

L'AFTERMARKET torna sul palco



“Scusate il (forzato) ritardo”. L’aftermarket “afterpandemia” ritorna più carico di sempre e, per canalizzare questa comune energia, abbiamo voluto organizzare un evento dedicato ai professionisti e manager della riparazione.

a cura
di Andrea Pluchino

Ripartire insieme e con brillante entusiasmo. Questa è la filosofia che ha dato il via all’evento tenutosi il 1 di luglio al Museo Fratelli Cozzi di Legnano (MI). Una mattinata dedicata all’incontro di numerosi professionisti, al network e alla trattazione di temi attualissimi quali sicurezza, formazione, tecnologie, digitalizzazione ed evoluzione della riparazione. In qualità di padrona di casa, la dott.ssa Elisabetta Cozzi ha presentato agli ospiti la ricca storia del museo di famiglia, un meraviglioso luogo culturale nato nel 1955 dalla passione nutrita dal padre e collezionista Pietro Cozzi per l’Alfa Romeo. Terminato il welcome coffe, Giuseppe Polari ed Elisabetta Cozzi hanno accolto gli invitati nella meravigliosa sala espositiva del mu-

seo, dove costoro hanno potuto sedersi in mezzo a ben sessanta storici modelli di Alfa Romeo. Dopo una breve introduzione promossa da Walter Zuliani, direttore della rivista *lo Carrozziere*, la mattinata è entrata nel vivo con l’intervento di Marco Mosaici, Direttore Aftermarket Network di Arval Italia, il quale ha parlato dello sviluppo delle flotte, delle motorizzazioni elettriche, di una mobilità sempre più green, degli Arval Center e dei centri di riparazione. A seguire, il Project Manager di Auto180 Fabio Porro ha intrattenuto gli ospiti toccando i temi di sicurezza, di riparazione d’eccellenza ed evidenziando alcune criticità insite nella “Riforma 122”, in riferimento a qualifiche professionali, attrezzature e al concetto di garanzia. Da remoto, si è poi con-



nesso anche l'Avv. Guido Scorza, componente del collegio per la protezione dei dati personali, il quale ha trattato il delicatissimo rapporto tra l'accesso ai dati e la tutela della privacy degli automobilisti. Dopo un breve pausa rigenerante, gli ospiti hanno potuto ascoltare l'intervento di Michele Serra, Head of Product Development di Generali Jeniot, il quale ha parlato di assicurazione, digitalizzazione dei servizi e di ecomobilità. La parola è poi passata all'Ing. Angelo Capolupo dello "Studio Capolupo". Invitato per presentare alla platea lo scenario delle auto connesse, egli si è soffermato anche sul delicato tema dell'invio dei dati verso terzi, per far comprendere agli ascoltatori come il futuro autoriparatore dovrà intervenire su veicoli sempre più tecnologici. Successivamente, in qualità di CEO di Ballsystem, Roberto Sticca ha preso la parola per l'ultimo intervento, spaziando tra argomenti tecnici, come nuove vernici e attrezzature, per giungere a esporre temi di stampo più manageriale come la Customer Centricity e la Customer Experience, ormai sempre più centrali nel mondo dell'autoriparazione. Dalle 9.30 alle 13.00, gli ospiti hanno quindi



potuto beneficiare dei contributi espressi da tutti questi professionisti. Durante le pause, non sono mancati dei brillanti momenti di networking, indispensabili per poter "fare il business".

In chiusura, Fabio Porro di Auto 180, Silvia Pansini del Gruppo Itas Assicurazioni, Alessandro Angelone di Confartigianato Autoriparazione, Marco Mosaici di Arval Italia, Paolo Lavitola di Autocenter Arese, Luigi Minen di Texa, Massimo Pellegrino di Zf Aftermarket e Roberto Sanvito di Basf hanno avuto l'occasione di ritornare sui temi trattati per intavolare un confronto costruttivo, garantendo un alto livello di contenuti particolarmente apprezzati dal pubblico. Considerate le sensazioni positive e la ricca partecipazione di tutti gli ospiti, abbiamo chiesto ad alcuni relatori e partecipanti della tavola rotonda di rispondere ad alcune domande.



