

IL NUOVO PERCORSO STRATEGICO DI FUCHS IN ITALIA

CON IL PROGETTO 'FUCHS 100', L'AZIENDA PUNTA A CRESCERE NEL MERCATO AUTOMOTIVE ITALIANO ATTRAVERSO INNOVAZIONE NEI LUBRIFICANTI, TECNOLOGIE AVANZATE E PARTNERSHIP CONSOLIDATE CON CLIENTI E DISTRIBUTORI.

Daide Marconi

I numeri di Fuchs Lubrificanti Italia

1984: anno di fondazione.

> 107 milioni di euro di fatturato.

105 dipendenti.

80 agenti.

3.000 SKU venduti.

70.410 mq superficie del plant,

di cui 15.500 mq coperti.

Il 2026 segna l'avvio di una nuova fase strategica per FUCHS, primo produttore mondiale indipendente di lubrificanti, che presenta il progetto "Fuchs 100". Un piano di sviluppo che guarda al 2031, anno in cui il gruppo celebrerà i 100 anni di attività, e che rappresenta la naturale evoluzione del percorso intrapreso nel quinquennio appena concluso.

Il ciclo 2021-2025 si è infatti chiuso con risultati significativi per Fuchs in Italia, che ha raggiunto una market share del 6% nel mercato automotive. Un traguardo che ha rafforzato la presenza del marchio in tutti i principali segmenti applicativi e che pone ora le basi per un'ulteriore fase di consolidamento e crescita.

Il nuovo percorso di business poggia su tre pilastri strategici che da sempre caratterizzano la visione del gruppo: Lubricants, Technology e People.

LUBRIFICANTI E TECNOLOGIA AL CENTRO DELLA STRATEGIA

I lubrificanti restano il cuore dell'attività dell'azienda, sia nei mercati automotive sia in quelli industriali. L'azienda mette a disposizione una delle gamme più ampie e specializzate del settore, con oltre 500 codici prodotto a marchio Titan, Silkolene e Sinclair, progettati per rispondere alle esigenze di ogni applicazione in cui la lubrificazione riveste un ruolo chiave.



Sul fronte tecnologico, lo sviluppo dei prodotti avviene in stretta collaborazione con costruttori OEM e componentisti, rendendo ricerca e innovazione elementi centrali della strategia industriale.

L'attenzione alla sostenibilità si traduce in soluzioni avanzate come gli oli motore Ultra-Low-Viscosity e i fluidi per trasmissioni dedicate alle motorizzazioni tradizionali, ibride ed elettriche. Le tecnologie BluEV e ACT – Advanced Circular Technology rappresentano, in questo senso, un approccio integrato che combina prestazioni, efficienza e riduzione dell'impatto ambientale.



IL VALORE DELLE PERSONE E LA VISIONE PER L'ITALIA

Accanto a prodotto e tecnologia, Fuchs individua nelle persone un fattore determinante per affrontare l'evoluzione del mercato. La capacità di offrire un servizio consulenziale, costruendo relazioni solide e continuative con i clienti, è considerata un elemento distintivo del modello di business. In quest'ottica, il corretto assetto della route-to-market e lo sviluppo delle competenze interne assumono un ruolo strategico, con l'obiettivo di creare partnership basate su un reale valore condiviso. A delineare il quadro per il mercato italiano è Antonino Gregorio, direttore della divisione Automotive Aftermarket Italia: "Con il 2025 si è concluso il primo ciclo di crescita di Fuchs in Italia con risultati che sono andati ben oltre gli obiettivi pianificati. Questo dimostra la qualità del piano strategico e soprattutto il fatto che l'azienda è vista dal mercato come società alla quale guardare per il business dei lubrificanti".

Gregorio sottolinea come l'attuale presenza copra tutti i segmenti Automotive – dalle due ruote alle passenger car, passando per heavy duty, off-highway, agricoltura, marina e cogenerazione – e come il prossimo quinquennio sarà decisivo per consolidare le partnership esistenti e intercettare nuove opportunità, sia nel mondo della distribuzione sia in quello della manutenzione.

"L'obiettivo finale è raggiungere la leadership del mercato" afferma, evidenziando il ruolo strategico dei partner distributivi, dei gruppi d'acquisto ma anche dei grandi clienti diretti, comprese le reti OEM.

In questo scenario rientra anche l'attività legata alle produzioni in private label, ambito nel quale Fuchs vede ulteriori possibilità di sviluppo grazie alla propria capacità industriale e tecnologica. Un approccio che rafforza ulteriormente il posizionamento dell'azienda come interlocutore di riferimento per un mercato in continua trasformazione. ■

Il brand FUCHS TITAN

Titan rappresenta l'eccellenza dell'offerta per profondità di gamma e applicazioni.

I prodotti spaziano dagli oli motore ai lubrificanti per cambi automatici fino ad arrivare alle specialità.

Nell'ambito dei veicoli commerciali e mezzi pesanti la gamma FUCHS TITAN CARGO racchiude oli motore Ultra Low Viscosity, Low Saps e LongLife. Le gamme FUCHS TITAN CYTRAC e TITAN ATF riguardano la lubrificazione di assali, cambi semiautomatici, differenziali e cambi automatici.

Non mancano fluidi idraulici ad altissimo indice di viscosità per applicazioni specifiche, come il livellamento dell'assetto, FUCHS CHF e molto altro.