

Innovazione e servizio per un'azienda "quality oriented"

Riflettori puntati su InterCar, azienda del gruppo OMR, che si racconta evidenziando i suoi punti di forza: un produttore al 100%, con una forte vocazione OE.

La storia di InterCar è la storia di un'azienda, che crede nella qualità del suo lavoro e si adopera affinché il cliente possa beneficiare di tutte le competenze e l'expertise di un vero produttore.

Abbiamo incontrato Marcello Maffei, direttore vendite di InterCar, che ci ha raccontato cosa significa essere una società "quality oriented".



Marcello Maffei, direttore vendite di InterCar.

Un'azienda familiare votata all'innovazione

Nata nel 1971 come distributore ricambi per volontà di Vittorio Palazzani e oggi guidata insieme al figlio, Alberto Palazzani, nel 2001 a seguito della fusione con Inter Brakes, diventa un produttore specializzato in dischi freno ed entra nel gruppo OMR (Officine Meccaniche Rezzatesi) con il nome di InterCar.

Questo passaggio segna la svolta nell'attività aziendale, che diventa fornitore di primo impianto oltre che per l'aftermarket, con un output annuo che oggi raggiunge i 4,5 milioni di dischi prodotti.

Anche il mercato aftermarket diventa sempre più importante per l'azienda, tanto che oggi figura tra i primi tre produttori a livello europeo.

L'ingresso nel gruppo OMR ha permesso di realizzare importanti sinergie con gli altri membri del gruppo (Nuova Tecnodelta), arrivando a offrire un pacchetto completo sul frenante, che include anche tutta la parte idraulica e pompe acqua.

Con un fatturato di oltre 40 milioni di euro e 120 dipendenti, InterCar è un'azienda che produce in Italia ed esporta circa il 40% della sua produzione anche in mercati particolarmente attenti alla qualità dei prodotti, come Germania, Francia e Regno Unito.

La crescita di InterCar è intrinsecamente collegata alla sua capacità di portare l'innovazione tecnologica all'interno dell'azienda. È qui infatti che si svolge l'intera produzione e il controllo qualità è di fatto assoluto dalla progettazione al prodotto finito.

Essere produttore è un valore aggiunto per InterCar, che grazie alla sua attività di fornitore OE ed OES (settori cui è dedicato circa il 60% dell'intera produzione) ha acquisito e consolidato un know-how d'eccellenza. Nel sito produttivo, che conta ben 22 linee automatiche, non c'è distinzione tra la produzione per il primo impianto, il ricambio di casa auto e quello destinato all'aftermarket indipendente.

Tutti i processi sono costantemente sotto controllo, grazie a un software che permette di verificare la produzione anche da remoto, garantendo così la possibilità di intervenire tempestivamente in caso di necessità. L'automazione di tutti i processi, frutto di importanti investimenti, non solo permette di eliminare l'errore umano, ma anche di assicurare una tracciabilità completa del prodotto. Trattandosi di un prodotto di sicurezza, gli standard di qualità da rispettare sono elevatissimi e questo sistema di produzione permette di adempiere a tutte le specifiche OE.

L'innovazione è il cuore dell'azienda non solo per quanto riguarda l'aspetto più propriamente manifatturiero, ma anche per la ricerca e sviluppo di nuovi prodotti. InterCar, infatti, investe tra il 5 e il 10% del fatturato in ricerca, collaborando da un lato con il cliente e committente e dall'altro con i fornitori di materie prime.

La proprietà crede fermamente nel valore dell'innovazione e

proprio per questo gli investimenti sono un punto centrale nelle scelte strategiche aziendali, tanto che anche a fronte di situazioni di mercato non sempre favorevoli, InterCar non ha mai smesso di investire in nuove tecnologie e ricerca.

Un pacchetto completo

Rispetto alle origini, InterCar offre oggi un pacchetto completo di prodotti, soluzioni e servizi. Fondamentale nella crescita e nel buon andamento dell'azienda il servizio di back office e l'ampiezza del magazzino. La gamma di prodotti disponibile a magazzino, a fronte di un catalogo di oltre 2.000 referenze, è particolarmente ampia, per supportare il cliente nell'offrire una logistica sempre più efficiente, mettendo a disposizione il prodotto corretto al momento giusto.

L'efficienza del servizio si riflette anche nel supporto alla vendita da parte dell'ufficio tecnico-commerciale.

L'azienda, infatti, investe molto nel customer service e si preoccupa di formare adeguatamente il proprio personale, così che sia sempre in condizioni di fornire informazioni corrette e tempestive. ■