

di Elena Ricci

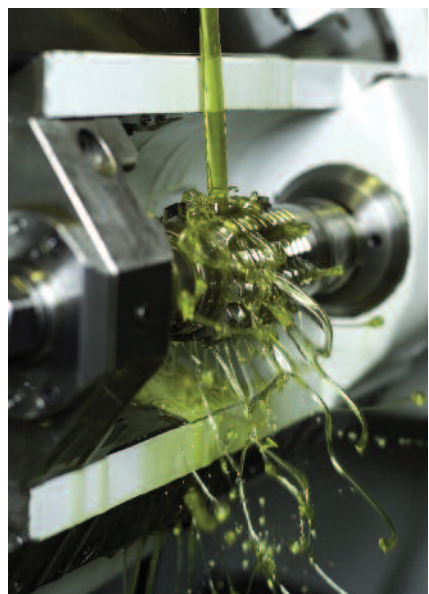
«**L**a crisi ha rivoluzionato letteralmente il settore che ha visto la dismissione di impianti produttivi e di reti commerciali da parte delle principali società petrolifere in Italia e la comparsa improvvisa di marchi sconosciuti di cui l'utente finale non ha memoria storica, visibilità e fiducia». Con questa sintesi, Nicoletta Resca spiega le condizioni attuali in cui si trova a lavorare nel settore degli oli lubrificanti con il Rvn Group Srl (acronimo di Rete Vendita Nazionale, ndr). Per Resca, il rivenditore o il grossista tradizionale è sopravvissuto proponendo di volta in volta ai propri clienti marchi sempre nuovi, cercando di non disattendere la fiducia del cliente e nel contempo di garantire la necessaria profittabilità del prodotto all'azienda per coprire i costi distributivi, finanziari e commerciali. «Questo nuovo scenario a livello macro economico, quindi su scala nazionale, ci ha permesso di creare un network in crescita di rivenditori che necessitano di oli lubrificanti di alta gamma in piccole quantità e a prezzo competitivo, contemporaneamente alla crescita della rete di clienti diretti business BtoB sul territorio bolognese».

#### Quali sono le soluzioni praticabili?

«Le strategie possibili per uscire da questa crisi economica sono diverse. Il primo passo è smettere di lamentarsi e di rimpiangere il passato: non serve a nulla e a nessuno. Sarebbe utile riscoprire l'orgoglio aziendale, il senso di appartenenza a un gruppo, mantenendo il proprio ruolo e consapevoli del proprio valore, lottando per il raggiungimento

# Il nuovo corso degli oli lubrificanti

NICOLETTA RESCA PARLA DELL'ATTUALE SCENARIO A LIVELLO MACRO ECONOMICO SUL PIANO NAZIONALE, E DELL'ESPERIENZA DEL RVN GROUP CHE HA CREATO UN NETWORK IN CRESCITA DI RIVENDITORI. «IL PRIMO PASSO PER USCIRE DALLA CRISI È SMETTERE DI LAMENTARSI»



di obiettivi comuni. Infine, riscoprire l'orgoglio nazionale, quello dei padri e nonni che hanno creato la ricchezza del nostro paese, dicendo "sì" al cambiamento».

#### Come descriverebbe l'attività del Rvn Group?

«Il gruppo nasce come società di servizi logistici a rivenditori locali di oli lubrificanti nel 2009. Dopo l'acquisizione del ramo d'azienda della Resca Vincenzo Srl, matura una visione del mercato distributivo degli oli lubrificanti del tutto nuova, diretta e senza intermediari. Si impegna nella commercializzazione di marchi di oli lubrificanti conosciuti cercando di proporre al cliente, dal privato all'azienda fino al rivenditore, la giusta risposta. Si avvale di consulenti tecnici in grado di supportare nella soluzione delle problematiche connesse alla lubrificazione garantendo una significativa riduzione dei prezzi. Tale scelta nasce dalla visione chiara dell'evoluzione del mercato distributivo degli oli lubrificanti in Italia. Oggi i prodotti che distribuiamo sono oli lubrificanti per auto, moto e applicazioni

industriali, fluidi freni anticongelanti dei principali marchi, oli emulsionabili, fluidi antiruggine. Sono tutti disponibili a magazzino in pronta consegna, mentre fluidi e grassi per aviazione, per motori marini e per l'industria alimentare, sono forniti su richiesta specifica. I nostri maggiori clienti sono rivenditori, grossisti di oli lubrificanti in Italia, officine auto e moto, autorizzate e indipendenti, aziende agricole, imprese edili, ma più in generale le industrie alla ricerca di prodotti non facilmente reperibili sul mercato italiano».

#### Quali categorie e settori industriali si rivolgono più frequentemente a voi?

«La categoria principale è senz'altro il settore meccanico presente nel territorio bolognese. I settori industriali che richiedono i nostri lubrificanti di alta gamma solo per citarne alcuni sono: produzione di pompe dell'olio e per l'acqua delle autovetture, produzione e lavorazione acciai, produzione di macchine automatiche per la cosmetica, la farmaceutica e l'imballaggio e

#### OLI DI ULTIMA GENERAZIONE

**Nascono da 40 anni di ricerca e vengono realizzati partendo dal gas naturale, una risorsa abbondante, versatile ed economica, oltretutto priva di impurità**

altro ancora».

