



L'alternativa

Siamo entrati nello stabilimento tedesco di OPTIMAL brand mid-high level, di qualità equivalente all'originale, distribuito in Italia da LKQ RHIAG

di **Andrea Martinello**

L'azienda tedesca OPTIMAL ha aperto per la prima volta le porte della sede di Lanzenbach, vicino a Monaco di Baviera, alla rivista *Parts* e a una quindicina di ricambisti soci del Consorzio inSIAMO, promosso da LKQ RHIAG. Abbiamo così avuto l'occasione di vedere da vicino come lavora un'azienda di primo livello, che non lascia nulla al caso e che ha fatto dell'affidabilità dei suoi prodotti il proprio tratto distintivo. Nel corso della giornata trascorsa nello stabilimento tedesco, abbiamo visitato, in particolare, l'area deputata



di qualità

al controllo qualità, dove alcuni ammortizzatori venivano sottoposti a test sui controlli di carico; quindi gli spazi destinati al confezionamento dei prodotti e il grande magazzino automatizzato. Il marchio OPTIMAL, distribuito in Italia da LKQ RHIAG, si posiziona su una fascia mid-high level, che assicura una qualità equivalente all'originale a un prezzo competitivo. L'azienda, fondata nel 1981, propone una gamma di ricambi di meccanica ampia e al tempo stesso profonda, con circa 30.000 referenze in totale che garantiscono una copertura superiore al 98% del

circolante. La qualità è garantita dall'importante lavoro di sviluppo condotto dagli ingegneri di OPTIMAL in Germania, che porta a prodotti che rispecchiano le caratteristiche di quelli originali e, in alcuni casi rappresentano anche soluzioni aggiuntive specifiche per l'aftermarket. Nel 2016 l'azienda è stata acquisita dal Gruppo tedesco Stahlgruber, a sua volta acquisito nel 2018 da LKQ. Anche OPTIMAL, conseguentemente, è entrata nella galassia LKQ, che negli ultimi anni ha sostenuto lo sviluppo del brand e la penetrazione in mercati strategici quali l'Italia.



“UNA VISITA ESCLUSIVA PER I SOCI INSIAMO”

La visita alla sede di Optimal rientra nelle iniziative del “nuovo corso” del Consorzio inSIAMO, che ha portato una quindicina di Soci a vedere personalmente come è organizzata l’azienda. Il Consorzio conta attualmente 110 Soci e la visita nasce anche dalla volontà di incrementare la collaborazione con il Socio di maggioranza LKQ RHIAG per sostenere lo sviluppo dei suoi progetti. Infatti dal 2023, RHIAG come partner sostenitore del Consorzio, nonché Socio di maggioranza, ha deciso di aumentare sia i contributi a sostegno dei Servizi sviluppati dal Consorzio stesso, sia le iniziative esclusive destinate ai Soci del Consorzio - spiega Claudio Di Giacomo, Amministratore Delegato di inSIAMO - Tra queste iniziative rientra la visita in Optimal, per fare conoscere una delle realtà che è alle spalle di uno dei private brand del Gruppo RHIAG. Questo è uno dei primi esempi che anticipa altri eventi esclusivi a cui verranno invitati i soci che dimostrano più interesse e feeling su determinati progetti e che si lasceranno coinvolgere attivamente nel Consorzio. Per lo sviluppo di questo “nuovo corso” di inSIAMO l’attività dei consiglieri, nel suggerire nuove attività e nuovi servizi che il Consorzio o i suoi Partner possono mettere a disposizione dei Soci, è diventata un elemento fondamentale. La loro presenza in queste occasioni, che si aggiunge ai numerosi altri impegni a cui sono chiamati come Consiglieri, vuole essere anche da stimolo ad una maggiore partecipazione da parte di tutti i Soci.



Claudio Di Giacomo, AD di inSIAMO

“UNA GAMMA CERTIFICATA MIRATA SULLE ESIGENZE DEI NOSTRI MERCATI”

Operativo da 18 anni in azienda, Aykut Asiloğlu è General Manager di OPTIMAL Turkey, la filiale turca di OPTIMAL e ricopre la carica di Head of Sales per Germania, Austria e Svizzera. Aykut ha seguito da vicino l’evoluzione di OPTIMAL, essendone stato anche azionista di minoranza, ed è oggi una delle figure chiave alla guida dell’azienda, verso il futuro in sinergia con LKQ.

Che risultati avete avuto quest’anno in termini di fatturato?

“L’anno si è chiuso con un fatturato di 78 milioni, in crescita rispetto ai 65 milioni dell’anno precedente. L’incremento è anche il risultato di un business model che sta cambiando: in passato eravamo più orientati all’export, con esportazioni in 80 Paesi del mondo, mentre attualmente abbiamo limitato le esportazioni in 55 Paesi. Abbiamo quindi preferito concentrarci su determinati mercati in base alla strategia e all’assetto

distributivo di LKQ nei vari Paesi, e su questi aumentare la gamma dei prodotti offerti”.

Su cosa avete puntato per differenziarvi sul mercato?

“Abbiamo da sempre puntato su un prodotto di qualità grazie ad un’accurata selezione di fornitori di primo livello. Un elemento che ci contraddistingue è inoltre la certificazione TÜV per la gamma di tiranteria-sterzo, che prevede periodici controlli sulla produzione e severi test di qualità sui vari codici. Siamo l’unica azienda aftermarket ad avere la certificazione TÜV per i nostri componenti del sistema sterzante, e questo ci consente di avere un elemento in più da mettere sul tavolo dei nostri clienti. Su molti componenti, inoltre, abbiamo fatto delle scelte di qualità a livello produttivo selezionando particolari elementi per migliorarne affidabilità e performance, come le cuffie in gomma di alta qualità o uno speciale grasso per migliorare protezione e durata”.

