

Schrader Electronics è leader mondiale nella produzione di sensori TPMS ed è fornitore OE di quasi tutti i produttori di autoveicoli, con una quota, a livello mondiale, del 54% delle piattaforme e con oltre 300 milioni di sensori prodotti a fine 2014. Dalla stretta collaborazione con le Case auto nasce il vero vantaggio competitivo dei prodotti Schrader per l'aftermarket - canale dove l'azienda ha una quota attorno al 30-35% -, in quanto la stessa tecnologia utilizzata per il primo impianto viene incorporata nelle soluzioni dedicate al mercato del ricambio, garantendo la massima compatibilità con il parco veicoli circolanti e in particolare con quelli di più recente introduzione.

"I mercati di riferimento per i sensori TPMS sono soprattutto quelli a vocazione invernale, come l'Italia del nord, perché necessitano del secondo set di ruote", spiega Alfonso Di Pasquale, managing director di Schrader International. "Per equipaggiare correttamente la vettura è però fondamentale avere accesso ai protocolli dei veicoli nuovi. Noi addirittura lavoriamo in anticipo per assicurare ai clienti dei sensori tecnologicamente in grado di assolvere a funzioni specifiche che Case auto come BMW, Mercedes, Porsche e Volkswagen metteranno sul mercato nei prossimi mesi e anni". Di Pasquale si riferisce in particolare alla funzione dell'autolocalizzazione, la capacità cioè del sensore di individuare autonomamente la propria posizione rispetto alla vettura e fornire all'automobilista un'informazione corretta e completa sia in riferimento al problema verificatosi, sia alla misurazione della pressione. "Per ottenere questo risultato, vengono aggiunti all'interno del sensore degli altri sensori, - spiega il manager - come già facciamo con l'EZ-sensor, il nostro sensore universale, che nasce dalla conoscenza di un numero vastissimo di protocolli delle Case automobilistiche. Essere leader nel canale OE ci consente questo importante vantaggio competitivo e mette i nostri clienti al riparo dal rischio di dover buttare magari un intero stock di sensori, perché privi di questa componentistica e pertanto non utilizzabili".

In termini di copertura, questo significa che Schrader ha una risposta per l'80% del parco auto oggi esistente e del 50% delle auto che verranno immatricolate nel 2015, una quota, quest'ultima, altissima rispetto alla concorrenza, proprio grazie alla partnership con le Case, che consente di conoscere per tempo i protocolli dei nuovi veicoli e anche di quelli che ancora non sono stati immessi nel mercato. "E' proprio questo che ci distingue dai competitor: offrire la più ampia copertura sui veicoli di nuova immatricolazione, che sono proprio quelli più significativi per il secondo treno di ruote", sottolinea Di Pasquale. E se il 50% delle nuove immatricolazioni è già una quota importante rispetto al 30-35% oggi garantito da altre aziende, l'obiettivo di Schrader è di aumentare velocemente la copertura e arrivare, entro giugno, addirittura al 75-80%.

✖ Oltre a offrire un completo assortimento di sensori originali (circa 100 versioni snap-in e 200 clamp-in), Schrader nel 2012 è stata la prima azienda a brevettare e lanciare per il

mercato del ricambio un prodotto universale programmabile: l'EZ-sensor. Con questo prodotto Schrader intendeva andare incontro alle officine per risparmiare denaro e tempo, riducendo il magazzino ed eliminando quei sensori originali che vengono richiesti raramente, senza però perdere delle vendite. Con due sole versioni, EZ-sensor copre infatti circa l'80% del parco auto circolante ed è compatibile con la maggior parte degli strumenti di diagnosi disponibili sul mercato.

"Non solo siamo stati i primi a mettere sul mercato un prodotto programmabile, ma abbiamo anche brevettato il concetto stesso di sensore programmabile in tutte le sue declinazioni: vergine e preprogrammato o già contenente i protocolli. Di fatto tutti i concorrenti devono fare i conti con la proprietà intellettuale prevista dal brevetto Schrader e devono raggiungere un accordo di licenza con noi", sottolinea Di Pasquale.

