

# EUROMOTO

SETTEMBRE 2010

€ 4,00 ITALY ONLY (Canton Ticino chf 8,00)

**HONDA**  
XL700V TRANSALP ABS  
**YAMAHA**  
YZ450F  
**BETA**  
GAMMA RR ENDURO 4T  
**HONDA**  
PS125i

**APRILIA**  
SHIVER 750 ABS  
vs

**DUCATI**  
MONSTER 796 ABS

**SUPERTEST**

## DI CHE SCOOTER SEI?

GARELLI\_HONDA\_LML\_PEUGEOT  
PIAGGIO\_SYM\_SUZUKI\_YAMAHA

## INCHIESTA

CASCHI, QUALE STANDARD?

## NOVITÀ 011

HARLEY-DAVIDSON

## TECNICA

BMW S 1000 RR

## ROAD\_RACING

PROFETI IN PATRIA

## ATTUALITÀ

CODICE DELLA STRADA



MAX BIAGGI SU APRILIA RSV4 FACTORY - PHOTO ATTI

**ITALIA SUPERBIKE**  
APRILIA RACING A NOALE NELLA FACTORY DEI RECORD



WWW.EUROMOTO.EU

di Massimo Bacchetti - foto Marco De Ponti

# La carica dei 7000

Ivo Prussiani è il presidente di RMS, l'azienda brianzola tra i leader sul mercato italiano di ricambi e accessori. 45 dipendenti, 23 milioni di euro di fatturato: sono i numeri di un successo che deve molto alla logistica. E che vede nell'Oriente un bacino di fornitori ma anche un grande mercato

Vi siete mai chiesti chi c'è dietro la distribuzione di ricambi ed accessori per le vostre moto e scooter e come fanno questi ad arrivare nelle vetrine dei negozi? Il passaggio dal produttore al consumatore, come noto, non è quasi mai diretto, ma la maggior parte delle volte prevede alcuni passaggi intermedi. Il distributore è colui che si incarica di raccogliere la merce - importandola, ove necessario - e di fornirla ai negozi o ai grossisti. RMS è una delle aziende principali in Italia nell'ambito della distribuzione di accessori e ricambi e soprattutto di componenti per il settore del primo equipaggiamento (chiamato OEM, che sta per Original Equipment Manufacturer). Nata oltre quarant'anni fa, conta oltre 7.000 articoli in portafoglio, con grande capacità logistica e di stoccaggio grazie alla realizzazione della nuova sede a Seregno (MB), inaugurata ad aprile. Abbiamo incontrato Ivo Prussiani, presidente di RMS, che ci ha parlato della sua attività, delle difficoltà e dei successi. Senza dimenticare i progetti per il futuro di un'azienda nata come bottega di riparazione di cicli e motocicli, ma capace di trasformarsi nel tempo in una Spa.

**Com'è cominciata la sua storia professionale?**

Nel doposcuola e durante le pause estive aiutavo lo zio, Riccardo Mandelli, fondatore della RMS, presso il suo negozio di cicli e motocicli. Mi divertivo a provare le elaborazioni

RMS sul mio Fantic e davo una mano a preparare spedizioni e ordini. La mia è una famiglia di imprenditori e dunque intraprendere questo tipo di lavoro è stato per me naturale fin da giovanissimo. La passione mi ha poi fatto decidere di non seguire la strada segnata da mio padre (che operava in altri settori), per stare vicino ai mezzi a due ruote, a pedali e a motore.

**Che cos'è RMS e come nasce?**

Oggi RMS è un'azienda di distribuzione a livello internazionale. Il marchio nasce oltre 40 anni fa e solo nel 1984 si trasforma effettivamente in una realtà giuridica, dapprima una Srl e poi una Spa. Inizialmente RMS era la sigla scelta da mio zio per i suoi kit meccanici. Lui lavorava in collaborazione con tanti piccoli artigiani: per ottimizzare la distribuzione serviva un unico marchio. RMS nasce come piccola bottega di riparazione di cicli e moto; successivamente cresce prima con una distribuzione a livello

regionale e poi fa il grande salto con l'importazione di parti dal sud-est asiatico. Ora serve tutta l'Europa ed è presente anche in Nord Africa e in alcuni paesi dell'Asia, come ad esempio Singapore.

