

Paolo Morfino, amministratore delegato di Autodis Italia

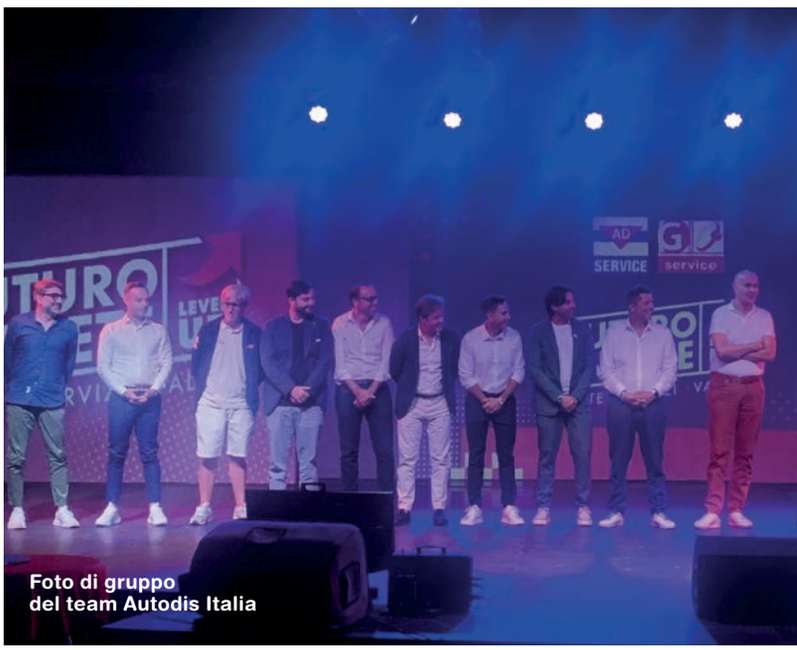


Foto di gruppo del team Autodis Italia

Tenaci alla meta

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**

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 GService. 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.







Eleonora Simeone, Responsabile Marketing e Comunicazione con 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

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.

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 aumentato 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".

Grazie alla collaborazione con Quattroruote Professional le officine potranno ottenere un'importante certificazione











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