Come state affrontando il tema dell’elettrificazione?

“Già all’edizione pre-pandemia di Automechanika Francoforte abbiamo presentato un catalogo dedicato alle auto elettriche e ibride, siamo stati tra i primi a farlo. Molti componenti sono gli stessi delle auto con motore endotermico, ma averli raggruppati in un catalogo dedicato esclusivamente alle applicazioni elettriche è stata una scelta molto apprezzata dai clienti”.



Aykut Asiloğlu, Head of Sales di Optimal e General Manager di Optimal Turkey

“OPTIMAL, PER DISTINGUERSI SUL MERCATO”

Con l'obiettivo di proporre un'offerta sempre più diversificata e coprire diverse esigenze riparative, i private brand hanno assunto un ruolo sempre più importante nella strategia di LKQ RHIAG. Il primo ad essere lanciato, 10 anni fa, è stato il private brand Starline, di fascia economy, a cui si sono aggiunti ERA per le parti elettriche, Platinum per la carrozzeria, MPM per chimici e lubrificanti, Nipparts per l'asiatico e OPTIMAL per la meccanica. “OPTIMAL si inserisce nella strategia di prodotto finalizzata a dare distintività sul territorio ai clienti ricambisti ma si rivolge ad un mercato diverso rispetto al brand economy Starline - spiega Giulia Ghezzi, Deputy Head of Products di LKQ RHIAG - OPTIMAL è infatti un brand tedesco equivalente all'originale e rivolto a un cliente che cerca un prodotto di fascia mid-high e copre un parco circolante superiore ai due anni di età. Siamo partiti nel 2019 con i cuscinetti ruota, la linea “bandiera” di OPTIMAL, arrivando oggi ad un'offerta di 6 linee di prodotto che comprende, oltre ai cuscinetti, pastiglie e dischi freno, sterzo-tiranteria, ammortizzatori, molle a gas con oltre 10.000 sku gestiti. L'assortimento complessivo di OPTIMAL va ben oltre queste linee di prodotto, e facciamo, come LKQ RHIAG, una costante attività di valutazione delle opportunità offerte dal portafoglio OPTIMAL per introdurre nuove linee di prodotto significative per il nostro mercato e correttamente posizionate. Sulla base di questo stiamo lavorando su filtri, presto disponibili, e stiamo valutando un ulteriore sviluppo del frenante con l'inserimento delle linee di idraulica e ganasce. Ovviamente c'è un costante lavoro anche per l'aggiornamento e il completamento delle linee già introdotte, su cui OPTIMAL dà una copertura superiore al 98% del circolante”.

LKQ RHIAG ha una divisione in Europa dedicata allo sviluppo del mondo dei private label, con un dipartimento Qualità per il controllo e le certificazioni delle fonti e un dipartimento di



Giulia Ghezzi, Deputy Head of Products di LKQ RHIAG

product development che si occupa di sviluppo e ampliamento delle gamme, inserimento di nuovi prodotti, focus su nuove linee, ricerche di mercato, e il procurement per la selezione delle fonti.

“In passato il marchio OPTIMAL era conosciuto soprattutto in Germania, abbiamo fatto un lavoro importante per introdurlo in Italia, costruendo, con il Marketing, l'immagine di un brand innovativo, funzionale e affidabile attraverso supporti informativi, cataloghi, flyer, meeting e serate tecniche. La risposta è stata positiva, ci sono aree che operano molto bene e clienti che hanno sposato interamente il brand nelle 6 linee di prodotto. I kit cuscinetti ruota, ma anche la tiranteria, sono stati le linee trainanti che ad oggi ci danno le maggiori soddisfazioni. Il fatturato con OPTIMAL è cresciuto negli anni e sui cuscinetti ruota OPTIMAL è il nostro primo brand in assoluto. Su tutti i prodotti OPTIMAL c'è accurata selezione delle fonti e nelle confezioni ci sono tutti gli elementi di montaggio, fissaggio e accessori previsti nell'originale. Promozioni ogni due o tre mesi sulle varie linee di prodotto e serate tecniche rivolte alle officine, con la presenza dei service manager, completano i supporti che diamo alla distribuzione”.



Le linee di prodotto OPTIMAL al momento commercializzate da LKQ RHIAG sono sei: ammortizzatori, kit cuscinetti ruota, dischi freno, pastiglie freno, tiranteria, molle a gas. I prodotti OPTIMAL si pongono come “alternativa di qualità” ai marchi premium, forti del DNA tedesco e di una qualità che su alcuni prodotti è garantita anche dalla certificazione TÜV. I primi prodotti disponibili per il mercato italiano sono stati i kit cuscinetti ruo-

ta, con circa 1000 codici, e la tiranteria, con circa 5.600 codici. Ora sono disponibili anche i ricambi per frenante e sospensioni: circa 2.900 articoli tra pastiglie e dischi freno, e 1.900 codici per gli ammortizzatori. Novità di queste settimane, il lancio della gamma molle a gas che conta 1.200 codici. La gamma è in costante ampliamento, e oltre all'aggiornamento delle linee esistenti è in programma anche l'introduzione di nuove linee. ■