

## Gregorio (Fuchs): “Lubrificanti in crescita e aftermarket indiscusso motore del futuro”

Antonino Gregorio, messinese naturalizzato biellese, dopo la laurea in economia e la scuola attiva di Procter & Gamble, una lunga carriera nei lubrificanti, con primarie compagnie petrolifere, dal 2018 dirige la Direzione Automotive Aftermarket di Fuchs, il più importante produttore di lubrificanti indipendente a livello globale. Fuchs affianca da due anni, dalla nascita di questa pagina, InterAutoNews in questo progetto che intende portare il service e i ricambi auto al centro dell'attenzione di Case e Dealer.

### Gregorio, come vanno le cose in Fuchs?

“Le cose in Fuchs vanno molto bene, si cresce a dispetto di tutte le evoluzioni che portano a pensare che la stagione dei lubrificanti sia in esaurimento. Si cresce perché l'azienda, che ricordo è specializzata a livello globale nello sviluppo dei lubrificanti, ha saputo creare un portafoglio prodotti capace di soddisfare sia esigenze tradizionali che quelle indotte dall'innovazione dell'industria e della mobilità. A conferma di ciò è il fatto che abbiamo sostanzialmente raddoppiato la nostra presenza sul mercato. Ciò sia in Italia che a livello internazionale. Ora con il progetto Fuchs 100, guardano al 2031, abbiamo l'obiettivo di prendere la leadership automotive nel mercato italiano”.

### Risultati importanti e visione molto ambiziosa, il mercato dei lubrificanti è un mercato che continua a dimostrarsi molto dinamico, molti nuovi marchi e ingressi di produttori, e consumi in crescita robusta nell'aftermarket...

“La nostra specializzazione e la focalizzazione ci ha fatto diventare azienda di riferimento nel settore. In un momento di riduzione di impegno delle major petrolifere, che forse hanno anticipato un cambiamento che non è ancora avvenuto, abbiamo trovato spazi di crescita importanti. Del resto nella transizione e nella sua diluizione nel tempo le auto diventano sempre più vecchie, quelle nuove sempre più costose, e queste sono già due ragioni per riporre una attenzione maggiore ad una lubrificazione di qualità. Se mi è concessa la battuta, in troppi hanno avuto fretta nel ritenere la lubrificazione finita, mentre invece sta accadendo esattamente il contrario, tra l'altro con un'attenzione crescente agli aspetti tecnici e qualitativi. Non dovrebbe sfuggire a nessuno che la lubrificazione oggi contribuisce in modo significativo alla riduzione delle emissioni, sia in alimentazioni tipicamente termiche che ibride”.

### Insomma lei ci dice che si riapre il mercato dei lubes con l'allungamento dei tempi della transizione ecologica..

“Innanzi a tutto credo che una azienda che si progetta per il futuro non possa vivere di speranze, e poiché la transizione avverrà, magari in ritardo e magari non al 100% ma avverrà, anzi siamo giusti, sta già avvenendo, quindi un'azienda ha il dovere di progettarsi per esserci anche in un futuro diverso, e noi questo passaggio lo abbiamo fatto ed abbiamo oggi prodotti, fluidi e refrigeranti utili per le Bev. Poi è evidente, e a questo forse i concessionari dovrebbero porre più attenzione, che i protagonisti nella manutenzione auto sono sempre più gli indipendenti, per ragioni di età dei veicoli, di costi, di flessibilità e forse anche di human touch. Oggi chi si occupa di commercializzazione di lubrificanti non può prescindere dall'aftermarket. Noi ci candidiamo ad essere protagonisti in termini di servizio e di prodotti nel settore. Per questo, ad esempio, è in atto una profonda ristrutturazione della forza vendita diretta ed indiretta e puntiamo alla creazione di una qualificata rete di Key account che sappiano essere partner e consulenti del cliente, prima ancora che venditori”.



Antonino Gregorio,  
Direttore Aftermarket  
Automotive Fuchs

### Fuchs, vasta gamma di lubrificanti specifici

La stretta collaborazione tecnica con i più importanti produttori di sistemi di componentistica come ZF, Magna, Dana, Tremec ha portato Fuchs ad avere la più vasta gamma di lubrificanti per trasmissioni meccaniche di tutte le soluzioni, automatiche, a doppia frizione, con convertitore di coppia, robotizzate. In questo campo Fuchs non offre solo l'eccellenza dei prodotti, ma anche un servizio con l'apposita macchina di flussaggio per cambi Fuchs Gear Plus.

Scoprite l'intera gamma al sito  
[www.fuchs.com/it](http://www.fuchs.com/it).

### Come saranno i prossimi anni nella manutenzione auto?

“Intanto penso che i dati di quest'anno si riproporranno anche nei prossimi anni: vendite di nuove auto flat e crescita anche robusta dell'usato, saremo in questo senso mercato di interesse per molti paesi del nord Europa che stanno facendo il cambio di motorizzazioni da termico ad elettrico a velocità ben maggiori della nostra. Quindi crescita della necessità di manutenzione essendo vetture datate. Questa cosa sarà il principale driver dei prossimi 10 anni, da sommarsi alla tendenza a tenersi l'auto per tempi più lunghi. Ora sembra scontato che la partita con le auto usate sia naturalmente delle officine indipendenti, ma molto dipende da cosa faranno i Concessionari, che sono sempre più grandi organizzazioni”.

### Insomma, è una partita aperta in un mercato parecchio solido nei prossimi dieci anni?

“Con il nostro reparto Oem andremo avanti con relazioni e approvazioni, mantenendo tra l'altro elevati i livelli di fornitura in *first fill* con le fabbriche. È il caso per esempio della collaborazione globale con Mercedes. Altro ambito interessante è quello della concentrazione dei Concessionari auto che sono sempre organizzazioni più grandi e multibrand, che per svariate ragioni, dal saving, al controllo dei comportamenti e dei processi, all'attività aftermarket, potrebbero essere interessati a sviluppare il proprio brand di lubrificanti. Fare del *private label* presume competenze e qualità, cose che sono nel nostro Dna, e per le quali stiamo già lavorando con un numero importante di operatori primari dell'aftermarket, con reciproca soddisfazione. Staremo quindi a vedere, e ne siamo certi, se un ragionamento del genere può trovare interesse”.

### Che cosa fare in termini di comunicazione nel corso del 2026, continua la lunga marcia nella distribuzione organizzata?

“Nel 2026 saremo presenti in tutti gli incontri dell'Aftermarket (dal Ricambisti Day alle iniziative sul truck) e continueremo con convinzione nel nostro lavoro con i Dealer, prima di tutto al Service Day. La nostra iniziativa si fonda anche sul 'fare cultura insieme' e quindi lavoreremo sicuramente con voi nel dare seguito alla esperienza positiva di round table che abbiamo fatto nel 2025. Tra l'altro, e di certo non è l'ultimo argomento da trattare, si tratta anche di prendere consapevolezza di quanta ricchezza per tutti produce l'attività del service e più in particolare la vendita dei lubrificanti”.