AUTOMOTIVE

Il nostro mercato si avvia verso la ripresa e occorrono professionisti pronti a cogliere nuove opportunità di business. Quali strategie e obiettivi avete stilato per il prossimo futuro? Quali prodotti, servizi e/o soluzioni mettere a disposizione dei vostri clienti?

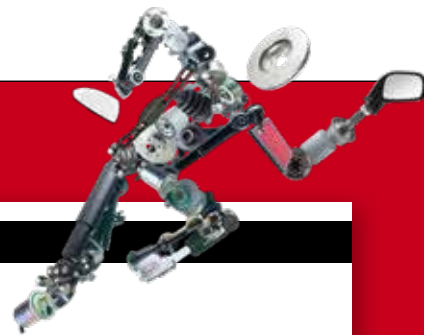
MASSIMO PELLEGRINO | SALES MANAGER IAM ITALY - ZF AFTERMARKET



Per il prossimo futuro, le nostre strategie prevedono di strutturare e consolidare ulteriormente, con un approccio "Win Win", le relazioni commerciali con i principali attori della filiera distributiva italiana, ai quali offriamo soluzioni personalizzate "one stop shop" grazie al nostro pedigree OE e alla gamma completa di ricambi a marchio Lemfoerder, Sachs e TRW per moto, auto, veicoli commerciali e industriali di ultimissima generazione. Progettate appositamente per i veicoli ibridi ed elettrici, le pastiglie freno Electric Blue TRW, rappresentano un

esempio significativo della costante innovazione di prodotto. E per rispondere alle esigenze di aggiornamento continuo richiesto dal settore, oltre alle informazioni e al supporto online, mettiamo a disposizione di distributori, ricambisti, officine e scuole professionali, numerosi corsi di formazione sia in presenza sia in modalità virtuale, che spaziano dalle tecnologie tradizionali a quelle future-proof connaturate all'e-mobility.





AUTOMOTIVE

FABIO PORRO | PROJECT MANAGER - AUTO 180



Il mondo delle riparazioni e manutenzioni auto sta mutando in funzione di una viepiù sofisticata tecnologia applicata sui veicoli. Sul piano degli investimenti, questo impone ingenti sforzi e, soprattutto, una nuova capacità tecnico-operativa. Nel segno della nostra Rete AUTO180 abbiamo fatto scelte molto importanti e stretto partnership con i primari produttori di impianti, attrezzature diagnostiche presenti sul mercato.

Dalle nuove tecnologie conseguentemente derivano le nuove tecniche riparative. A tal scopo, la nostra Rete ha creato tutta una serie di corsi tecnici per gli operatori del settore e per gli allievi delle scuole di formazione professionale, per i quali attiviamo per-

corsi di alternanza scuola/lavoro. Per quanto concerne l'attenzione al cliente, stiamo investendo molte risorse nel marketing. Difatti, abbiamo introdotto nel nostro organico un esperto in materia. Il focus del nostro percorso rimane la customer journey, la creazione di un'esperienza di benessere per il Cliente, nonostante il suo disagio provocato dal danno alla propria auto.

Oggi, i bisogni dei Clienti sono mutati in virtù di quei nuovi modelli di soddisfazione che AUTO180 deve saper cogliere fino in fondo. Tutto ciò deve essere accompagnato da quello che noi abbiamo, fin dall'inizio, scelto come missione aziendale, ovvero, la sicurezza stradale.

MARCO MOSAICI | DIRETTORE AFTERMARKET NETWORKS – ARVAL ITALIA



La mobilità è in rapida trasformazione. Il nostro obiettivo è quello di anticipare le nuove tendenze e fare in modo che anche tutti i nostri partner percorrano questa strada insieme a noi.

Per ciò che concerne il nostro Network di Riparatori, noi puntiamo su innovazione ed eccellenza del servizio, garantendo loro formazione costante, tec-

nica e manageriale, e fornendo servizi a valore aggiunto per supportarli in questa fase di profondo cambiamento.

Così facendo, costoro potranno offrire agli automobilisti clienti di Arval la migliore customer experience.



