

La nuova rotta di Ovam Group



SI CHIAMA AUTODIS ITALIA HOLDING LA NUOVA REALTÀ DISTRIBUTIVA NATA DALLA PARTNERSHIP TRA AUTODIS GRUOP E TRE SOCIETÀ OPERATIVE SUL MERCATO ITALIANO: OVAM, RICAUTO E TOP CAR. CON LA FORMAZIONE DI QUESTO GRUPPO, ANCHE OVAM ENTRA A FAR PARTE DELLE "BIG COMPANY" EUROPEE.

DAVID GIARDINO

2
NM

La convention di quest'anno si è tenuta a bordo della nave da crociera Costa Pacifica ai primi di aprile: un'occasione colta al volo per raccontare e rendere partecipi gli ospiti e clienti del gruppo Ovam, dei nuovi sviluppi che coinvolgono l'assetto societario e presentare la neonata Autodis Italia Holding e le sue strategie.

L'evento, destinato a ripetersi dato il successo e l'apprezzamento dell'iniziativa, ha permesso di ribadire al mercato la capacità dei soci di Ovam di tracciare la "giusta rotta" dell'attività che ha segnato per più di cinquant'anni il successo di questa realtà nel mercato della distribuzione indipendente in Italia. Una capacità imprenditoriale che ha saputo riconoscere, nonostante la continua affermazione e sviluppo, il momento opportuno per fare una correzione di rotta a favore di un ulteriore rafforzamento per affrontare il mercato con maggiore determinazione e velocità.

IL PERCHÉ DELLA SCELTA DI AUTODIS

Per Italo Baruffaldi, amministratore delegato del gruppo Ovam, l'incentive organizzato quest'anno ha quindi un obiettivo più forte del solito, quello di comunicare il passaggio da un importante gruppo nazionale alla partnership con una delle principali società distributive europee.

"Ovam ha scelto AD France, Autodis Group, perché ci è molto piaciuta la loro organizzazione di distribuzione, molto simile a quella tradizionale italiana" ha sottolineato Italo Baruffaldi. "L'approccio al mercato di questo nuovo partner distributivo è nel rispetto delle logiche locali, ottimizzando le logistiche e l'efficacia della distribuzione; Doyen Auto, acquisito nel 2016 da AD, opera con una logica di mercato ancora più simile alla nostra e propone anche ai propri partner una formula franchising, per



esempio, che è molto interessante e sicuramente vorremo approfondire." Che la distribuzione europea si stia trasformando velocemente, raggruppando i più forti operatori attorno alle organizzazioni più strutturate e competitive, è un fenomeno sotto gli occhi di tutti. Rimanerne al di fuori, oltre a essere rischioso, poiché è sicuramente meglio averle come alleati che come competitor visto il volume di affari che concentrano, toglie anche la possibilità di crescere velocemente in un mercato che ha sempre più bi-



ITALO BARUFFALDI, AMMINISTRATORE DELEGATO DI OVAM, PRESENTA IL NUOVO GRUPPO AUTODIS ITALIA HOLDING.



ROBERTO SANVITO, RESPONSABILE VENDITE ITALIA DI BOSCH AUTOMOTIVE AFTERMARKET.

sogno di fatturato a causa della marginalità in contrazione.

La difficoltà degli operatori della distribuzione italiana nella aggregarsi in un contesto internazionale è nei loro numeri economici; non a caso le scelte sono cadute su tre operatori come Ovam, Ricauto e Top Car, con bilanci in regola e solidità finanziaria. All'interno di una competizione su condizioni commerciali sempre più aggressive e che stanno segnando il passo degli ultimi anni del mercato della distribuzione di ricambi, il crescere di dimensioni, mantenendo sana l'azienda, è una alchimia che solo pochi manager hanno saputo realizzare.

I VANTAGGI PER I CLIENTI

A seguito di questa nuova compagine e all'adesione a un gruppo internazionale, Ovam avrà la possibilità di offrire ai Ricambisti e alle Officine Partner, nuovi strumenti di lavoro e nuovi prodotti, che spaziano dalla meccanica alla carrozzeria all'attrezzatura, oltre a programmi dedicati alle officine.

Far parte di un gruppo europeo permette di sviluppare anche nuove sinergie grazie a partner importanti come Bain Capital, socio di maggioranza di AD France.

Un primo esempio potrebbe essere la collaborazione con Fin Tyre uno dei principali attori del mondo dei Pneumatici in Italia, da poco di proprietà di Bain. Una collaborazione che può rafforzare la fidelizzazione dei clienti delle officine e nel contempo rappresentare una nuova fonte di guadagno per il ricambista a costo zero.

E questo è solo uno dei primi esempi di sinergie sviluppabili attraverso la condivisione di opportunità all'interno dello stesso gruppo.

IL MERCATO SECONDO BOSCH

Roberto Sanvito, responsabile vendite Italia di Bosch Automotive Aftermarket, con l'utilizzo di un efficace video di presentazione, trasferisce alla platea l'idea della dinamicità del cambiamento e della necessità di cambiare. Chi non cambia può passare "da cacciatore a cacciato" anche molto velocemente, perché "chi vuole sopravvivere deve cambiare".

Il mercato è diventato una vera giungla, spiega Sanvito, dove le logiche di sopravvivenza sono quelle della selezione naturale. Gli equilibri di un tempo non esistono più e le nuove relazioni andranno ridefinite e questo vale a tutti i livelli della filiera, dal componentista all'officina: nessuno escluso. Non per volontà di qualcuno, ma a causa della stessa tecnologia sulle vetture di nuova generazione e dell'informatica sempre più necessaria e presente in tutte le aziende, che proiettano il livello competitivo di riferimento da locale a internazionale, inevitabilmente.

IL PASSATO, IL PRESENTE E IL FUTURO

Per il programma officine Ovam prosegue la sua strada, non volendo rinunciare al marchio storico Point Service, ormai radicato in numerose officine che hanno mantenuto inalterata la loro adesione nel tempo. Certamente un marchio a

carattere locale, sottolinea Eleonora Simeone, responsabile Marketing Ovam Group, che si affianca a quelli di Bosch Car Service, Auto Crew e AD Garage, per chi ha una ambizione di visibilità nazionale.

La volontà è quella di garantire ai nostri Ricambisti Partner diversi progetti di fidelizzazione che rappresentino quindi diverse progettualità per le Officine, erogando i servizi che gli autoriparatori sceglieranno di attivare attraverso l'organizzazione, servizi che spaziano da quelli più semplici a quelli più strutturati.

NOVITÀ ANCHE DAL WEB

Sfruttare le esperienze di Autodis Group e imparare il più possibile dai portali da loro sviluppati per il mercato francese, come ad esempio iDGarages.com il preventivatore online dedicato agli automobilisti e canalizzatore verso le officine delle reti del gruppo. Queste le intenzioni di Ovam che con il progetto Dotcar aveva già intrapreso la strada del web ma trattandosi di un progetto NSD, il cambiamento di gruppo ha messo Ovam nella situazione di riprendere lo sviluppo di un nuovo portale ma Chiara Levati, direttore operativo Ovam, ritiene che parte dei contenuti del sito iDGarages.com siano già pronti per essere portati anche in Italia. I presupposti sono buoni, sottolinea Chiara, dati i numeri sviluppati da questa attività Oltralpe e il tasso di fidelizzazione degli automobilisti: oltre 4 milioni di fatturato e 200.000 automobilisti coinvolti. ■