**Qual è la maggiore difficoltà che presenta un'attività come la vostra?**

La ricerca continua dei nuovi pro-

dotti, sia considerati come nuove categorie merceologiche, sia in funzione dell'adattabilità ai modelli appena immessi sul mercato. La ricerca continua di fornitori che garantiscano un grado di qualità all'altezza delle nostre aspettative. E soprattutto la velocità nella preparazione degli ordinativi. Visto che abbiamo a catalogo oltre 7.000 articoli soltanto per il settore scooter/moto, è importante avere sempre la disponibilità a magazzino. In alta stagione servire un così vasto parco clienti, per la maggior parte grossisti, è un impegno notevolissimo.

“Abbiamo oltre 7.000 articoli solo per il settore scooter/moto: è importante averne la costante disponibilità a magazzino”

**Da semplice attività di riparazione a società per azioni: cosa è cambiato?**

Chiaramente il modificarsi del mercato con l'arrivo di quantità sempre maggiori di modelli ha creato difficoltà a chi come noi deve essere sempre aggiornato. Infatti se la ricerca di prodotti e accessori fino a qualche anno fa si riferiva solo ai modelli Piaggio, oggi abbiamo la necessità di essere forniti di particolari adattabili a veicoli presenti non solo sul territorio nazionale, ma in tutta Europa.

**Che cosa offre RMS in più rispetto alla concorrenza?**

Durante la nostra crescita sia commerciale sia distributiva siamo sempre stati proiettati alla ricerca di soluzioni che potessero agevolare e velocizzare il lavoro dei nostri clienti. Quello che offriamo è un alto livello di collaborazione, attivando ai massimi livelli protocolli quali i codici personali dei clienti sui nostri documenti; codici a barre sui cataloghi e prodotti; invio automatico di documentazione via mail. Ma anche offrendo la possibilità di consultare statistiche e contabilità ed effettuare ordinativi via Internet, o incrociare i dati comunitari. Credo di poter dire che ci distinguiamo nella costanza e puntualità dell'emissione di cataloghi, listini e aggiornamenti, e nella velocità di spedizioni degli ordini dalla nuova sede, oltre che per il vasto assortimento di prodotti. Secondo me non conta solo il prezzo competitivo delle merci: il cliente oggi vuole legarsi a un fornitore che lo segua puntualmente prima e dopo l'acquisto.

**Qual è il vostro principale concorrente in Italia?**

La vastità di articoli trattati ci vede concorrenti di molte aziende di distribuzione in Italia: non è difficile individuare i nomi dei più importanti per capacità di penetrazione nel mercato (come S.G.R. e Bergamaschi, ndr). Ritengo che non ci sia nessuno in grado di competere con noi a livello di numero di parti distribuite e per qualità e dimensione del magazzino. Da questo punto di vista siamo leader di mercato.

**Quanti marchi distribuite e qual è quello che più incide sul fatturato?**

Il marchio RMS da solo copre il

70% del fatturato. Il resto è costituito da una serie di marchi aftermarket di cui ricorderei Yasuni, Exide, Kenda e Dayco. Abbiamo poi gamme di prodotti quali ad esempio gli ammortizzatori per scooter, categoria in cui sono inclusi numerosi marchi, anche italiani.

**OEM o aftermarket: su che cosa punta RMS per il futuro?**

Nel segmento moto/scooter siamo da sempre una azienda fornitrice di componentistica aftermarket. Nel segmento ciclo forniamo parti di bicicletta a moltissimi produttori. Parliamo di componentistica di primo equipaggiamento che rispetta le caratteristiche richieste dalla Comunità europea. Questa scelta è nata dopo il grande successo della mountain bike, negli anni '90, e la conseguente forte richiesta di ricambi e parti di assemblaggio che ci ha portato a stringere forti alleanze con alcuni dei più grandi produttori di componentistica ciclo a livello mondiale.

