



VOGLIA DI ESSERE LEADER

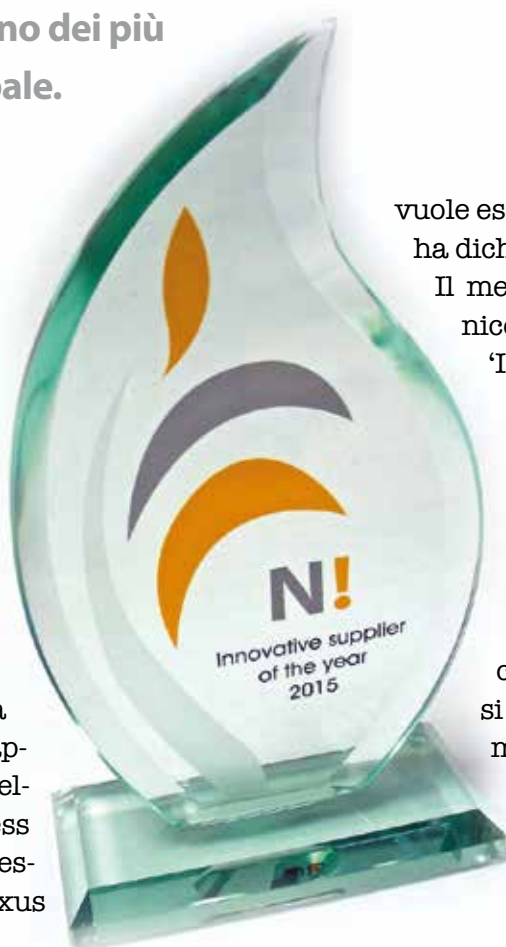
Dopo il successo della seconda edizione del NEXUS Business Forum, abbiamo intervistato Andrea Boni, coordinatore di Nexus Automotive Italia, per scoprire i punti di forza di uno dei più importanti gruppi a livello globale.

Nexus Automotive **International**

N!

a cura della Redazione

Con un obiettivo di fatturato per il 2016 di 9 miliardi di euro, Nexus Automotive International ricopre una posizione importante nell'aftermarket a livello globale. Il suo fatturato consolidato nel 2015 di 7,25 miliardi di euro e con l'allargamento del gruppo in oltre 100 nazioni, N! (questo il simbolo per indicare Nexus Automotive International) ha richiamato a Montreux in Svizzera, a inizio febbraio, oltre 300 delegati in rappresentanza di 70 stati, in occasione della seconda edizione del NEXUS Business Forum. "La nostra visione è quella di essere in un mercato globale nel quale Nexus



vuole essere leader, e non più uno sfidante" ha dichiarato il CEO Gael Escribe.

Il meeting ha fatto anche da palcoscenico alle consegne del premio NEXUS 'Innovative Supplier of the Year Awards'; il riconoscimento per l'innovazione è andato a Federal-Mogul e NTN-SNR, premiati rispettivamente per il prodotto più innovativo e per essere il fornitore con il più moderno sistema in grado di migliorare il servizio del cliente. Per scoprire al meglio cosa si "nasconde" dietro a Nexus Automotive International, abbiamo rivolto qualche domanda a Andrea Boni, coordinatore di Nexus Automotive Italia e membro del board internazionale.



Gael Escribe CEO N!

Quali sono le attività che Nexus ha fatto in questi ultimi anni nel mondo? E in Italia?

Dalla data della sua costituzione, avvenuta nel febbraio 2014, Nexus Automotive International è cresciuta sotto tutti i punti di vista. Le sue attività principali possono essere divise in tre macro aree:

1. Globalità

Nexus Automotive International è divenuta globale, non per caso, ma per chiara scelta strategica di espansione. Oggi Nexus International è il solo gruppo internazionale che, in termini di fatturato, veda al primo posto un'area non europea: il nord America. Al secondo posto troviamo l'Europa occidentale, al terzo l'Africa, al quarto l'Europa orientale, al quinto l'Asia-Pacifico. Ciò ha determinato la prima forte connotazione del gruppo, cioè la sua "Globalità". È questa una caratteristica molto importante soprattutto nei confronti dei fornitori poiché permette loro l'accesso a nuovi mer-



Andrea Boni, Coordinatore Nexus Automotive Italia



Da sinistra Akram Shahrou (N! Chaerman), Oliver Legrand (FM) e Filipe Guyot (N!)

cati con un grado di rischio molto inferiore rispetto a quello che sosterebbero qualora non fossero veicolati da un'organizzazione internazionale. L'ultimo membro, ma solo in ordine di tempo, entrato nella famiglia Nexus, proviene dall'Uganda, ma vi sono anche membri da Cina, Singapore, Taiwan, Sudafrica, Usa, Canada, Medio Oriente, Brasile, Argentina, Cile, ecc.

2. Innovatività

Nexus Automotive International è nata nel terzo millennio e di questo periodo è figlia, con tutto il patrimonio tecnologico che la nostra epoca ci mette a disposizione. A disposizione dei membri e fornitori lo sviluppo di piattaforme web e social, per rendere più efficace la comunicazione tra di loro, e una piattaforma intranet nella quale condividere anche informazioni più sensibili, ma egualmente importanti ai fini della gestione dei processi e delle relazioni nel gruppo. Innovativo è anche l'approccio al business: verso i membri, nel diventare "globali", verso i fornitori nel concentrarsi sul "valore aggiunto".