ROBERTO SANVITO | REGIONAL BUSINESS MANAGER EUROPE SOUTH EAST - AUTOMOTIVE REFINISH COATINGS SOLUTIONS – BASF ITALIA S.P.A



Devo dire che nei marchi Glasurit e R-M di BASF c'è grande entusiasmo per le tante novità che continuiamo a lanciare nel mercato italiano.

La nostra strategia è da sempre focalizzata su efficienza e qualità, ma anche la sostenibilità e la digitalizzazione diventano oggi elementi imprescindibili. In questo periodo, siamo focalizzati sull'introduzione delle nuove gamme di trasparenti (Glasurit AraClass e R-M Pioneer Series) composte

da prodotti innovativi e performanti, con un ridotto impatto ambientale nell'emissione di CO₂ in fase di produzione.

Grande successo anche per le nuove basi all'acqua (Glasurit SERIE 100 e R-M AGILIS) che si differenziano per eco-efficienza, quindi risparmio di tempo e ridotte emissioni di VOC (< 250gr/litro).



PAOLO LA VITOLA | CHIEF EXECUTIVE OFFICER – AUTOCENTER ARESE SRL

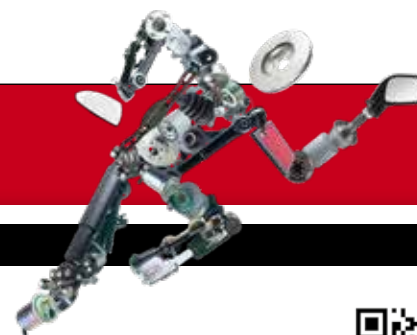


Nel corso del periodo Covid-19 abbiamo avuto l'opportunità di impiegare le "ore libere" attraverso diverse attività formative, che abbiamo svolto sia in azienda sia via web. Il mercato sta cambiando molto velocemente ed il Covid-19 ha accelerato i processi di rinnovamento del parco auto.

La nostra strategia è quella di essere sempre più aggiornati. A tal scopo, investiremo risorse ed energie in formazione, innovazioni tecnologiche e

attrezzature, per creare spazi all'avanguardia! Per ciò che concerne i clienti, noi cerchiamo di proporre servizi innovativi, andando oltre la classica vettura di cortesia (servizio consolidato da anni). Ad esempio, offriamo loro servizi di pick up e delivery, oltre al nostro centro di raccolta a Milano.





AUTOMOTIVE

ROBERTO STICCA | CHIEF EXECUTIVE OFFICER – BALLSYSTEM S.P.A



In questo periodo pandemico, Ballsystem ha ragionato su quali cambiamenti strategici metter in atto sia per fortificare il brand e sia per poter rappresentare ancor di più un partner di livello eccellente per tutte le tipologie di clienti. Siamo ripartiti dal nostro assetto organizzativo, incrementando il nostro già qualificato organigramma con nuove figure manageriali, per poi passare allo sviluppo e all'introduzione di nuovi servizi come, ad esempio, un nuovo callcenter tecnico in grado di rispondere ad ogni problematica 24/7 con annessa Video - Perizia per verificare i danni e CRM per la gestione dei ticket. In caso di eventi massivi abbiamo attivato delle soluzioni HUB e Drive-in per intervenire

direttamente nel luogo dove avvenuto l'evento grandine. Il tutto contornato da una nuova riorganizzazione del Network, che ad oggi conta circa 200 centri in tutto il territorio nazionale. Abbiamo infine ristrutturato l'Academy, per fornire corsi di formazione al personale tecnico, addetti authority e giovani, al fine di illustrare e far comprendere tutto l'iter del metodo paintless dent repair (PDR) e delle nuove tecniche di smart e spot repair. Abbiamo un piano strategico ben delineato per il nostro futuro, inclusa una ulteriore e progressiva internazionalizzazione della nostra realtà.



