, per intercettare le occasioni di business che ogni cambiamento porta con sé. Come ha fatto Brecav, azienda di Matera oggi proiettata sullo scenario internazionale

di Manuela Battaglino

“**C**io che Brecav è ora nasce dalla forza del network, una risorsa che oggi una piccola-media impresa deve mettere in gioco, per affrontare i grandi cambiamenti che l'automotive sta vivendo”. Antonio Braia afferma con decisione il valore del “fare rete” per operare sul mercato dei ricambi con successo e con risultati eloquenti, come quelli di Brecav, azienda di famiglia che lo vede alla guida nel ruolo di AD, fondata da suo padre Eustachio nel 1985 a Matera. Oggi realtà di primo piano nella produzione sistemi di accensione, Brecav ha chiuso il 2016 con una crescita del 18% sull'anno precedente e anche il 2017 è iniziato sotto i

migliori auspici. Tre i brand con cui il Gruppo opera: Brecav, Arp e Bream, che assicurano una copertura del 38% del mercato italiano. Importante anche la presenza internazionale, che vede l'azienda operativa con poli distributivi in Europa, Russia, Africa del Nord, Emirati Arabi, Costarica, Venezuela...

Guardare oltre: un dono di famiglia

Società specializzata in cavi candela e bobine per auto, moto, bus, truck e per gruppi elettrogeni, Brecav produce nella sede di Matera i cavi candela e opera attraverso due partnership estere: in Germania vengono realizzate le bobine di accensione e in Slovenia gli isolanti, i cappucci che servono a cablare



I fratelli Braia di Brecav: Antonio (al centro) con Paolo e Raffaele

di cavi. Due i brand proprietari del Gruppo: Arp e Bream, distribuito da Rhiag. In Brecav nulla è occasionale: ogni operazione legata a produzione, distribuzione e commercio è l'esito di un approccio imprenditoriale lungimirante, in cui marketing e comunicazione svolgono ruoli decisivi. Così la famiglia Braia è riuscita a mettersi in gioco ai livelli più alti, preservando il forte legame con le proprie radici e il territorio. "È stato mio padre, nel 1985", racconta a Parts Antonio Braia, "a capire l'importanza di valorizzare il cavo candela, componente apparentemente banale del motore, come prodotto risolutivo di molteplici problematiche sotto-cofano motore. Parallelamente, ha deciso di formare un territorio come il Sud Italia, con tutte le sue particolarità, mettendo a sistema quelle relazioni che, se gestite correttamente, danno valore a qualsiasi business. Mio padre ha collocato al centro dell'attività di Brecav i suoi valori: il rispetto, l'educazione e soprattutto la passione, che ha trasmesso a noi figli". Entrato in azienda nel 1988, dopo un percorso di formazione manageriale che lo ha visto frequentare la scuola del noto economista Franco D'Egidio, Antonio Braia ha inaugurato l'importante percorso di promozione del mar-

chio in termini di immagine e comunicazione, creando una brand identity consolidata e ben identificata sul mercato. Altrettanto efficaci, i successivi ingressi degli altri due fratelli Braia, Paolo e Raffaele: il primo oggi responsabile di produzione e HR; il secondo responsabile dei mercati internazionali, divenuti sempre più strategici per l'azienda. "Per trasmettere la filosofia e i valori aziendali", prosegue l'AD, "bisogna anche essere ricettivi. Mi piace dire che 'il mercato è perfetto', perché nelle sue evoluzioni genera stimoli e nuove opportunità che solo le persone sono in grado di cogliere. Intercettare i bisogni spesso latenti del mercato, anticipando quelli ancora non emersi con intuito e visione imprenditoriale, è compito specifico del 'capitale umano'. Così è successo anche nel nostro settore, tanto che dai 10 codici del 1985, Brecav è passata in breve tempo a 250 per arrivare agli oltre 1.300 di oggi. Contemporaneamente abbiamo perfezionato le politiche di marketing, attribuendo al prodotto italiano il claim 'Made in Italy by Italians' e alle bobine fatte in terra tedesca, patria evocativa della tecnologia più spinta, l'etichetta 'Brecav Made in Germany', operazione che ne ha favorito l'accoglienza sul mercato internazionale,

anticipando altresì la domanda di un futuro ormai prossimo, orientato alla diffusione dei motori ibridi". Sempre attenta alle dinamiche e alle evoluzioni del mercato, Brecav, inizialmente orientata ai distributori elettrici specializzati, si è rivolta con soddisfazione ai distributori di ricambi meccanici ed elettrici, per la loro formazione completa e la competenza allargata, che garantiscono un'attenzione maggiore al cliente finale.

Formazione e industria 4.0

Cosa significa affrontare il futuro per questa piccola impresa del Sud, fortemente proiettata all'internazionalità? "Abbiamo sempre vissuto ogni cambiamento da protagonisti", spiega l'AD, "e il prossimo, quello che racconterà un'epoca, l'industria 4.0, non ci spaventa. Oltre alla tecnologia, l'IoT, l'automazione industriale spinta, questa dimensione prevede una componente 'umana' che vuole 'le persone al centro'. Un'esperienza per noi già testata con il progetto di formazione manageriale Bi3, nato 11 anni fa dalla collaborazione con il professor Franco D'Egidio. Oggi, grazie ai nostri consulenti applichiamo su scala adeguata alle realtà imprenditoriali del nostro territorio i suoi insegnamenti. Così, per promuovere un progetto ispirato all'industria 4.0, Brecav a fine novembre si presenterà con una rinnovata identità online, articolata e funzionale: oltre al sito istituzionale di Brecav Group, lanceremo i nuovi brecav.it, bream.it e arpitalia.com, dedicati ai prodotti. Ma soprattutto inaugureremo BGarage, piattaforma di e-commerce completa di ogni informazione e dettaglio su tutte le nostre proposte produttive in particolare per linee Tuning, Auto Vintage e GPL/Metano: un'operazione che non vuole creare sovrapposizioni nella filiera distributiva, ma offrire una soluzione in più, dedicata all'internauta contemporaneo. Vogliamo esplorare questo canale che sta evolvendosi in tempo reale, per capirne le potenzialità effettive. Non solo, stiamo perfezionando una App che sfrutta la tecnologia dell'Augmented Reality e permetterà di acquisire info sul prodotto e conseguentemente ordinarlo. Quindi, per Brecav, il futuro è oggi".