



FAI LA TUA **SCELTA**

Ovam ha organizzato un meeting di approfondimento con alcuni ricambisti per parlare di futuro e dare la possibilità a Monroe e ad Arval di presentare le loro novità per l'anno appena iniziato. Vediamo come è andata

a cura della Redazione

Non è facile prendere delle decisioni, soprattutto in un mercato difficile come quello dell'auto, ma per essere competitivi spesso è necessario prenderle, possibilmente prima documentandosi. E' la concorrenza che lo richiede! "Oggi - sottolinea Italo Baruffaldi, AD di OVAM e consigliere delegato di Autodis Italia Holding srl- il ricambista ha bisogno di avere informazioni chiare per poter fare tranquillamente le sue scelte. Più siamo informati più siamo consapevoli delle scelte che verranno prese. La nostra nuova organizzazione crede nel canale distributivo italiano e siamo attenti a quello che succede sul mercato. Al ricambista cerchiamo di fornire gli strumenti per fare la differenza a partire dalla qualità del servizio, sviluppando insieme a loro i network officina nei quali crediamo da anni (come per esempio quelli legati a Bosch). Da gennaio di quest'anno, offriamo un nuovo progetto: AD Service. Abbiamo già affiliato 60 officine con l'obiettivo di arrivare a 300 entro la fine dell'anno". Con l'obiettivo di arrivare entro la fine dell'anno a 400". Baruffaldi ha parlato anche delle trasformazioni in atto sul mercato. "Il cambiamento in atto ci porterà a

lavorare sempre di più in affiancamento con il ricambista per sviluppare insieme nuove progettualità da offrire alle officine affiliate".

Il mondo Monroe

Novità in casa Tenneco sia a livello logistico sia di gamma prodotti. "Nel corso del 2017 Tenneco ha prodotto 100 milioni di unità, ha sottolineato William Cappabianca, Sales manager Italia di Tenneco. Può essere interessante sapere che i prodotti Monroe in aftermarket, su dati forniti da TecDoc, sono in grado di coprire il 93 per cento della richiesta di mercato del circolante Italia ed Europa. Il secondo fornitore, invece, è al 91%". Monroe propone al mercato un'ampia ed importante gamma di componenti: 3299 codici, 4370 codici per la tiranteria, 2000 codici per molle e sospensioni, ma anche la disponibilità a portare informazione e formazione alle officine. Bisogna sapere spiegare che è una questione di sicurezza, di comfort di guida e di consumi avere componenti non in perfette condizioni. Una mano Monroe la fornisce cambiando la politica di vendita degli ammortizzatori con tre linee di prodotto: la Roadmatic; Original e Oespectrum che rispondono alle richieste del mercato. Prodotti che sono stati abbinati nella comunicazione "good better best" abbinata a tre testimonial come Thierry Neuville, per due volte vice-campione del WRC, a cui è stata associata la linea "Roadmatic", Tiago Monteiro, due volte campione del WTCC 2016, al quale è stata associata la linea "Monroe Original" e André Lotterer, pilota WC vincitore per 3 volte della 24 di Le Mans, al quale è stata associata la linea "Monroe Oespectrum". La linea Roadmatic è dedicata agli ammortizzatori per veicoli di età superiore ai 12 anni (si parla di circa 200 articoli) che hanno un valore residuo basso e dove il cliente sa di dover spen-

dere molto meno per l'installazione dell'ammortizzatore. La linea Original si caratterizza per la gamma più ampia; va da vetture che hanno dai quattro ai diciassette anni e replica le performance dell'ammortizzatore originale; la gamma Original prevede 1350 codici. "Possiamo dire - sottolinea Cappabianca - la linea Roadmatic e Original possono avere alcune applicazioni comuni, ma è a discrezione dell'autoriparatore fare la scelta in funzione delle richieste del cliente. La linea Oespectrum, con i suoi 417 codici, copre le vetture dai quattro ai dodici anni e utilizza la tecnologia più avanzata di Tenneco rispetto agli ammortizzatori non a controllo elettronico. Questa linea possiede delle tecnologie, brevettate da Tenneco, come la valvola MR-Tec2. È l'unico ammortizzatore presente sul mercato che è garantito cinque anni."