#### Da un punto di vista logistico come è strutturata la vostra organizzazione?

«Abbiamo un magazzino doganale a Milano che riceve gli oli lubrificanti acquistati in ambito comunitario e che provvede alla nazionalizzazione e alla distribuzione nel Nord Italia. Il deposito commerciale oli lubrificanti di Bologna, invece, riceve i prodotti nazionalizzati da Milano e





## PROFESSIONISTI E NON

Nicoletta Resca, alla guida del Rvn Group Srl, spiega la grande differenza che separa un operatore con esperienza da un agente improvvisato. «La risoluzione di alcune criticità nel nostro ambito – dice Resca – distingue il professionista da chi non lo è. Le aziende spesso acquistano oli lubrificanti in virtù del miglior prezzo senza valutare le prestazioni del lubrificante: questo può portare a manutenzioni urgenti non programmate e svuotamento di impianti con costi improvvisi che devono far riconsiderare il prezzo inizialmente vantaggioso del lubrificante utilizzato. E questo vale sia per un olio idraulico per centraline, un emulsionabile per il taglio dei metalli, un olio per ingranaggi e molto altro. Il professionista vende sempre un prodotto a lui noto, di cui si fida, con la consapevolezza che il cliente non avrà mai problemi applicativi o di performance».

distribuisce regionalmente e localmente ad aziende del territorio, privati e rivenditori. Le nostre offerte personalizzate non richiedono nessun ordine minimo previsto. Facciamo consegne a colli singoli o pallet in tutta Italia con i prodotti più richiesti in pronta consegna. Il nostro impegno quotidiano è di fornire l'olio giusto, nel giusto momento e nella giusta quantità.

**Che ruolo ricopre la comunica-**

### zione nel vostro ambito?

«Le nuove modalità di comunicazione nel nostro business sono molto importanti: offrono visibilità alla nostra azienda sul territorio e quindi un flusso continuo di nuovi contatti da trasformare in clienti e fidelizzarli. Grazie all'accessibilità e alla ricchezza di informazioni offerte, internet consente alle aziende di ottenere in tempo reale le specifiche sui prodotti di cui hanno necessità. In questo contesto evoluto ci proponiamo di raggiungere la massima visibilità e di fornire concrete e immediate risposte ai clienti. Tutto ciò ci permette una comunicazione ampia, attraverso nuove e vecchie modalità: dal telefono alla e-mail, da Skype alla chat on line sul nostro sito, siamo in contatto con i nostri clienti ventiquattrore al giorno».

### Con quali risultati avete salutato il 2015?

«Il 2015 ha visto un miglioramento generale. Il mercato ha recepito con maggior interesse il nostro modello di business il cui focus è la vendita diretta di oli lubrificanti di marche primarie, e quindi di alto livello qua-

litativo, per applicazioni industriali senza intermediazione di agenti. L'anno si è chiuso con un incremento del fatturato attorno al 5 per cento, reso possibile grazie all'impegno aziendale di incrementare le scorte di magazzino e di garantire la pronta consegna ai clienti dei prodotti maggiormente richiesti».

### Quali sono le caratteristiche principali che vi distinguono?

«La nostra strategia è opposta a quella dei rivenditori, grossisti tradizionali e consiste nel garantire la fornitura costante di prodotti di alta qualità al giusto prezzo. Grazie alla vendita diretta senza intermediazione di agenti, in modo veloce e professionale effettuiamo offerte commerciali, inviamo documentazione tecnica, certificati di analisi, regolamentazioni Reach e schede di sicurezza. Le richieste dei clienti sono sempre più rivolte a oli lubrificanti innovativi, che garantiscono una maggior resa produttiva dei macchinari, sicurezza per l'utilizzatore e riduzione dell'inquinamento, al giusto prezzo, nella giusta quantità e nei tempi stabiliti. Per i lubrificanti speciali d'importazione, quali ad esempio i prodotti per l'aviazione, l'azienda si impegna a concordare ordini a programma con consegne garantite ai clienti».

### Oltre al territorio bolognese, quali sono i vostri mercati più importanti?

«Attualmente il nostro mercato più importante è l'Italia, sia il settore BtoB del territorio che il settore indirect su scala nazionale, senza trascurare una importante collaborazione con il Middle East. Vorremmo ampliare il nostro raggio d'azione cercando accordi di collaborazione in Francia e ovunque nel mondo ci sia la possibilità di fare business».

### Quali sono le caratteristiche tecniche specifiche degli oli di ultima generazione e quali vantaggi offrono?

## NUOVI MEDIA

### Offrono visibilità sul territorio e quindi un flusso continuo di nuovi contatti da trasformare in clienti e fidelizzarli



Il Rvn Group Srl ha sede a San Giorgio di Piano (Bo) - [www.rvngroupsrl.com](http://www.rvngroupsrl.com)

«Gli oli di ultima generazione nascono da 40 anni di ricerca e vengono realizzati partendo dal gas naturale, una risorsa abbondante, versatile ed economica, oltretutto priva di impurità, zolfo e azoto che invece si trovano nel petrolio greggio, riducendo quindi le emissioni inquinanti».

### Quali saranno le innovazioni tecniche e tecnologiche che si affermeranno nel prossimo futuro?

«I macchinari del futuro realizzati dai produttori mondiali, richiederanno oli lubrificanti sempre più stabili al variare delle temperature e di lunga vita, allungando gli intervalli di cambio riducendo i fermi macchina e i costi produttivi. La risposta potrebbe essere nella realizzazione di oli lubrificanti realizzati con basi fluide di polialchilenglicoli ed additivi che offrono eccezionali prestazioni operative e migliorata efficienza energetica e intervalli di cambio olio quasi azzerati».

### Come scegliete i prodotti da commercializzare?

«Il processo di acquisizione dei prodotti da commercializzare parte dal mercato e dalle sue richieste che valutiamo attentamente; se il mercato ci richiede un prodotto che non è distribuito sul mercato italiano, è nostro compito trovarne la fonte in Europa per immetterlo in consumo in Italia e garantire con continuità il suo approvvigionamento ai clienti italiani».

