

FORMAZIONE, SPETTACOLO E NETWORKING CON GGROUP

Il Futuro in Rete

parte dalla Calabria

Strategie, innovazione e centralità delle officine: da Autodis Italia e GGroup il messaggio di una rete pronta alle sfide di domani

Con "Futuro in Rete" GGroup ha scelto la Calabria come palcoscenico per ribadire il proprio impegno verso l'evoluzione dell'aftermarket. Un evento che ha unito momenti di confronto, networking e visione strategica, mettendo al centro officine e partner come protagonisti di un ecosistema in trasformazione.

Un'occasione di incontro, riflessione e crescita per tutta la rete di officine e fornitori che orbitano intorno al marchio con la cornice del Falkensteiner Club Funimation Garden: un ambiente accogliente, capace di favorire il dialogo e creare connessioni reali tra professionisti. In questo contesto i fornitori partner hanno avuto un ruolo fondamentale: la loro presenza ha dato spessore tecnico all'evento, trasformandolo in una vera e propria vetrina di soluzioni e attrezzature all'avanguardia.

Il valore di "Futuro in Rete" è stato proprio questo: unire momenti istituzionali a occasioni di networking autentico, favorendo un dialogo diretto tra chi distribuisce, chi produce e chi, ogni giorno, lavora in officina. Non a caso l'iniziativa ha

dedicato grande attenzione al tema della visibilità delle imprese indipendenti. Oggi, un centro di autoriparazione deve diventare un punto di riferimento riconoscibile, capace di raccontarsi al cliente finale con professionalità e personalità.

A rendere ancora più vivace l'atmosfera ci ha pensato Barbara Pedrotti, conduttrice sportiva e televisiva, chiamata a fare da madrina dell'evento. La sua presenza ha portato energia e ha contribuito a rafforzare la dimensione "esperienziale" dell'incontro, trasformandolo in qualcosa che va oltre la classica convention aziendale. Perché "Futuro in Rete" è stato soprattutto questo: un mix tra spettacolo e momenti di condivisione informale, tutti elementi che rendono più solida la relazione tra le persone e dan-

no concretezza al concetto di rete. Sul piano dei contenuti, il messaggio lanciato dal Gruppo Autodis è stato netto: l'aftermarket non può permettersi di rimanere indietro. Digitalizzazione, efficienza operativa, nuove attrezzature, sistemi diagnostici sempre più sofisticati e strumenti di gestione integrata sono i pilastri su cui costruire il domani. Ma non basta investire in tecnologia: serve una cultura aziendale capace di valorizzare le persone, di formarle e di renderle ambasciatrici di un brand riconoscibile anche sul territorio. È qui che l'approccio di GGroup si differenzia: non solo distribuire prodotti, ma costruire un ecosistema che metta al centro l'officina come protagonista della filiera.

Ciò che resta dopo l'evento è la consapevolezza che il futuro si gioca dav-

vero sulla capacità di fare rete. Non basta aggiornarsi una tantum: serve continuità, serve un percorso condiviso che accompagni le officine lungo tutta la curva del cambiamento. La Calabria ha fatto da cornice ideale a questa riflessione collettiva, dimostrando che quando un settore si ferma a ragionare sul proprio futuro, il risultato non è solo teoria, ma energia pronta a trasformarsi in azione.

GGroup vuole guidare la trasformazione, dando agli autoriparatori strumenti per non subirla ma per diventarne protagonisti. Un messaggio che oggi vale più che mai, perché nell'aftermarket chi si limita a restare a galla rischia di essere travolto. Chi invece costruisce relazioni, investe in innovazione e si racconta con autenticità, ha davanti a sé la strada per crescere davvero.

