Squadra che VINCE...

Una filiera compatta, un gruppo solido e nuovi servizi per i soci: durante la convention di Autodis Italia, organizzata in Puglia, sono stati illustrati i progetti per la rete di officine e per i ricambisti

DI **ROBERTO BARONE**



Paolo Morfino, amministratore delegato di Autodis Italia

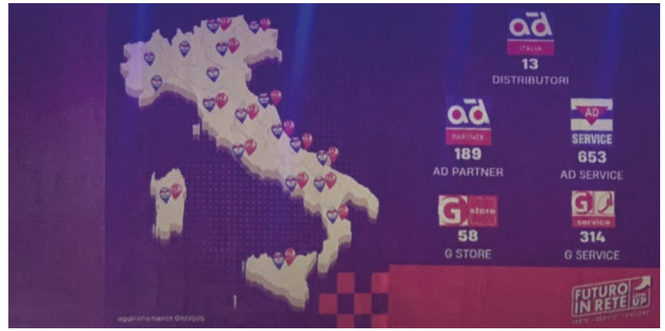
In tempi assai complicati (non soltanto per l'automotive) unire le forze appare sempre più il rimedio principe per proiettarsi al futuro con un discreto ottimismo. È questo uno degli aspetti chiave dell'incentive organizzato in Puglia da Autodis Italia. Nella cornice del Blu Serena Valentino Resort di Castellaneta Marina (TA) si sono riuniti autoriparatori, ricambisti e partner per l'evento dedicato ai network di officine AD Service e G Service. Un'occasione per ritrovarsi, condividere idee, strategie e cogliere nuove opportunità di crescita.
Diversi gli appuntamenti che hanno scandito il programma, alternando momenti di networking e business a occasioni di svago. Le aree espositive hanno dato spazio ai fornitori sponsor dei ricambi, delle attrezzatura e dei servizi che hanno presentato contenuti tecnici e professionali a elevato valore aggiunto, pensati per sostenere lo sviluppo delle officine e affrontare con più consapevolezza le sfide dell'aftermarket. L'anfiteatro del resort ha invece ospitato la convention: presentata da Barbara Pedrotti, madrina della manifestazione, ha visto alternarsi sul palco dirigenti e tecnici di Autodis Italia. Tra un intervento e l'altro, musica, intrattenimento e la comicità esilarante dei PanPers. Il filo conduttore? Un'idea di squadra che va dal fornitore all'officina, passando per il distributore e il ricambista.

UNA MISSIONE DA CONDIVIDERE

Il CEO di Autodis Italia, Paolo Morfino, ha aperto il convegno ponendo l'accento sulla capacità di ascolto, definita una delle caratteristiche principali del gruppo: "Anche se siamo ormai strutturati e siamo diventati il più grosso distributore d'Italia, ci sono sempre margini di miglioramento e c'è tantissima strada da fare insieme". Dopo i ringraziamenti ai clienti, ai colleghi e agli sponsor, che accompagnano l'azienda da quasi dieci anni (Autodis Italia è nata nel 2017), l'AD ha ricordato il senso del lavoro quotidiano del gruppo e degli affiliati: garantire agli automobilisti italiani una mobilità sicura, di qualità, sostenibile e abbordabile. L'ultimo aggettivo non è certo scelto a caso, in un Paese a bassa crescita in cui si assiste a una progressiva perdita del potere d'acquisto. "L'aftermarket italiano - ha sottolineato Morfino - svolge un compito prezioso e strategico, perché con la sua attività aiuta e sostiene una grandissima fascia di cittadini che mandano avanti il Paese". Una missione che nessuno può portare a termine da solo e che necessita di una filiera compatta. Da qui i valori aziendali, riassunti nello spirito di squadra: benevolenza (saper perdonare l'errore), impegno, esigenza e umiltà.

IL CIRCOLANTE CAMBIA PELLE

Partendo da un'analisi commissionata a GiPA, che ha fotografato il 2026 guardando al 2030, è stato dato risalto ai numeri del parco circolante, suddiviso per età del veicolo e per alimentazione. Il dato più significativo riguarda la fascia tra i 4 e i 15 anni, il cuore del lavoro dell'officina indipendente: le auto diesel, oggi a quota 8,6 milioni, si stima che scenderanno a 5,8 milioni in appena quattro anni, mentre le ibride passeranno da circa 832 mila a 3,7 milioni. "Questo vuol dire - ha avvertito Morfino rivolgendosi ai meccanici - che per stare sul mercato, da qui a breve dovrete assolutamente essere in grado di riparare questa tipologia di veicoli". È il motivo per cui Autodis Italia continua a investire tempo, risorse e professionalità nella divisione Xmaster, dedicata ad attrezzature e formazione: in un'azienda che fattura oltre 400 milioni di euro non è la voce più rilevante dal punto di vista economico, ma è sicuramente quella che prepara la rete al cambiamento. Il lavoro coinvolge anche i componentisti, chiamati a progettare e produrre per tempo i ricambi che serviranno domani.

