RIVISTA DELL'INDUSTRIA E DEL COMMERCIO DI COMPONENTI E ACCESSORI PER VEICOLI INDUSTRIALI, COMMERCIALI E BUS

Notiziario Veicoli Industriali

GRUPPO EDITORIALE COLLINS SRL
notiziario@netcollins.com
www.notiziariomotoristico.com

€ 0,50
Anno XX - n.° **2** • 2021

Tecnica e tecnologia
dei sistemi di filtrazione

INTERVISTE
T.Truck - Paolo Baldini
Brecav - Antonio Braia

IN PRIMO PIANO
Progetto ammortizzatori:
la nuova linea di Erar

APPROFONDIMENTO
Guarnizioni per motori Euro 6:
il programma Elring - Das Original

MERCATO

I pesanti trainano la crescita

TECNOLOGIE

Le principali novità introdotte
dalle case costruttrici

Sommario

NOTIZIARIO VEICOLI INDUSTRIALI - ANNO XX - N.2/2021

10 **Una finestra sul mercato**
Market news, nomine, vita in azienda, eventi

26 **Distribuzione**
La specializzazione della giovane T.Truck per il ricambista

28 **Visti da vicino**
Brecav: tante frecce al proprio arco

32 **Visti da vicino**
Commercial Diesel parte di ARA Group Holding

34 **Speciale filtrazione**
Tecnica e tecnologia dei sistemi di filtrazione

38 **In primo piano**
Bosch eXchange: un sigillo di qualità per motorini e alternatori

Per ricevere la nostra newsletter iscriviti sul sito
www.notiziariovi.com

Un nuovo nome nella distribuzione truck: a colloquio con Paolo Baldini di T.Truck **26**

Nuovi prodotti (auto, truck, bus) e nuovi progetti di Brecav raccontati dal suo AD Antonio Braia **28**

Tecnica e tecnologia dei sistemi di filtrazione e l'importanza di una periodica sostituzione **34**

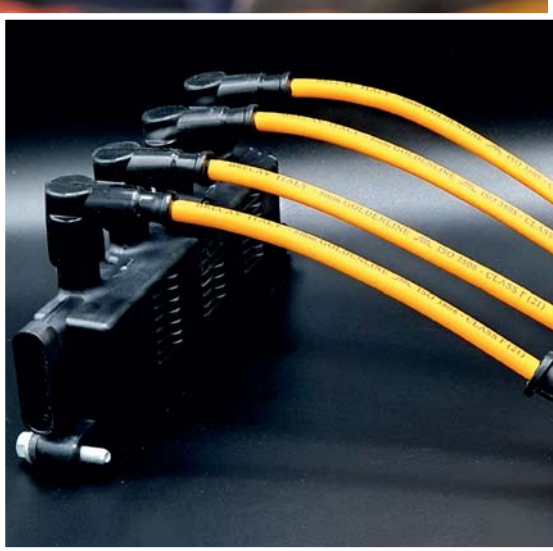
Motorini e alternatori Bosch eXchange: una gamma ampia, aggiornata e certificata **38**

Brecav: tante frecce al proprio arco

I PRODOTTI, DA SOLI, NON BASTANO A DECRETARE IL SUCCESSO DI UN'AZIENDA: CI VUOLE ANCHE ANIMA E CORAGGIO. NE ABBIAMO PARLATO CON ANTONIO BRAIA, AMMINISTRATORE DELEGATO DI BRECAV.

Alessandro Margiacchi

Antonio Braia, amministratore delegato di Brecav.



Il settore dell'aftermarket non è fermo, anzi tutt'altro. Il difficile contesto attuale, infatti, ha spinto molte aziende a reinventarsi, a cercare uno spiraglio di luce per uscire più forti da questa situazione.
Perché è proprio nei momenti difficili, come quello che stiamo vivendo, che bisogna lottare, cercando di fare la differenza e affrontando con ottimismo le sfide che il mercato pone ogni giorno. Brecav questo lo sa, ma è convinta anche che per uscire nel migliore dei modi da questa "tempesta" è necessario puntare sulle persone, sull'innovazione di prodotto e processo, sulla comunicazione, sul talento dei giovani, sulle relazioni umane e nel valorizzare il gioco di squadra, perché nessuno è in grado di vincere da solo.
Ne abbiamo parlato con Antonio Braia, amministratore delegato di Brecav, un vero imprenditore che "lotta" ogni giorno per trasmettere i suoi valori, la sua filosofia al mercato e al suo team, con l'obiettivo di costruire relazioni autentiche, instaurando rapporti di fiducia.
Parliamo, dunque, di Brecav: un'azienda che offre al mercato un catalogo completo di prodotti per l'accensione e che è stata capace di affermarsi sul mercato nazionale e internazionale come una realtà dinamica, ma soprattutto lungimirante.