**Qualche "numero" sulla realtà RMS (dipendenti, sedi, fatturato annuo)?**

Fino al 2009 la nostra azienda si sviluppava su tre distinte realtà: tre sedi ognuna delle quali dedicata alla distribuzione in un preciso settore merceologico. Oggi la conclusione dei lavori e l'effettiva operatività della nuova e unica sede di Seregno, sita su un'area di 24.000 mq di cui 14.000 coperti e una capacità di stoccaggio di 12.000 posti pallets, ci permette una raddoppiata capacità di compattare in un'unica spedizione tutti i particolari richiesti dalla clientela, diventando ancora più dinamici e veloci. Il 2009 ci ha visto chiudere l'anno fiscale con un fatturato di 24 milioni di euro. Abbiamo 45 dipendenti che movimentano più di 400 container all'anno, mentre contiamo sulla presenza di 35 agenti che ci rappresentano su tutto il territorio nazionale e in alcune nazioni europee.

**Quali sono le tecnologie che impiegate nella nuova sede RMS?**

L'operatività della nuova sede è stata studiata avvalendoci delle esperienze sviluppate nelle diverse tipologie delle tre sedi precedenti, ricavando la miglior procedura integrata, dall'ingresso dei materiali fino alla spedizione. Il percorso è sempre controllato e



“Se c'è qualche azienda italiana che realizza componentistica per scooter di produzione straniera sarò ben lieto di contattarla!”

monitorato tramite terminali portatili dotati lettore di codice a barre, collegati al computer centrale in radiofrequenza. Oltre al prelievo del materiale, con questa procedura l'imballo e la spedizione vedono un ulteriore controllo finale che ci permette di tendere all'errore zero. Tutti gli operatori si avvalgono di muletti elettrici che permettono un'estrazione degli ordinativi più veloce, vista l'ampiezza dell'area su cui devono operare. Per gli articoli di maggior rotazione abbiamo adottato il sistema "Modula" di magazzini verticali, che permette l'estrazione continua e a rotazione di dieci ordinativi contemporaneamente. Il sistema di fatturazione mette a conoscenza il cliente, via e-mail, del documento appena stampato e per quanto riguarda i clienti della Comunità europea riporta tutti i dati che dovranno essere utilizzati per le dichiarazioni doganali. Insomma, riceviamo circa 70/80 ordini al giorno e riusciamo ad evaderli nella metà del tempo di prima.

□ Come mai la maggior parte dei marchi distribuiti da RMS non sono italiani?



□ Perché non ci sono realtà italiane - o sono pochissime - che producono ricambi per il mondo scooter. Fino a quando Piaggio era leader di mercato tutti i nostri fornitori erano italiani. L'arrivo della produzione asiatica, giapponese e taiwanese, ci ha costretti a cercare ricambi altrove. La scelta è stata praticamente obbligata. Se c'è qualche azienda italiana in grado di realizzare componentistica adattabile a scooter di produzione straniera sarò ben lieto di contattarla!

□ Crisi economica: quali soluzioni avete adottato per farvi fronte?

□ Fortunatamente il fatturato della nostra azienda non vede contrazioni negli ultimi anni: abbiamo chiuso il 2009 con un segno positivo, anche se non a due cifre. La soluzione adottata sta nel nostro modo di operare: assortimento e velocità di reazione sono componenti del nostro DNA.

□ Ha un consiglio di carattere generale per superare la crisi?

□ Non chiedetemi consigli. Non sono il tipo di manager che ogni mattina spende tempo per controllare l'andamento dei mercati, su Internet o sul Sole24Ore. Appena arrivo in RMS faccio un giro di ricognizione per essere sicuro che tutto sia in ordine e che la giornata inizi al meglio.

□ Uno dei marchi che distribuite, SKF, produttore di cuscinetti, è stata al centro dell'attenzione qualche mese fa a causa dell'importazione di copie cinesi dei suoi prodotti...