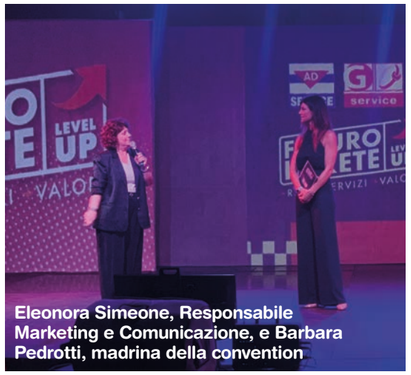




GRAZIE ALLA COLLABORAZIONE CON QUATTRORUOTE PROFESSIONAL LE OFFICINE POTRANNO OTTENERE UN'IMPORTANTE CERTIFICAZIONE

LA FORZA DI UN GRUPPO STABILE

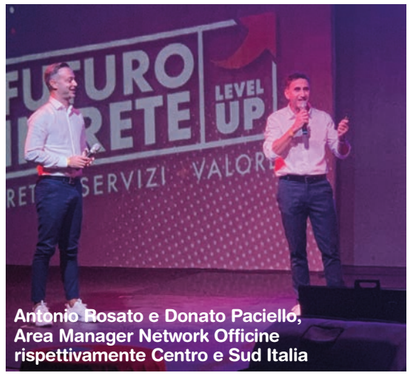
L'AD ha quindi sottolineato la collocazione di Autodis Italia all'interno di Parts Holding Europe (PHE) e del gruppo industriale D'Ieteren, fondato nel 1805 e oggi all'ottava generazione. Un azionista con una forte connotazione familiare, garanzia di stabilità, a differenza di molti fondi di investimento. L'appartenenza a una realtà europea permette inoltre di importare buone pratiche dalla Francia e dalla Spagna, come nel caso di Grup Eina, il partner tecnico già attivo, oltre che nei due Paesi citati, anche in Portogallo, Belgio, Svizzera, Regno Unito, Irlanda, Olanda e Finlandia. Quanto ai network AD Service e G Service, alle spalle c'è AD International, fondata nel 1970 e presente in 45 nazioni con 23 partner. E la promessa è di investire ancora tantissimo sulla rete.



Eleonora Simeone, Responsabile Marketing e Comunicazione, e Barbara Pedrotti, madrina della convention




Alfredo Formisano, Responsabile Commerciale Xmaster Centro-Sud Italia



Antonio Rosato e Donato Paciello, Area Manager Network Officine rispettivamente Centro e Sud Italia

XENERGY A QUOTA 32 LINEE

Il project manager di Xenergy, Antonio Pellecchia, è salito a sua volta sul palco per parlare della crescita del marchio privato pensato per quella parte di circolante che chiede la giusta qualità a un buon prezzo e che si colloca accanto ai brand premium distribuiti da Autodis. Il packaging di ricambi e lubrificanti è stato completamente rinnovato; parallelamente, la notorietà presso il pubblico è aumentata molto grazie anche alla sponsorizzazione del pilota Francesco Savoia, che corre nel TCR, il Campionato italiano touring, e al format televisivo "Officine da Urlo". Le linee di prodotto sono oggi 32. Nell'ultimo anno sono stati introdotti alternatori e motorini di avviamento, giunti, kit cuscinetti ruota, distribuzione con e senza pompa acqua, catene e tiranteria, a cui si aggiungeranno a breve motorini tergicristallo e ammortizzatori per portellone. La copertura del circolante è di oltre il 90% con un tasso di resi molto contenuto. In cinque anni il fatturato è praticamente raddoppiato. Tutti i prodotti sono disponibili nei quattro poli distributivi (Autodis Ovam Group e Autodis RTS Group al Nord, Cida Group e GGroup al Sud) e nei principali cataloghi elettronici.

