



L'AD di Autodis Italia, Paolo Morfino, inaugura i lavori congressuali affiancato dalla giornalista Barbara Pedrotti

nire i servizi più adatti alle esigenze della rete. L'intervento di Luca Lanzanova, Xmaster Sales Manager Northern Italy, si è focalizzato sull'offerta di servizi della divisione tecnica Xmaster, sia sul fronte ricambi sia su quello del supporto tecnico e dell'attrezzatura. "Oltre ai ricambi, un'officina ogni giorno ha bisogno dell'attrezzatura e di tutto ciò che serve per fare riparazioni sempre più complesse e tenere il passo con una tecnologia sempre più veloce nello sviluppo: assistenza tecnica sulle attrezzature, supporto tecnico in tempo reale, formazione sempre aggiornata e gestione dei network sono i pilastri su cui poggia Xmaster", ha detto Lanzanova. Per quanto riguarda le attrezzature, l'offerta si è fortemente ampliata anche sul versante dell'utensileria, che comprende numerosi

Le stelle dell' automotive



modi i cambiamenti, legando tale concetto a quello altrettanto fondamentale di "responsabilità". "Autodis sente la responsabilità di sostenere tutto il comparto, consentendo a ricambisti e officine di lavorare al meglio - ha sottolineato Morfino - Autodis può contare su solide basi e grande continuità, avendo alle spalle il Gruppo D'leteren che ha chiuso il suo primo bilancio nel 1805. Altro fattore fondamentale del progetto Autodis Italia è il territorio, grazie al forte presidio delle aziende dei soci e alla loro capacità di attenzione alle diverse esigenze delle aree in cui operano: non vogliamo appiattire certi processi, che magari vanno bene in alcune regioni del Nord ma non in altre. Determinante anche la collaborazione con Figiefa e Adira per tutelare il nostro network, in particolare sull'accesso ai dati che i car makers stanno cercando di precludere. Il servizio è sempre al centro, perché siamo un'azienda che in primo luogo offre servizi e supporto, così come la competenza, a monte e a valle: tutti i nostri utili vengono reinvestiti in depositi, logistica e competenze per migliorare il servizio e dare continuità. Con i nostri fornitori cerchiamo sempre di capire e anticipare il fabbisogno di componenti dei ricambisti in base alla domanda proveniente dai meccanici".

Servizi e supporto alla rete: il ruolo di Xmaster

Oltre al ruolo di guida interpretato da Autodis Italia, obiettivo primario del Gruppo è quello di implementare un modello in grado di for-



Ugo Carini, Vice President di Autodis Italia

In più di 500 a bordo della Costa Smeralda, approdata a Sanremo nei giorni del Festival, per partecipare alla convention di Autodis Italia dedicata ai ricambisti

di Andrea Martinello

C'era la squadra di Autodis Italia al completo a bordo della nave Costa Smeralda ormeggiata di fronte a Sanremo nei giorni del Festival. Un evento unico che ha coinvolto circa 540 ospiti tra soci, ricambisti, partner e sponsor. Molti i temi affrontati nel corso della convention ospitata nel teatro della nave, a partire dai cambiamenti in atto nel mondo aftermarket e dalle sfide che la filiera dovrà affrontare nell'imminente. Riflettori puntati sulla figura del ricambista, che Autodis ha voluto mettere al centro di questo evento sanremese il cui claim, nella serata delle stelle della canzone, è stato 'La nostra star sei tu'. "I ricambisti sono degli impen-

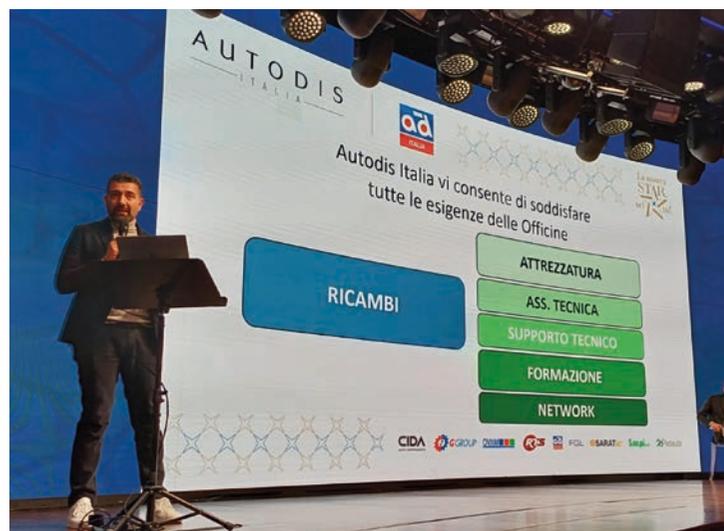
ditori che svolgono un ruolo fondamentale, aiutandoci a portare avanti la nostra mission. Per questo sono le nostre star. E per essere tali, devono avere alcune qualità fondamentali: talento, competenza, allenamento, guida, visione condivisa, relazioni", ha detto in apertura l'AD di Autodis Italia, Paolo Morfino. A parlare di talento nell'aftermarket è stato anche Marc Aguetz, Country Manager di GiPA Italia, che ha evidenziato le capacità degli attori della filiera di navigare in un mare burrascoso.