Il senso di responsabilità

Per l'azienda di Matera, il cavo candela o la bobina di accensione non sono semplicemente dei ricambi, bensì una filosofia di vita. È proprio nei valori, che Braia definisce "beni intangibili", che Brecav vuole fare la differenza, oggi più che mai.
L'anno scorso, infatti, Brecav non si è mai fermata e ha dimostrato come affrontare le crisi con un approccio positivo porti a risultati altrettanto positivi. Con grande impegno e tenacia, l'azienda è riuscita a mantenere i volumi di affari e a portare avanti nuovi progetti, lanciare nuovi prodotti (auto, truck e bus) e stringere nuovi accordi di distribuzione.
"Il 2020 è stato davvero un anno difficile, come questo che stiamo vivendo, ma dobbiamo tenere duro. In Brecav tutti sono stati chiamati a fare la loro parte con grande senso di responsabilità e ci siamo subito adoperati per tutelare la salute e la sicurezza di tutto lo staff. Abbiamo cercato di far sentire i nostri collaboratori al sicuro, a casa loro, come lo sono sempre stati, ma in una nuova situazione. Abbiamo coinvolto tutti responsabilizzandoli e abbiamo scritto con loro i protocolli di sicurezza: siamo riusciti a farli stare tranquilli in un contesto totalmente inedito.

Tra di noi c'è rispetto e fiducia, io mi fido di tutti loro, perché se lavori bene internamente il mercato lo capisce e riesci a costruirti un futuro: il capitale umano è fondamentale", ci racconta Antonio Braia.
Ma come dicevamo, Brecav non si è mai fermata e ha portato a termine investimenti con coraggio e lucidità: "Il mondo deve andare avanti e in Brecav abbiamo deciso di investire in innovazione e in nuovi prodotti, grazie alla capacità di saper intercettare i bisogni di un mercato sempre in grande evoluzione. Lo abbiamo sempre fatto, ma ora molto di più. Potevamo avere paura, ma è oggi che le aziende, le persone, il management devono fare la differenza per continuare a costruire la propria reputazione.

Il più bel brevetto che stiamo per ricevere parla di responsabilità sociale di impresa ed è legato al codice etico dell'azienda. Riuscire ad avere un brevetto come questo, che parla di benessere e di clima aziendale, è per noi un motivo di orgoglio. Inoltre, abbiamo brevettato un macchinario che ha l'obiettivo di monitorare la qualità della vita sul posto di lavoro."

Innovazione in ambito truck

"Abbiamo ideato, progettato e realizzato una prolunga extension per mezzi Iveco 100% made in Brecav per l'aftermarket sia per i bus sia per i truck alimentati a LNG e gas metano. Ascoltando il mercato, abbiamo creato un prodotto AM, che potesse creare maggiori performance al motore a scoppio a metano, per migliorarne le prestazioni e diminuire le emissioni nocive. A capo di questo progetto c'è Raffaele Braia, che grazie al suo impegno costante ha messo a punto una serie di soluzioni innovative, come la prolunga 49.503 e le attrezzature da utilizzare sia internamente sia per la vendita in B2B", sottolinea Antonio Braia.

Il mercato

Conoscere le tendenze del mercato è fondamentale per avere la capacità di esserci ed è per questo che Brecav legge con attenzione i segnali che arrivano dal mercato stesso e monitora l'ingresso di nuovi competitor. "Il mercato continua ad andare avanti, ma con dinamiche diverse. Con il Covid-19, piattaforme di commercio online generaliste sono cresciute anche per prodotti automotive specialistici, come il nostro. Non possiamo far finta che questo non stia accadendo, perché è già accaduto. Per questo, ogni giorno, ci confrontiamo con i nostri distributori, parliamo con loro e cerchiamo di capire come fare la differenza.
Sicuramente la filiera italiana è e sarà sempre forte, ma sarà influenzata da nuovi elementi: ci saranno nuove sfide, ma non dobbiamo tirarci indietro. Dal mio punto di vista, perciò, è necessario fare attenzione a cosa richiede il mercato ed essere convinti della propria strategia. I competitor ci sono e probabilmente ne arriveranno degli altri, ma è importante essere coerenti: Brecav sarà sempre la stessa, cioè un'azienda capace di ascoltare il mercato e in grado di fare cultura con un prodotto molto tecnico e innovativo", spiega Antonio Braia. Segnaliamo, inoltre, che nel 2020, in piena pandemia, Brecav è riuscita ad ampliare ancor di più la propria rete commerciale in Italia, stringendo accordi con nuovi distributori, tra i protagonisti nel mondo aftermarket italiano.

La scelta dei partner

L'azienda, da sempre, si muove su più fronti, curando il rapporto con tutta la filiera distributiva, arrivando all'installatore, così da mettere a valore ascolto e trasferimento. In generale, però, l'obiettivo primario di Brecav è quello di continuare ad ottenere la fiducia della filiera aftermarket. Per questo, Brecav cerca di stabilire un rapporto diretto con qualsi-

La nuova prolunga extension permotorizzazioni Iveco, 100% made in Brecav

La novità in casa Brecav è un nuovo prodotto completamente progettato, sviluppato e realizzato per l'aftermarket: la prolunga extension per bus e camion Iveco alimentati a LNG e gas metano. "Ascoltando il mercato abbiamo inteso creare un prodotto AM che potesse offrire maggiori performance al motore a scoppio a metano, per migliorarne le performance e diminuire le emissioni nocive di CO2. Il prodotto ha sempre i 3Kohm e le parti in silicone e poliammide come da origine, ma si differenzia per alcune modifiche" ha affermato Raffaele Braia, Export Sales Manager e capo progetto della prolunga 49.503.