✖ Schrader in Italia non ha stabilito delle esclusive per la distribuzione, tuttavia ha scelto Italmatic come partner logistico per essere più reattiva sul territorio, per cui l'azienda di Cassina de' Pecchi (MI) gestisce e movimentata uno stock di prodotti e la piattaforma web TPMS Euroshop che offre, in italiano, un negozio online completo e una serie di informazioni e guide essenziali per i garagisti e i centri assistenza. Oltre ad Italmatic, i sensori Schrader vengono distribuiti anche da Prema Italia. "Per adesso - dice Di Pasquale - lavoriamo con queste due aziende, ma non escludiamo di allargare la distribuzione. Essendo però un prodotto tecnologico complesso da gestire, prendiamo in considerazione solo partner distributivi che, come Italmatic e Prema, ci possano garantire anche la giusta assistenza al cliente". E per giusta assistenza Di Pasquale si riferisce anche alla capacità di formare e informare correttamente i clienti italiani: "non tutti i distributori sono organizzati con strutture di training e hanno la capacità tecnica di gestire un customer service efficace, mentre per noi sono requisiti essenziali".

Un'altra recente partnership stabilita da Schrader in Italia è con la rete Driver di Pirelli, a cui fornirà tutto il necessario per l'assistenza tecnica, dai sensori agli strumenti di diagnosi e programmazione (Bartec, Tecnomotor, Ateq, Texa, BrainBee e Wow).

"L'Italia è per noi un mercato strategico e fondamentale, perché rappresenta il 10% del mercato europeo, ma soprattutto perché è un mercato dove il concetto di ruota invernale e doppio treno per il cambio stagionale è in espansione. Per questo motivo abbiamo intenzione di avviare anche delle attività di marketing e di sensibilizzazione dedicate", afferma Di Pasquale.

L'azienda, che ha il suo centro nevralgico in Germania, ma che è stata recentemente acquisita dal gruppo Sensata Technologies, ha avvertito che il mercato italiano dei TPMS è

un po' in ritardo rispetto ai Paesi di lingua tedesca e scandinavi, sia perché la zona con condizioni climatiche invernali è più ristretta rispetto a questi Paesi, sia perché c'è stata una scarsa opera di informazione e sensibilizzazione dei gommisti, che oggi si trovano disorientati per la varietà di scelta di prodotti. Proprio per questo motivo, Schrader ha deciso di lanciare due Starter Kit, ossia due kit di avviamento dell'attività TPMS, contenenti rispettivamente 4 e 20 sensori universali e lo strumento di programmazione Tecnomotor con il logo della piattaforma TPMS EuroShop, che è praticamente gratuito nel kit da 20 (prezzo suggerito 998 euro) e quasi gratuito nel kit da 4 sensori (prezzo suggerito 350 euro). "Gli starter kit consentono ai gommisti ai primi approcci di familiarizzare con la tecnologia e risparmiare abbattendo il costo del tool, che rappresenta di fatto la barriera all'ingresso di questo nuovo business", spiega Di Pasquale. Il TPM-02 di Tecnomotor, incluso negli starter kit, può essere utilizzato solo per programmare i sensori Schrader, ma questo limite può essere successivamente superato pagando le relative licenze. Se invece il rivenditore opta per restare legato esclusivamente alla fornitura dei sensori Schrader, potrà continuare ad usare lo strumento di diagnosi ricevuto con il kit senza costi aggiuntivi.

Insomma, i perni su cui Schrader punta per conquistare il mercato del ricambio italiano sono tre: la qualità OE del prodotto, la copertura effettiva del parco auto circolante e di nuova immatricolazione e l'assistenza a 360° per accompagnare con sicurezza i gommisti in questo nuovo business. "Vogliamo essere leader di mercato - conclude Di Pasquale - ma non necessariamente nei volumi, quello che conta per noi è essere riconosciuti come leader tecnologici".

- Puoi leggere questo e molti altri articoli sui principali sensori e strumenti di diagnosi e programmazione TPMS nello speciale di 60 pagine [PneusNews.it - focus on TPMS](#)