LUIGI MINEN | ITALY SALES DIRECTOR – TEXA



Il settore automotive si sta trasformando ed evolvendo in maniera repentina, basti pensare alla diffusione delle motorizzazioni ibride ed elettriche e all'impiego sempre più massiccio dei sistemi ADAS. Noi di TEXA stiamo seguendo questa evoluzione e, grazie alla nostra trentennale esperienza, sappiamo come supportare al meglio gli autoriparatori. "Evoluzione continua" è la parola d'ordine che userei per spiegare il modus operandi di TEXA. Quest'anno siamo partiti con l'obiettivo di aumentare ulteriormente l'offerta di prodotti e servizi dedicata al mondo delle officine. Abbiamo presentato innovative soluzioni per la diagnosi come l'interfaccia veicolo NAVIGATOR TXT MULTIHUB, poi la nuova soluzione digitale per la calibrazione ADAS, RCCS

3 e la nuova linea di stazioni per la manutenzione degli impianti A/C KONFORT TOUCH dotate di monitor e assistenza remota. Sempre per la diagnosi abbiamo messo a disposizione una banca dati che ottimizza il lavoro in officina e guida l'operatore alla risoluzione di guasti in modo veloce e sicuro. Non ci siamo però limitati a questo. Abbiamo affiancato ai prodotti un percorso completo di formazione specialistica che eroghiamo sia in presenza sia via web. Grazie alla nostra sofisticata piattaforma di eLearning e alle videolezioni in diretta, i formatori TEXAEDU possono replicare le prove pratiche sui mezzi e far utilizzare il software TEXA ai corsisti da remoto.



CONFARTIGIANATO AUTORIPARAZIONE

Il nostro mercato si avvia verso la ripresa e occorrono professionisti pronti a cogliere nuove opportunità di business. Quali strategie e obiettivi avete stilato per il prossimo futuro? Quali prodotti, servizi e/o soluzioni mettere a disposizione dei vostri clienti?

ALESSANDRO ANGELONE | PRESIDENTE NAZIONALE CONFARTIGIANATO AUTORIPARAZIONE



Il mercato della riparazione è in fase di cambiamento e noi operatori avremo a che fare con una mobilità mista: oltre ai nuovi veicoli green, vedremo infatti automobilisti che sceglieranno di non avere più un'auto di proprietà. A differenza di quanto annunciano i vertici politici, il cambiamento non sarà così repentino, proprio perché dipenderà dalle disponibilità economiche dei cittadini e dalla pianificazione urbanistica delle infrastrutture, ancora molto carenti. Gran parte degli operatori del settore sono già a buon punto con gli adeguamenti. Sarà comunque importante continuare ad investire in formazione, poiché nel futuro faranno la differenza

proprio coloro i quali si saranno specializzati su specifici settori: dai cambi automatici alla climatizzazione, passando per gli ADAS e le abilitazioni "Pes - Pav - Pei". Un suggerimento che mi sento di comunicare è il seguente: usciamo dal soggettivismo dell'io e apriamoci al "noi", per condividere esperienze. Un meccatronico indipendente non può e non potrà mai saper far tutto da solo nella sua struttura. Come Confartigianato posso dire che stiamo lavorando alla realizzazione di una rete nazionale di contatti e condivisioni tra le imprese iscritte, in modo tale da collegare esperienze, know how e specializzazioni dei nostri autoriparatori.

ASSICURAZIONI E SOCIETÀ DI SERVIZI

"Il nostro mercato si avvia verso la ripresa e occorrono professionisti pronti a cogliere nuove opportunità di business. Quali servizi e/o soluzioni mettere a disposizione dei vostri clienti?" (Es: analisi, consulenza, formazione).

ANGELO CAPOLUPO | CHIEF EXECUTIVE OFFICER - STUDIO CAPOLUPO



Il Covid-19 ci ha costretto a modificare le nostre abitudini quotidiane e il nostro modo di lavorare. Uno dei settori che durante il lockdown ha subito dei sostanziali mutamenti è stato quello della formazione, in quanto l'erogazione dal vivo non era ammessa. Il graduale ritorno alla normalità comporterà, quindi, un incremento di corsi di formazione in presenza. Per questo motivo, ritengo fondamentale offrire ai nostri clienti una diversificazione di eventi formativi nei quali, oltre alla divulgazione degli aspetti teorici, venga valorizzata al meglio la pratica. Anche il settore assicurativo è stato costretto a reinventarsi e a sperimentare modalità nuove di erogazione dei servizi. Vista l'impossibilità di ispezionare i veicoli coinvolti nei sinistri stradali per quantificare i danni,

