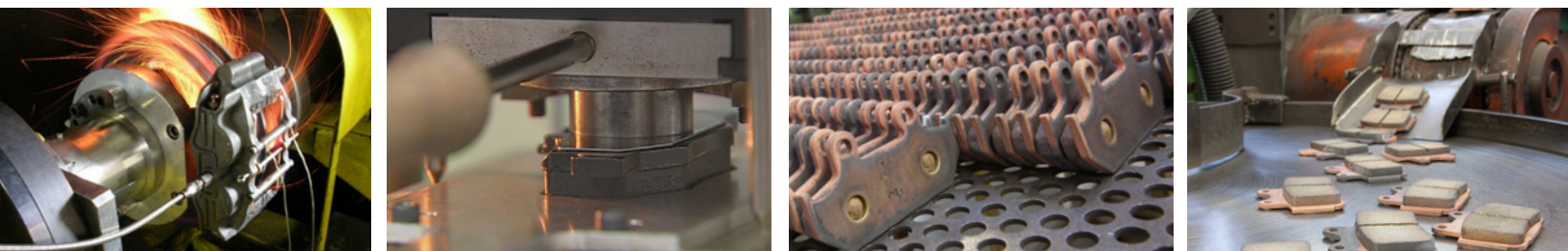


Sempre a fianco dell'officina

Dalla sede italiana Federal-Mogul punta ad acquisire quote di mercato per diventare leader in Italia, considerata uno dei mercati più importanti d'Europa



Una sede nel cuore dell'Europa a Mondovì in Piemonte per conquistare uno dei mercati che da sempre – anche nei momenti di forte crisi – viene considerato come uno dei più importanti: l'Italia. La multinazione Federal-Mogul è stata fondata a Detroit nel 1899 e ha la sede internazionale a Southfield, Michigan, con filiali in 34 Paesi. In Italia è presente dal 1995 con Ferodo Racing e Moto B.U., con una

parte dedicata all'organizzazione aziendale e alla produzione e con i team R&D, Commerciale, Produzione e Supply Chain. A livello globale Federal-Mogul Corporation è leader nell'offerta di prodotti e

servizi ai produttori e ai centri di assistenza di veicoli ed equipaggiamenti per il settore delle automobili, dei veicoli commerciali leggeri, pesanti e agricoli e rifornisce anche gli operatori impegnati nel settore della produzione energia elettrica, in quello aerospaziale, navale, ferroviario e industriale. Secondo Federal-Mogul i prodotti e i servizi offerti garantiscono migliori livelli di consumo, emissioni ridotte e una maggiore sicurezza dei veicoli. Ne parliamo con Sergio Bonfanti, Managing Director Racing & Motorcycle Division di Federal-Mogul Italy:

MDN: Federal-Mogul è un'azienda americana ma con una forte tradizione anche in Italia. Qual è il ruolo della sede di Mondovì nell'ecosistema aziendale e quali i suoi caratteri distintivi rispetto alle corrispondenti estere?

Sergio Bonfanti: "Federal-Mogul è una multinazionale con circa 45.000 dipendenti e 9 miliardi di dollari di fatturato annuo. All'interno di questo grande contenitore vengono prodotti centinaia di migliaia di articoli e quelli per applicazioni moto. Nella sede di Mondovì si realizzano pastiglie freno per applicazioni che spaziano dalle biciclette ai treni e vengono riforniti sia i costruttori di veicoli o impianti frenanti (primo equipaggiamento), sia i canali di distribuzione del ricambio (AM). L'unicità dello stabilimento italiano rispetto agli altri del gruppo è la produzione di pastiglie motociclo (organiche e sinterizzate) per primo equipaggiamento e ricambio e le pastiglie per le auto da corsa (Ferodo Racing). Abbiamo la divisione prodotti speciali che, oltre ai materiali di attrito, fornisce al canale ricambio i prodotti e i marchi di proprietà del Gruppo Federal-Mogul (oltre a Ferodo anche Champion candele e filtri)".

MDN: Un'azienda con oltre 100 anni di vita non può che avere una visione di

ampio respiro proiettata al futuro. Qual è secondo Federal-Mogul, lo stato di salute attuale nel mercato del ricambio consumabile in Italia?

SB: "La nostra visione non può limitarsi al territorio italiano in una fase storica definita di globalizzazione. Il mercato sta cambiando molto rapidamente e ci sono vari player della distribuzione che hanno ambizioni a livello continentale (Europa) e altri ancora che invece puntano a un posizionamento globale. L'Italia, come spesso succede, è abbastanza ancorata a modelli distributivi tradizionali, anche 'se il fiume in piena sta modificando gli argini'. Nonostante la crisi iniziata nel 2007 – e vista nel ricambio un paio di anni dopo – il mercato italiano continua a essere il più importante in ambito Europeo".