I SEGNALI CHE CONTANO

Eleonora Simeone, Responsabile Marketing e Comunicazione, ha ripreso il tema della capacità di ascolto ammettendo che non è sempre facile, perché bisogna accettare anche i "no" del mercato e poi trasformare le buone idee in strumenti concreti. L'intervento è stato incentrato sulla percezione dell'automobilista, che oggi raramente sceglie l'officina solo per il passaparola. Prima di entrare raccoglie, volontariamente o involontariamente, diversi segnali. Ci sono i fattori di qualità indiretti, come un'officina ordinata e un'immagine coerente tra insegna, spazi e divise, e quelli diretti, cioè attestati di formazione, poster tecnici e marchi di ricambi riconosciuti. Esistono poi fattori esterni: sito, social e recensioni online. Infine, la qualità del lavoro, che "vale più di tutto il resto".

ATTESTATI, AFFISSIONI E TV

Per rafforzare l'immagine delle officine arriva una novità: grazie alla collaborazione con Quattroruote Professional, gli autoriparatori potranno ottenere un'importante certificazione. Compilando - anche a più riprese - un questionario di circa 100 domande riceveranno un attestato e un adesivo da esporre nel proprio centro. Sul fronte promozione e visibilità grande valore hanno le affissioni, che generano circa 26 milioni di contatti l'anno, mentre i camion vela raggiungono 1,5 milioni di contatti a settimana. "Officine da Urlo", infine, ha chiuso il primo triennio ed è confermata per il 2027. Simeone ha citato anche il caso di un'officina che, dopo la partecipazione al format TV, ha visto raddoppiare i clienti incrementando di conseguenza dipendenti e metri quadrati.

MINI-MASTER E NUOVO CRM

Una grande novità è il nuovo CRM, la piattaforma da cui aprire ticket e accedere al gestionale Autossimo, in lancio pochi giorni dopo l'evento. Le credenziali restano le stesse e un motore di ricerca interno permette di trovare targhe, documenti, contatti. Per orientarsi basta ricordare la regola delle "tre c": cerca, contatta, crea. La Responsabile Marketing ha poi presentato un corso rivolto ai ricambisti, messo a punto con un partner specializzato nella formazione aftermarket. È una sorta di mini-master triennale, con quattro giornate l'anno per dodici appuntamenti complessivi. Il programma copre processi e marginalità, aggiornamento tecnico sulle nuove vetture, soft skill e gestione della relazione con l'officina, attraverso giochi di ruolo e strumenti da portare a casa.









ISOTECH E GRUP EINA

Alfredo Formisano, Responsabile Commerciale Xmaster Centro-Sud Italia, ha presentato alla platea Isotech, il marchio privato attrezzature di PHE, con oltre dieci anni di esperienza in Francia e Spagna. La gamma, nata con i ponti sollevatori, comprende ora smontagomme ed equilibratrici, attrezzature per carrozzeria, arredamento tecnico e utensileria, illustrati in un nuovo sito in italiano presentato in anteprima. Isotech da qualche anno è distribuito anche in Italia da Autodis attraverso Xmaster. Grande attenzione anche per Grup Eina, il partner tecnico dei network, presente al resort con il suo team, che ha continuato a rispondere ai ticket durante l'evento. Oltre a interpretare i codici guasto e a fornire schemi elettrici, Grup Eina offre ora anche la diagnosi remota. Proseguono, inoltre, i corsi basati sulla simulazione di guasti reali, che per il 2027 includeranno mild hybrid, motori ibridi di ultima generazione e sistemi antinquinamento.

CHIAVI, L'ULTIMA NOVITÀ

A chiudere la serata sono stati Antonio Rosato e Donato Paciello, Area Manager Network Officine rispettivamente del Centro e del Sud Italia, ripercorrendo i servizi della rete: il gestionale Autossimo, con la tutela dei tagliandi in garanzia secondo il regolamento UE 461/2010, la banca dati certificata e oltre 500 manuali, l'assistenza telefonica, l'abbigliamento e l'immagine coordinata. Hanno poi annunciato il nuovo accordo con l'olandese Car Lock Systems, azienda oltre 25 anni di attività e più di 60 marchi auto trattati, grazie al quale le officine potranno ordinare dal CRM duplicati e riparazioni di chiavi, telecomandi, keyless e transponder, con consegna diretta in circa tre giorni lavorativi e garanzia triennale. Per programmare le chiavi sulle vetture più recenti interverrà l'assistenza da remoto di Grup Eina. Un'altra dimostrazione che la rete, per Autodis Italia, si costruisce servizio dopo servizio.

© Riproduzione riservata