



Obiettivi condivisi

Nexus
Italia N!

I soci di Nexus Italia hanno incontrato a Roma i vertici internazionali del Gruppo per confrontarsi sui passi compiuti e sulla strategia da attuare in Italia

di Maria Ranieri e Andrea Martinello

Apoco più di un anno dall'entrata in scena del Gruppo internazionale Nexus, i soci italiani si sono riuniti per il primo meeting di Nexus Italia. L'incontro, a cui hanno partecipato i vertici dell'organizzazione Gael Escribe e Philippe Guyot, si è tenuto il 6 marzo a Fiumicino presso l'Hotel Golden Tulip Rome Airport. Presenti tutti i soci italiani, che si sono potuti confrontare direttamente con la direzione centrale in modo da avere un quadro dettagliato sugli importanti passi che il Gruppo sta compiendo. Nexus Italia detiene attualmente il 5% delle quote di Nexus International ed è l'unico partner per l'aftermarket italiano. Dell'organizzazione italiana fanno parte il

gruppo di distributori GSG (formato da Abcar, Fi-Di Ricambi, Car Service, Pelloni, GSG Toscana, Redcar, Ceram, Cama e Secori), il gruppo IBG (Agma, Cora/CDR, FBS, Europarts e Autoricambi Cori) e i distributori nazionali Pitteri Violini (16 filiali) e Trione Ricambi (11 magazzini).

La direzione di Nexus Automotive International ha quindi incontrato i soci di Nexus Italia per un aggiornamento sui traguardi raggiunti e sugli obiettivi futuri, alla luce del fatto che il Gruppo si trova in una fase di forte dinamismo e crescita nella quale le coordinate mutano quotidianamente. "Spesso, nelle organizzazioni internazionali come Nexus International, chi vive il mercato quotidianamente non percepisce



Il meeting di Roma ha avuto per i soci un valore simbolico: aziende che fino all'anno scorso erano concorrenti si sono incontrate per la prima volta, ponendo il primo mattone di un comune senso di appartenenza al Gruppo

appieno il contesto generale in cui si sta muovendo e al quale sta fattivamente contribuendo; così come, altrettanto spesso, chi dirige il transatlantico non sempre è cosciente di ciò che accade in sala macchine. Abbiamo perciò voluto che la direzione di Nexus Automotive International incontrasse le singole aziende italiane per uno scambio di notizie e idee su tutto ciò che sta accadendo nella nostra grande organizzazione", ha detto il direttore di Nexus Italia Andrea Boni.

Il meeting ha avuto inoltre per i soci un importante valore simbolico: aziende che fino all'anno scorso erano concorrenti si sono incontrate per la prima volta, ponendo il primo mattone di un comune senso di appartenenza al Gruppo.

La strategia

Sono molti i progetti e le strategie che Nexus sta portando avanti nei quattro angoli del pianeta con particolare attenzione anche a mercati ancora poco presidiati, ma dal grande potenziale, come l'Africa e il Medio-Oriente, ma anche la Cina e l'area Asia-Pacifico.

Nel primo anno di attività Nexus ha chiuso con un fatturato di 3,3 miliardi di euro, e si appresta a crescere ulteriormente (la

previsione è di 5 milioni entro la fine del 2015), consolidando il rapporto con i fornitori e offrendo opportunità esclusive ai propri soci.

Tra i vari progetti avviati dal Gruppo internazionale, Nexus Italia si sta concentrando in particolare sul *private label*, inserendo linee di prodotto a marchio del Gruppo o del singolo socio. "Nexus International è una fucina di stimoli e progetti - afferma Boni - Quelli che ci riguardano più da vicino si riferiscono alla possibilità di partecipare a tender globali su specifiche linee di prodotto da potere poi inserire come private label del Gruppo o del singolo membro. Questo ci ha già visto contribuire, come Nexus Italia, alla prima di tali negoziazioni. Certamente la possibilità di inserire linee di prodotto a marchio del Gruppo o a marchio del singolo socio godendo del peso internazionale è il primo e più concreto dei progetti che ci sono stati finora offerti".

Progetto officine

Asse portante della strategia internazionale è il progetto officine. Nel 2015 sono stati lanciati Nexus Auto e Nexus Truck, i network dedicati rispettivamente ad auto e autocarro, supportati da una politica comune di marketing e immagine coordinata.

Nexus Auto conta di raggiungere entro il 2015 le 300 officine affiliate; è già stato avviato in Francia e Polonia, e tra giugno e luglio si aggiungeranno anche Spagna e Gran Bretagna. Nexus Truck è partito come progetto pilota in Polonia e si prevede di avviarlo nei prossimi mesi anche in Gran Bretagna, Spagna, Marocco e Giordania. In Italia il progetto officine è in fase di valutazione, e si stanno analizzando vari aspetti per capire come declinarlo al meglio nel contesto italiano.

"Negli ultimi 10-15 anni, nel mercato italiano si sono proposti numerosi progetti tutti simili tra loro nell'intelaiatura e, purtroppo, anche nella mancanza di incisività sull'installatore il quale, alla fine dei conti, poco ritiene di averne tratto vantaggio - sottolinea Boni - Vi sono delle eccezioni virtuose tutte caratterizzate dall'assunzione del progetto di network come strategico per l'azienda, dall'impiego di importanti risorse umane e finanziarie all'elevato grado di professionalità espresso. Se saremo in grado di condurre i progetti Nexus Auto e Nexus Truck con queste caratteristiche, allora partiremo".

Autopromotec

Ad Autopromotec sarà presente GSG (Global Spare Group), che all'interno del suo stand darà ampio spazio e visibilità anche a Nexus e ai suoi fornitori. "Vi saranno novità molto importanti sotto quest'ultimo aspetto a seguito di nuovi accordi strategici siglati proprio quest'anno sfruttando i fornitori a pannello internazionale", precisa Boni. GSG presenterà inoltre la sua ampliata gamma di prodotti a proprio marchio, QParts, che ormai da 5 anni sta dando notevoli soddisfazioni ai clienti. ■