□ È sotto gli occhi di tutti, e anche in campi molto più ricchi e famosi del nostro, la continua infiltrazione di prodotti copiati dai produttori cinesi. Siamo stati più volte vittima di contraffazioni di prodotti da noi distribuiti e abbiamo dovuto difenderci nelle sedi adeguate. La Guardia di Finanza per fortuna interviene sempre e velocemente, come è successo per SKF. L'unica cosa che le grandi aziende possono e devono fare è investire nella qualità, coinvolgendo i reparti di ricerca e sviluppo e cercando di far conoscere al consumatore le differenze qualitative dei prodotti. Noi facciamo così: prima di mettere in catalogo un albero motore passa del tempo, speso per test e controlli minuziosi. Le aziende che non sono in gra-



do di garantire la qualità richiesta non sono prese in considerazione.

□ La domanda precedente introduce il tema dei mercati cinesi: quanti prodotti cinesi fanno parte del catalogo distribuito da RMS?

□ Trovo questa domanda un po' datata. Innanzitutto bisognerebbe distinguere tra Cina e Taiwan: noi lavoriamo con aziende taiwanesi. Parlo di marchi tecnologicamente avanzati, molto più avanzati di tante blasonate aziende europee. Si dovrebbe visitare qualche realtà industriale di quel Paese e cercare di superare le residuali per-

“La qualità non sempre dipende da chi produce, ma anche da chi compra: perché è sempre proporzionata al prezzo”

pietà in proposito... Tornando alla Cina, la maggior parte delle aziende italiane, anche di fama internazionale, si rivolge a quei mercati per l'approvvigionamento. Secondo me la qualità non sempre dipende da chi produce, ma anche da chi compra: se richiedo a un'azienda un ingranaggio che deve costare due euro, è chiaro che la qualità sarà proporzionata al prezzo.

□ In che modo tenete d'occhio la realtà cinese, in espansione?

□ Chiaramente l'approccio iniziale con la Cina, per noi europei, non è stato facile né positivo: abbiamo dovuto renderci conto nel breve tempo che per essere competitivi non potevamo che considerare fortemente la collaborazione e lo scambio di know-how. Oggi vedo la Cina come una grande opportunità, un mercato con il quale fare business nei due sensi. Il made in Italy, infatti, piace molto: ci sono fasce della popolazione in grado di diventare molto presto consumatori.

□ Quali sono le migliori opportunità per comunicare i vostri marchi? Fiere, riviste, Internet, tv?

□ Utilizziamo tutti i media indistin-

tamente, limitandoci per ovvie ragioni al settore automotive. Quanto alle fiere, siamo presenti a tutte le manifestazioni internazionali, sia in ambito ciclo sia moto, EICMA e INTERMOT in testa.

□ Yasuni in Italia non è un marchio di silenziatori ancora molto conosciuto. Propone una gamma quasi esclusivamente dedicata a scooter a 2 tempi. Non crede sia necessaria un'apertura verso moto e scooter a 4 tempi?

□ Ci stiamo arrivando. Lo scarico per l'Honda SH 125, uno dei modelli più venduti, è già disponibile a magazzino.

Entro fine anno avremo a catalogo tre o quattro modelli per motori a 4T tra i più diffusi. Per il momento solo scooter. RMS si è intesa subito con Yasuni: la qualità che offrono nelle saldature, e nelle finiture in generale, è quella che stavamo cercando. In Italia i produttori di marmitte sono molti e blasonati: sarà una bella sfida.

□ RMS propone una gamma di accessori con marchio proprio: quali sono e cosa li distingue?

□ Impossibile fare un elenco! Consiglio di andare a visitare il nostro sito [www.rms.it](http://www.rms.it). Lì si possono scaricare i cataloghi in pdf ed entrare nel nostro mondo. Per essere sintetici, tutte le parti che costituiscono un motore, tutta la ciclistica, la parte elettrica, e la restante componentistica, questo per centinaia di modelli di scooter.

□ Qualche progetto per il futuro?

□ Un grosso passo per raggiungere il progetto futuro è stato appena compiuto con l'inaugurazione del nuovo complesso in Seregno: adesso abbiamo la necessità di mettere a punto tutte le strategie necessarie per sfruttare al meglio le nuove possibilità.