MDN: Nel settore delle due ruote la competizione non è solo fra grandi marchi, c'è anche un universo di prodotti unbranded o rimarchiati che possono acquisire quote di mercato, soprattutto in condizioni di pressione

Sergio Bonfanti ha un forte know-how nel settore delle due ruote lavorando prima in Motorquality SpA (dal 1992 al 1995) e poi approdando in Federal-Mogul Italy. Inizialmente l'incarico in Federal-Mogul si focalizzava sul riportare il marchio Ferodo ai più alti livelli nel mondo delle corse auto. Bonfanti dal 1998 è responsabile a livello globale del business Ferodo Motociclo AM. La missione attuale della business unit Prodotti Speciali FM è focalizzata sullo sviluppo, definizione, produzione e distribuzione di prodotti per auto corsa e motociclo (OE e AM) utilizzando un Team di lavoro di specialisti.



forte sul prezzo. Cosa può fare Federal-Mogul per contrastare questo fenomeno?

SB: "Vediamo la concorrenza come uno stimolo al continuo miglioramento a 360° così investiamo in efficienze continue di processo e di costi di distribuzione per rimanere competitivi. Allo stesso tempo dobbiamo esprimere un ottimo livello qualitativo e innovativo di prodotto. Questo è un mix di azioni che ci porta a non aver paura della concorrenza. Non dimentichiamo che nel business di oggi, anche altri fattori – oltre al prezzo e al prodotto – possono fare la differenza. Mi riferisco alla qualità delle informazioni che si danno alla distribuzione e al servizio che permette ai clienti di non perdere opportunità di vendita".

MDN: Oggi la competizione si gioca sempre di più sulla logistica e sul servizio. Quali punti di forza sentite di avere da questo punto di vista e come si traducono in termini di relazione quotidiana con l'officina o il dettagliante?

SB: "Non trattiamo direttamente con le officine e i dettaglianti, ma ci affidiamo a specialisti di primo livello per arrivare all'utente finale. In Italia RMS e Newfren sono i nostri partner per grossisti, ricambisti e officine. Noi operiamo nei loro confronti con un magazzino di prodotto finito che ci permette di dare un servizio di buon livello".

MDN: Viviamo in un mercato sempre più globalizzato e l'Italia è storicamente



terra di conquista anche per grandi player internazionali, oggi capaci di sfruttare in maniera efficace le potenzialità della vendita online di ricambi. Come reagisce Federal-Mogul a questo nuovo scenario?

SB: "Ovviamente monitoriamo anche il web, perché le vendite online sono in crescita e oggi attraverso i nostri partner commerciali stiamo utilizzando anche questo canale di vendita e di sviluppo".

MDN: Cosa offre Federal-Mogul ai propri installatori e dettaglianti per far percepire la qualità del prodotto e le sue caratteristiche distintive?

SB: "Informazione puntuale e precisa, corsi di aggiornamento che realizziamo periodicamente e la garanzia di un grande produttore. Abbiamo sviluppato dei sistemi di ricerca rapida con i quali garantiamo agli operatori di settore di poter trovare il prodotto adeguato all'esigenza in 30 secondi al massimo. Nei picchi di stagione in modo particolare, questo sistema permette di massimizzare i profitti dei nostri clienti".


MDN: Chiudiamo con uno sguardo al futuro. Le immatricolazioni sono tornate a crescere e pare esserci più fiducia nelle capacità dell'economia italiana di rafforzarsi. Quale scenario potrebbe allora verificarsi per il settore del ricambio legato a freni, frizioni e tagliandi?

SB: "Certamente se aumenta

il circolante aumenterà la domanda di ricambi per i tagliandi. Ritengo che per migliorare le sorti del settore delle due ruote, servirebbe un interesse maggiore da parte della politica per far crescere la cultura moto. Oggi i costi delle assicurazioni e della patente rappresentano un grosso freno allo sviluppo di questo settore".

MDN: Quale ruolo punta a ottenere Federal-Mogul in questa visione a medio lungo termine? Quale ruolo avranno i rivenditori e installatori italiani secondo Federal-Mogul?

SB: "Stiamo lavorando per essere leader di mercato, ponendo un'attenzione particolare a tutti i fattori di successo: processi, prodotti, servizi, comunicazione.

Il ruolo dei rivenditori in Italia e degli installatori non credo cambierà molto nei prossimi anni: cambierà invece il loro modo di operare e di scegliere i propri fornitori e questo porterà a un atteggiamento più selettivo". 

Mario Mazza



**BORN
TO BE
MOTO**

Progettato per i dealer più affezionati, Lighttech presenta il suo nuovo espositore prodotti: innovativo, pratico ed esclusivo.

Semplicissimo da montare, è un display creato interamente in metallo per offrire una grande solidità e una lunga durata: informati subito!

 **LightTech**
Italian racing components