le imprese assicuratrici hanno consentito agli assicurati di inviare le immagini dei danni subiti dai rispettivi veicoli per il tramite dei periti assicurativi fiduciari. Se, da un lato, ciò ha garantito la continuità dei servizi assicurativi, dall'altro, tale circostanza ha talvolta favorito il fenomeno dei sinistri fraudolenti, con la produzione di fotografie di danni non inerenti all'evento denunciato. È stato, quindi, necessario intervenire con nuove tecniche di indagine al fine di individuare le eventuali frodi. A mio parere, occorre affiancare queste nuove metodologie di analisi ai classici metodi di indagine, al fine di contrastare al meglio il fenomeno delle frodi assicurative.



MICHELE SERRA | HEAD OF PRODUCT DEVELOPMENT - GENERALI JENIOT



Gli italiani sono tornati a muoversi a livelli pre-Covid 19 ma il ritorno all'utilizzo dell'auto non si è trasformato in un recupero delle vendite, che continuano a rimanere sotto i livelli 2019. La mobilità del futuro sarà green e complementare a forme alternative, anche se il termico rimarrà importante nel breve periodo. La nostra ambizione in Generali Italia è essere Partner di Vita nei momenti rilevanti dei nostri clienti. Per farlo, dobbiamo intercettare i trend e lavorare su soluzioni innovative che li soddisfino. È fonamen-

tale supportare la transizione verso l'elettrico con l'analisi dei dati e fornendo servizi di valore. Inoltre, vogliamo lavorare in ottica di eco sistema, con partnership strategiche basate su tecnologie come i sistemi di assistenza avanzata alla guida, sulla prevenzione e sul miglioramento della sicurezza alla guida, anche attraverso l'analisi ed il coaching sui dati telematici. Il nostro obiettivo è quello di sviluppare servizi e prodotti innovativi nell'ambito dell'Internet of Things e della Connected Insurance.

SILVIA PANSINI | RESPONSABILE CONTROLLI STRATEGICI GESTIONE SINISTRI - GRUPPO ITAS ASSICURAZIONI



L'attuale e delicato momento storico ci vede protagonisti di un importante cambiamento che dobbiamo affrontare con proattività. Cogliere le opportunità che questa fase di ripresa ci presenta è la proposition che deve guidare quotidianamente le nostre azioni. Gli economisti parlano di un nuovo boom economico mai visto prima. Gli ultimi due anni sono stati caratterizzati da una forte accelerazione del processo di digitalizzazione, che ha progressivamente modificato le nostre abitudini nell'utilizzo dei servizi. Se è vero che è stato avviato questo cambiamento informatico, è altresì corretto affermare che c'è ancora molto da fare per vederlo pienamente realizzato. In questa ripresa si ha l'ossessiva esigenza di recuperare i rapporti umani e i contatti interrotti. Pertanto, le sfide che ci si presentano oggi sono su due fronti apparentemente contrari tra loro: completare il processo

tecnologico in corso e, al contempo, mantenere vive le relazioni umane che molto spesso la tecnologia appiattisce. Oggi la strategia di maggior impatto in termini di efficacia è la semplificazione dei processi e delle procedure, rendendo sempre più "user friendly" ogni esperienza vissuta da chi si mette in contatto con la nostra struttura organizzativa. Pertanto, ogni soggetto che si relaziona con la nostra realtà può vedere funzionare con linearità il flusso del processo se e solo se questo risulta di immediata intuizione. La trasformazione digitale e la cura dei rapporti devono obbligatoriamente essere supportati da passaggi semplici e da azioni mirate e concrete. Forse potrebbe farci pensare una riflessione di Leopardi: "È curioso vedere che gli uomini di merito hanno sempre maniere semplici, e che sempre le maniere semplici sono state prese per indizio di poco merito".