La realtà del Rent

Non solo cresce a due cifre il mondo del noleggio in Italia, ma sta cambiando anche il valore del noleggio per molti attori coinvolti - sottolinea Eleonora Simeone, marketing & Fleet Manager Autodis Italia Acquisti srl - Le stesse Case Auto stanno focalizzando la loro comunicazione sul "piacere di guidare l'auto della loro marca a prescindere dal fatto che sia di proprietà o a noleggio. L'importante è guidarla". Si passa quindi da un concetto di proprietà ad un concetto di possesso... dall'acquisto all'utilizzo. Anche le Società di noleggio non si distinguono più per la durata ma per la gamma di servizi che sono in grado di offrire al driver. Ormai tutte possono offrire noleggio di breve, medio e lungo termine e tutte mettono a disposizione piattaforme informatiche per le prenotazioni. Non tutte però gestiscono già un'ampia gamma di servizi complementari... Arval, ad esempio, in questo è già molto attiva".

Le attività di Arval

Arval negli ultimi anni ha lavorato per implementare nuovi prodotti e servizi sia in Italia che in altri Paesi, rispondendo alle esigenze di una mobilità a 360°, da 10 minuti a 10 anni, esordisce Simone Guidi Direttore Network.

L'offerta prevede, oltre al noleggio tradizionale, il Mid Term (1-24 mesi), il Car Replacement, il Corporate Car Sharing ed il noleggio a Privati; la gestione ed il servizio è affidata ad uno dei pilastri della strategia di Arval: il Network.

Arval da anni si avvale del ricambio Aftermarket per le riparazioni di meccanica dei propri veicoli; la convenienza economica non è l'unico variabile, ma cosa ancor più importante è la capacità di erogare un servizio attraverso una rete indipendente capillare, disponibile e flessibile. Di queste caratteristiche ne trae beneficio il Cliente/Utilizzatore.

Per questo Arval negli ultimi anni ha avviato un pro-



Italo Baruffaldi



Marco Mosaici



Simone Guidi



William Cappabianca

cesso di conoscenza e di qualificazione della rete di riparazione (Officine Meccaniche, Carrozzerie e Gommisti), dedicando un team di Network Manager con l'obiettivo di rafforzare la partnership, generare fiducia e creare opportunità di business.

Nell'ambito della classificazione abbiamo coinvolto Quattroruote Professional, prosegue S. Guidi, con l'obiettivo di sviluppare insieme a noi un questionario di oltre 100 domande che permettesse il censimento dei riparatori su quattro aree principali; la struttura, il personale, l'attrezzatura ed il servizio al Cliente. Sono stati quindi analizzati oltre 9.000 questionari e sono stati raccolti, per ogni centro, ulteriori indici di qualità e performance (survey dedicate agli Utilizzatori Arval, disservizi, rating finanziari, etc.).

In virtù di questa attività di analisi e selezione sono state individuate le migliori strutture, tutte caratterizzate da un elevato livello di servizio e con le quali Arval ha deciso di intraprendere un percorso di partnership. Vantaggi quindi per l'intera filiera distributiva.

La parola passa a Marco Mosaici Direttore Networks & Logistics che sottolinea che la Flotta gestita conta circa 188.000 veicoli, con chiusura stimata a fine anno di oltre 200.000 unità.

"Notevole il lavoro svolto da Arval negli ultimi anni nel mercato Automotive ed in particolare verso il Network riparativo, con un importante investimento sia in termini di risorse impiegate che di volumi gestiti. Numeri che crescono, mobilità che si evolve, ma senza perdere comunque di vista la qualità del servizio al Cliente/Utilizzatore. Marco Mosaici sottolinea anche come l'Italia, per la sua dinamicità, sia considerato nel Gruppo Arval un "laboratorio di attività e di idee", e come non sia un caso che solo in Italia esista una Direzione dedicata al Network.