Un pannello fornitori completo, ma non ridondante, una considerazione del fornitore per le sue caratteristiche ad essere globale e innovativo, un impegno allo sviluppo del business: tre elementi che oggi vengono molto apprezzati e che rendono strategico agli occhi del fornitore il rapporto con N! International e i suoi membri.



Da sinistra Christophe Idelon, Christophe Espine (NTN-SNR), Akram Shahrour(NI), Eric Malavasi(NTN-SNR) e Philippe Guyot(NI)

3. Progettualità

- NEXUS AUTO e NEXUS TRUCK sono i progetti di network per auto e truck che hanno visto le loro prime implementazioni in paesi come Francia e Spagna.
- Il lancio del marchio privato del gruppo: DRIVE+, sviluppato rigorosamente con i fornitori a pannello. Obiettivo, quello di offrire il miglior rapporto qualità / prezzo / efficienza logistica ai membri.
- La scuola di formazione manageriale, ovvero NEXUS ACADEMY. Di recente realizzazione, è a disposizione di tutti i membri per migliorare la qualità delle risorse umane a qualsiasi livello aziendale.

Con quali obiettivi è stata creata Nexus Automotive Italia?

In Italia siamo cresciuti. È stata creata Nexus Automotive Italia per offrire ai fornitori a pannello internazionale la piattaforma più ampia possibile di sviluppo del business, attraverso modelli anche diversificati di approccio al mercato (operatori nazionali e operatori regionali). Il lavoro maggiore è stato quello di ri-orientare i rapporti di fornitura dei membri di Nexus Italia, verso i fornitori a pannello internazionale. Possiamo affermare che dal momento della creazione di Nexus Automotive Italia nell'ottobre 2014, pressoché tutti i nuovi fornitori attivati, provengono dal pannello internazionale. Questo è un elemento molto importante per ricambiare la fiducia che la comunità dei fornitori sta riponendo nella nostra organizzazione.

Che collaborazione esiste tra i fornitori e soci di Nexus?

Direi che la collaborazione è la conseguenza di un "patto chiaro" con i fornitori: Nexus referencia un numero limitato di fornitori su cui concentra l'attività dei propri membri, i fornitori offrono ai membri le migliori opportunità di sviluppo del business. L'efficacia di Nexus sta nel fatto di aver compreso la

nuova fase nella quale si muovono oggi i fornitori. Il loro obiettivo non è storicamente lo stesso di quando sono sorte le altre organizzazioni internazionali: allora il fornitore esprimeva bisogni più "basici" di migliore copertura del mercato europeo e di smarcamento dal sistema delle esclusive territoriali. Oggi questa fase è passata e il fornitore ricerca rapporti che gli consentano di sviluppare business in un ambiente di mercato molto più complesso. Nexus pare avere il DNA giusto per corrispondere a queste attese.

Sono state premiate due importanti realtà internazionali: Federal-Mogul e NTN-SNR perché si sono distinte per le loro attività rivolte al miglioramento dei prodotti e del servizio. E' un po' lo spirito del Gruppo?

Certo! Nexus è "Innovazione" e, come tale, ha ritenuto di premiare, tra i fornitori, coloro che maggiormente si sono avvicinati a questo spirito attraverso un approccio innovativo ai prodotti o ai servizi. Da questo punto di vista Federal-Mogul si è distinta per lo sviluppo della linea di pastiglie "Eco Fiction", che non prevedono l'utilizzo di rame, anticipando, in ciò, l'entrata in vigore delle normative europee. Per quanto riguarda NTN-SNR è stato premiato il loro tool TechScan'R che consente, attraverso app dedicata, con un semplice device mobile di acquisire tutte le informazioni tecniche e di catalogo relative ad un prodotto dell'azienda; questo è possibile semplicemente rilevando in modo ottico il codice dalla confezione e con la tecnologia della realtà aumentata.

“NI è il solo gruppo internazionale che, in termini di fatturato, vede al primo posto un'area non europea.”

Sono previste delle attività legate alle officine in futuro?

A livello internazionale sono già attive in alcuni paesi. Per quanto riguarda l'Italia, siamo in fase di valutazione circa le modalità di attuazione del progetto. Noi pensiamo che negli ultimi 15 anni nel nostro mercato si siano succeduti numerosi progetti, tutti molto simili tra di loro e, molti con risultati non sempre positivi. Ciò ci induce anzitutto a chiederci quali siano i bisogni degli autoriparatori del terzo millennio e, conseguentemente, a quale taglio dare a questi progetti: è ancora sufficiente offrire supporto tecnico e strumenti diagnostici? Si devono offrire sempre più strumenti anche commerciali? Puntare su visibilità "social"? Queste sono tutte domande che ci stiamo ponendo per non correre il rischio di presentarci come "l'ennesimo progetto di network a basso valore aggiunto".