Raffaele Braia, Export Sales Manager di Brecav.

asi operatore, vuole conoscerlo di persona e "guardarlo negli occhi". Il tutto, naturalmente, sempre con la collaborazione del distributore e del ricambista, senza saltare i passaggi della filiera tradizionale a tre step dell'aftermarket italiano.
"Scegliamo partner che abbiano i nostri stessi valori, che sposano la nostra filosofia e che riescano a capire cosa chiediamo. Seguendo la filosofia 4.0 continuiamo a ideare, progettare, prototipare in house e affidare la realizzazione di alcuni prodotti a subcontractor europei di provata capacità e qualità (preferibilmente in Germania), prodotti che prima di essere immessi sul mercato nazionale e internazionale, vengono verificati e validati da noi", spiega Antonio Braia.

All'azienda non basta produrre i ricambi o realizzare una brochure tecnica, perché non arriverebbe dritto al cuore di chi lo tratta. Qui entrano in gioco perciò i valori, quei valori intangibili citati all'inizio che Brecav vuole trasmettere: rapporto umano, serietà, coerenza, affidabilità e serietà. "Dobbiamo trasmettere qualcosa di più al cliente, che si chiede perché scegliere Brecav e non un altro marchio. Noi, oltre che con un prodotto di qualità, rispondiamo sul campo. Dietro al nostro brand, infatti, ci sono persone che credono all'azienda e ne vivono appieno la realtà, mettendo a valore un atteggiamento orientato sempre al problem solving. Una consulenza sul campo realizzata in affiancamento alla rete dai nostri responsabili vendita in Italia e nel mondo. Chi sceglie Brecav sceglie un'impresa "smart" e lungimirante del Mezzogiorno che non è una multinazionale, ma che sa quello che vuole e che vuole rimanere quello che è", continua Antonio Braia.

Cavi candela per motorizzazioni a metano

La gamma dei cavi candela in teflon viene aggiornata giorno per giorno per venire incontro alle crescenti motorizzazioni a metano CNG e LNG.
"La gamma prevede 40 modelli con prolunghe cappucci in teflon per alimentare motori h24 7 su 7, motori che muovono l'economia con il nuovo Green Power Style.I veicoli alimentati a natural gas, CNG, LNG, LPG in maniera diretta o convertiti da motori Diesel hanno bisogno di prodotti di altissima qualità, di esperienza nel settore, di conoscenza degli aspetti tecnici peculiari di questa tipologia di alimentazioni. Brecav dal 1990 distribuisce i prodotti Golden Line per i motori a gas metano e gpl e nutre una trentennale esperienza nel settore" afferma l'azienda.
Applicazioni: i cavi candela con prolunghe teflon e le bobine di accensione per Truck e Bus coprono le case Iveco, Man, Scania, Renault, Volvo, IIA (Breda Menarini) e Mercedes Benz.

Alternanza scuola/lavoro

Brecav, inoltre, è continuamente alla ricerca del talento nelle persone, soprattutto nei giovani. "I giovani non possono non far parte del nostro progetto: per Brecav sono un valore in più. Quest'anno siamo anche cresciuti in organico: abbiamo inserito giovanissimi conosciuti in alternanza scuola/lavoro e grazie a tirocini curriculari con Università partner. Personalmente credo molto in questo progetto, lo vivo a 360 gradi. Il ragazzo che entra in Brecav non solo ci deve conoscere, ma deve entrare in empatia con l'azienda, così da poter esprimere al meglio le sue capacità e le sue passioni. Sta a noi, poi, cercare di far emergere il talento di queste nuove leve. Ci tengo molto a sottolineare questo aspetto, perché credo che i rapporti relazionali sono alla base di tutto, anche in famiglia. Mi rendo conto che non è facile, ma il segreto sta nell'utilizzare un linguaggio semplice e chiaro", dichiara Antonio Braia.

La comunicazione

Per Brecav, la comunicazione, che sia via web/social o verbale, è imprescindibile. In questo scenario pandemico è mancato il contatto diretto, ma i social network si sono dimostrati uno strumento di comunicazione molto efficace. Il periodo di lockdown ha infatti portato il livello di digitalizzazione di italiani e aziende a un livello mai visto prima.
"L'idea del nostro ufficio di comunicazione non è stata quella di parlare sui social di Brecav, ma di mostrare la nostra essenza. Per un prodotto, ad esempio, non ci limitiamo a mettere solo la foto, ma spieghiamo dove va posizionato, che tipo di applicazioni ha e quali sono le sue caratteristiche. L'obiettivo è quello di andare incontro ai nostri meravigliosi clienti e potenziali tali.
Così facendo generiamo intensità nella relazione, nella specializzazione e al problem solving. Insomma, abbiamo tante frecce al nostro arco e siamo pronti a centrare i nostri nuovi obiettivi", conclude Antonio Braia. ■