

Satep BestDrive Professional è a Napoli, in via Ferrante Imperato 190, e da oltre 30 anni un'azienda leader in Campania nella vendita di pneumatici per auto, autocarri, autobus, carrelli industriali e ogni tipo di camion e TIR e tutti i servizi collegati. Grazie alle officine mobili, l'assistenza ai mezzi è garantita 24 ore su 24 in tutta la Campania. Abbiamo intervistato uno dei soci dell'azienda, Giampiero Tedesco, che ci ha parlato della sua visione del business, di come si sta evolvendo il mercato e del rapporto con BestDrive.

Come nasce Satep e quali sono i principali sviluppi dell'azienda?

L'azienda nasce nel 1969 come ricostruttore e rappresenta una delle prime esperienze in Italia e probabilmente anche in Europa. Fu grazie ad un'intuizione di mio padre, alla quale ne seguirono molte altre. Oltre all'esperienza nella ricostruzione, sempre su suo stimolo infatti, avvenne nel 1988 il debutto nella rivendita, con l'apertura del primo punto vendita su piazza. Cambiò un po' il rapporto con i gommisti: alcuni di loro si trasformarono da clienti a concorrenti.

Allora i clienti della ricostruzione erano le aziende di trasporto persone, che lanciavano gare di appalto per la fornitura di pneumatici alle quali partecipavamo con successo. Oltre a questo settore di business è cresciuto nel tempo il rapporto diretto con l'utente finale, grazie al buon sviluppo dell'attività in negozio.

Qual è il vostro punto di forza?

Certamente la componente servizio. Siamo stati i primi nella zona ad effettuare servizio in esterna con officine mobili. Oggi disponiamo di 11 mezzi con servizio H/24 e siamo certamente molto avanti rispetto alla concorrenza. Anche questa fu un'intuizione di mio padre. Con questa attività sviluppiamo circa il 60% del fatturato dell'azienda e siamo riconosciuti come estremamente competitivi. Dobbiamo invece crescere nell'attività tradizionale in officina, specie per quanto riguarda la preparazione tecnica degli addetti che, tra l'altro, sono molti difficili da reperire. Il mestiere del gommista sui truck è poco attrattivo e i giovani non vogliono intraprendere questa attività. L'età media degli operatori è molto alta e non c'è ricambio. Così come le aziende di trasporto non trovano autisti, noi non troviamo operatori qualificati e motivati.

Come vede l'evoluzione del mercato?



Il mercato cambia molto velocemente e in profondità. Iniziamo dal fatto che ad esempio le aziende di trasporto pubblico oggi lanciano bandi di gara “full services” cioè comprensivi di manutenzione, meccatronica, e carrozzeria oltre che pneumatici. Siamo quindi diventati fornitori di fornitori, non facendo alcuna attività complementare ai pneumatici. Oltre a ciò, si afferma sul mercato la formula del contratto chilometrico (con tariffazione a chilometro tutto incluso) e anche questo richiede particolari strutture per essere applicato. Le grandi flotte trattano direttamente con le multinazionali (Continental, Bridgestone, Michelin) e si accordano per servizi e fatturazione diretta. Questa evoluzione se da un lato ci taglia fuori come fornitore diretto, dall’altro ci consente di legarci in partnership con i grandi produttori e questa è la strada in cui crediamo e che abbiamo intrapreso. Ritengo che questo mercato sia particolarmente complesso da interpretare senza una visione di insieme e quindi auspico un legame sempre più stretto con chi è in grado di leggere fenomeni su larga scala che hanno impatto anche sul territorio. La concentrazione delle flotte, l’aumento della loro dimensione, la ricerca dell’efficienza di costo e di servizio sono ormai fenomeni consolidati e ben visibili anche a livello territoriale. Essere legati ad un grande gruppo ci mette al riparo da situazioni complesse e ci dà strumenti evoluti per affrontare un mercato in evoluzione. Formazione, qualità dei supporti di comunicazione, marketing ... sono cose indispensabili oggi. Per il futuro vedo aziende come la mia che diventano veri bracci operativi delle multinazionali. Il mercato di domani sarà caratterizzato da nuovi modelli di business come ad esempio il noleggio. Pur essendo tra i primi dieci montatori in Italia e potendo contare su agenti sul territorio ritengo indispensabile avere l’appoggio di un grande gruppo. Per questo ho deciso di partecipare al programma BestDrive Professional.

Quali pensa possano essere le basi sulle quali impostare il futuro?

Le basi per il futuro sono le stesse che ci hanno consentito di arrivare fino ad oggi. È un fatto di approccio al mestiere e di cultura. In questo lavoro sono necessari innanzitutto etica e un’abnegazione totale. Non ci si può risparmiare o tirare indietro e bisogna dare tutto. La

seconda cosa è il rapporto con il cliente. Io dico sempre che bisogna a volte anche saper perdere - commercialmente parlando - per raggiungere obiettivi di lungo periodo. Concedere qualcosa per mantenere la relazione può essere la mossa vincente nel lungo termine. Chi specula e ricerca sempre il massimo del profitto è destinato ad avere rapporti di breve durata e vedrà il suo business ridursi sempre più. Oggi vince la partnership ed è necessaria soprattutto la correttezza nei rapporti; mi riferisco ai clienti, ai fornitori, ai collaboratori, a chiunque. Questo aggiunge valore al lavoro che facciamo e all'azienda.



Oltre a questo è necessario crescere, sia professionalmente che come struttura. Per questo ritengo sia fondamentale stringere sempre più la partnership con un grande gruppo come Continental, che ci può guidare in questa ricerca di nuovi spazi. Siamo nel mezzo di una trasformazione e attorno a noi si muovono da un lato le multinazionali che producono e dall'altro le grandi flotte. Questi due soggetti trattano direttamente tra loro e noi dobbiamo essere capaci di ottenere la fiducia di entrambi questi player per continuare ad avere un ruolo nel mercato. Per questo motivo io sono convinto che sia indispensabile legarsi ad un brand prestigioso anche a rischio di perdere un po' della propria autonomia. Va fatto nel modo giusto, questo è certo. Ma è una questione di grande importanza se si vuole mantenere viva ed in crescita la propria azienda. Noi riteniamo di aver fatto la scelta giusta diventando BestDrive, per continuare a essere al passo con il mercato come lo siamo stati negli ultimi cinquant'anni!