Una guida verso il futuro

È stata poi sottolineata l'importanza di avere una "guida" per affrontare nel migliore dei



Alfredo Formisano, Xmaster Sales Manager Southern & Central Italy



Luca Lanzanova, Xmaster Sales Manager Northern Italy

marchi premium supportati dall'assistenza tecnica. Il marchio Isotech, private label delle attrezzature con cui Autodistribution lavora da 8 anni e che Autodis Italia ha lanciato due anni fa, sta dando importanti soddisfazioni. A partire dal 2024, le reti AD Service e GService potranno avere 4 anni di garanzia sulle attrezzature di questo marchio. L'assistenza tecnica a 360 gradi che Xmaster è in grado di offrire resta uno dei principali punti di forza dell'organizzazione: die-

tro Xmaster c'è infatti una squadra di 40 persone in Italia che fornisce assistenza telefonica, assistenza on-site con furgoni e tecnici che arrivano nelle officine, oltre all'assistenza da remoto. La strategia di prossimità su cui punta Autodis Italia sta portando a diverse acquisizioni di rivenditori specializzati di attrezzature (dopo la piemontese Attrezzaauto sono previste altre due acquisizioni nel 2024), in modo da garantire la massima vicinanza all'officina. L'obiettivo

è di avere in pochi anni un rivenditore di proprietà Autodis Italia in ogni regione. "Molte aziende offrono opportunità terziarizzando questi servizi, a noi invece interessa avere al nostro interno queste competenze e le persone che gestiscono le esigenze delle officine. Stiamo inoltre lavorando per avere un call center interno, che dia assistenza non soltanto alle officine a marchio ma a tutte le officine. In collaborazione con la spagnola Grup Eina, di proprietà maggioritaria del Gruppo PHE, svilupperemo internamente un call center con supporto tecnico, banche dati e tutto quello che serve all'officina", ha detto Luca Lanzanova.

Formazione innovativa

Alfredo Formisano, Xmaster Sales Manager Southern & Central Italy, si è concentrato sulla formazione, asset che Autodis considera strategico e che, con il supporto di Grup Eina, si traduce ogni anno in un ampio ventaglio di corsi. "La nostra è una formazione innovativa e molto pratica e può contare su un'auto 'laboratorio' disponibile nelle varie sessioni dei corsi. Metteremo alla prova gli autoriparatori su auto appositamente cablate, dove sono stati creati dei difetti su cui i partecipanti dovranno intervenire". Il catalogo di formazione



Marc Aguetz, Country Manager di GiPA Italia



Eleonora Simeone, Responsabile Comunicazione e Marketing



Xmaster prevede diversi prospetti tematici: corsi sulle innovazioni dei ricambi, corsi di abilitazione su ibrido ed elettrico, oltre a percorsi di gestione aziendale e manageriale. Nel 2023 sono state erogate circa 200 giornate di formazione, con l'obiettivo di connettere sempre di più ricambisti e officine. Anche il network officine assume un ruolo fondamentale nel rafforzare questo legame, puntando ad una

fedeltà sempre maggiore delle officine a fronte di un'offerta di servizi sempre più innovativa. "Autodis Italia può contare nel nostro Paese su sei network officine e almeno con tre di questi network siamo presenti ovunque - spiega Formisano - Tutti i network sono contenitori di servizi: gestionale, call center tecnico, banche dati. Il nostro tratto distintivo è il referente di rete Xmaster, che in ogni regione è al fianco dei ricambisti per essere nelle officine e per collegarle sempre meglio alla rete".

Il private label Xenergy

Riflettori puntati anche sul brand Xenergy, lanciato nel 2011, che comprende una gamma sempre più vasta di ricambi di qualità originale ma con un posizionamento prezzo più conveniente. "Un prodotto che lascia una marginalità interessante sia ai ricambisti che alle officine - ha detto il Vice President di Autodis Italia Ugo Carini - La difettosità di questi prodotti è dello 0,03% e molti fornitori sono produttori asiatici che riforniscono il primo impianto. Crediamo molto in questo marchio e l'obiettivo è quello di quadruplicare in quattro anni il fatturato derivante da Xenergy, affiancato

dalla linea di prodotti chimici 3.0Chem e dai lubrificanti 3.0Tech, continuando ad ampliare una gamma che oggi ha raggiunto le 5.500 referenze".

Sempre più protagonisti

La parola è poi passata a Eleonora Simeone, Responsabile Comunicazione e Marketing, che riprendendo il concetto iniziale di "allenamento" si è soffermata sull'insieme di attività che ogni giorno Autodis porta avanti per mantenere la sua posizione. "Autodis vuole sviluppare attività che aiutino i ricambisti partner ad essere protagonisti sempre, agendo su due macroinsiemi: progetto officine e ricambi - ha detto Simeone - Per il 2024 è prevista una serie di importanti attività per consentire ai ricambisti del progetto AD di essere veramente riconosciuti come partner: insegne, abbigliamento del personale, materiale di comunicazione. La seconda fase è mirata ad estendere il raggio della comunicazione all'esterno, attirando l'attenzione di nuove officine e nuovi interessi attraverso campagne su media e social. La terza fase punta al coinvolgimento, creando attività che consentano al ricambista di essere coinvolgente nei confronti delle officine. Previsto il restyling del sito web, con un'area riservata dove ricambisti e officine possono scambiarsi dati e informazioni, e un'attività di pubblicità rivolta agli automobilisti attraverso la partecipazione alla trasmissione televisiva 'Officine da urlò', nuovo format televisivo dove un team tecnico suggerisce alle officine come migliorarsi, con 42 puntate in prima serata. Sul fronte ricambi sono invece previste attività di promozione di prodotto, da aprile a ottobre, con promoter che si recheranno presso le officine in affiancamento ai ricambisti su 22 marchi". A concludere la convention la presentazione di Fabio Uglietti, di Quattro ruote Professional, che ha analizzato i trend e l'evoluzione del mercato automobilistico e dell'aftermarket soffermandosi sul concetto di neutralità tecnologica. ■

Oltre al ruolo di guida interpretato da Autodis Italia, obiettivo primario del Gruppo è quello di implementare un modello in grado di fornire i servizi più adatti alle esigenze della rete