



Ovam: verso il futuro e anche oltre



UNA CONVENTION CHE HA SUPERATO I MILLE PRESENTI, UNA PARTECIPAZIONE STRAORDINARIA, CHE È SERVITA AL DISTRIBUTORE MILANESE PER FARE IL PUNTO SUL FUTURO DELLA DISTRIBUZIONE E DELINEARE UNA STRATEGIA DI CRESCITA PER POTER COMPETERE SEMPRE PIÙ IN UN MERCATO CHE VEDE UNA PROGRESSIVA CONCENTRAZIONE DEGLI ATTORI IN CAMPO.

TOMMASO CARAVANI

Fare gruppo è il motto di base di Ovam, che punta sempre più a stringere vere e proprie partnership con tutta la catena distributiva: dal ricambista all'autoriparatore. Perché guardare il futuro del mondo dell'autoriparazione richiede visione e lucidità e non è detto che il futuro sia roseo se oggi non si fanno le scelte giuste.

Italo Baruffaldi, amministratore delegato di Ovam Spa affida all'ottimismo di Buzz, uno dei protagonisti del cartone animato Toy Story, l'apertura della convention annuale Ovam, che, nel momento di lanciarsi in volo (lui che essendo un giocattolo non può volare) grida al mondo "verso l'infinito e oltre".

Ad ascoltare la presentazione una

platea composta da 1.200 persone tra ricambisti e officine appartenenti ai network Point Service, Auto crew, Bosch Car Service e Dotcar, riunite per l'occasione lo scorso sabato 10 ottobre presso il Grand Hotel Dino di Baveno.

L'obiettivo di Ovam è quindi quello di volare alto nel mondo della distribuzione aftermarket, perché "è necessario farlo" soprattutto quando il contesto competitivo è destinato a cambiare.

Non nasconde Baruffaldi che l'Italia sia ancora un terreno tutto sommato vergine rispetto ai grandi attori della distribuzione europea. Gruppi che contano su miliardi di fatturato ma che, nel nostro paese, ancora non sono riusciti a importare mo-



DA SINISTRA FOTIOS KATSARDIS, PRESIDENTE DI TEMOT INTERNATIONAL CON ITALO BARUFFALDI AMMINISTRATORE DELEGATO DI OVAM SPA.



delli competitivi sul mercato. Tuttavia, secondo Baruffaldi, è solo una questione di tempo, ragion per cui è fondamentale in questa fase storica un "colpo di reni" che permetta al gruppo dal lui guidato di farsi trovare pronto qualora dovesse accadere.

L'AUTO TECNOLOGICA: UNA SFIDA AGGIUNTIVA

Se il contesto commerciale è destinato a divenire sempre più competitivo, non si può neanche ignorare il contesto tecnologico. È su questo punto che si concentra Fotios Katsardis, presidente di Temot International (di cui il gruppo NSD fa parte) che ha voluto partecipare alla convention.

Le auto sono e saranno sempre più complesse da riparare e la sfida per tutta la filiera indipendente sarà quella di riuscire a riparare e mantenere queste vetture. Una sfida non da poco, che escluderà tutti quegli autoriparatori che non saranno pronti a un cambiamento che si prospetta notevolmente più rapido rispetto alle rivoluzioni tecnologiche del passato. Per questo, secondo Katsardis, per autoriparatori e ricambisti sarà sempre più fondamentale far parte di un gruppo, perché sarà sempre più necessario avere assistenza e supporto sia nella vendita di componenti sia nella riparazione delle auto ed è impossibile rimanere aggiornati da soli.

UN VENTAGLIO DI PROGRAMMI

Proprio per questo motivo Ovam propone alla propria rete un ampio ventaglio di possibilità, dal progetto Point Service, rilanciato ufficialmente durante la convention (nelle regioni che storicamente erano di competenza di Ovam e I.DI.R.) a quello delle offi-

cine targate TRW, Bosch Car Service e Autocrew in tutta Italia.

L'obiettivo, indipendentemente dalla targa, è quello di stringere partnership con gli autoriparatori, aiutandoli con una vasta gamma di servizi per essere pronti alle prossime sfide del mercato. Dal supporto tecnico, erogata da Service, società del gruppo in costante crescita, fino all'assistenza legale, comprendendo tra gli altri anche progetti come il soccorso auto Amico Point Service, non più gestito da una società assicurativa ma direttamente dagli aderenti alla rete. Oltre a una serie di tools informatici, che vanno dal forum tecnico al gruppo su Whatsapp.

Andiamo con ordine e cerchiamo di spiegare meglio queste iniziative.

POINT SERVICE: UN MARCHIO DA PRESERVARE

Iniziamo con Point Service, che, come primo passo, vede un nuovo responsabile di progetto: Eleonora Simeone, già responsabile marke-

ting del gruppo Ovam, che dal palco del Grand Hotel Dino di Baveno spiega come il progetto, dopo un periodo di incertezza legato alle note vicissitudini del gruppo fondatore, sia in piena fase di rilancio.

Per testimoniare la bontà del nuovo corso è stato chiamato Tommy Evolini, autoriparatore del network tra i più attivi nelle varie community legate al brand. Un meccanico che crede nelle potenzialità del "fare squadra" con un particolare riferimento alle attività digitali offerte da Point Service: "Il forum, ad esempio, è uno strumento eccezionale, perché è riservato, non vi possono entrare automobilisti e permette di trovare soluzioni a problemi che tutti abbiamo".

Senza contare che, con il progresso cambiano anche le tecnologie. E così, spiega Simeone, "il prossimo anno lanceremo anche un gruppo su Whatsapp, uno strumento rapido e immediato per avere un supporto dai colleghi in caso di problematiche specifiche".

Ovviamente, però, il supporto non si limita al solo consiglio degli altri riparatori e, dal 2016, tutti gli aderenti al progetto Point Service potranno affiancare anche l'insegna TRW Autoservice Partner, che comprende l'assistenza tecnica telefonica dedicata e un supporto tecnico online in aggiunta al percorso di formazione Service.

Inoltre, è stato inserito anche una





incentivazione pneumatici, grazie a un accordo con Pirelli, che permette a quelle officine che offrono questo servizio un sistema di punteggio e bonus in grado di portare un beneficio reale alle finanze aziendali.

Infine, il rilancio del marchio passa anche dalla comunicazione: dalla radio (su radio DeeJay con una specifica campagna pubblicitaria in collaborazione con Bosch e Monroe) a internet, dove si spingerà in particolare su Google e le keywords legate al mondo della riparazione.

L'AUTO DEL FUTURO

Ad analizzare, invece, le prossime sfide per gli autoriparatori ci pensa Roberto Sanvito, responsabile vendite Italia Bosch. Secondo il manager

Bosch, infatti, la sterzata verso auto sempre più tecnologiche sarà molto rapida e non bisognerà aspettare molto per avere auto sempre più interattive, elettrificate e autonome.

Un cambio di paradigma per tutto il mondo della riparazione: da chi dovrà riparare queste vetture alla tipologia di ricambi.

Sempre più, infatti, si andrà nella direzione della diagnosi predittiva, cioè dell'analisi dell'auto ventiquattro ore su ventiquattro, con nuove possibilità per gli autoriparatori di fidelizzare i propri clienti intervenendo sulle loro auto da remoto o segnalandogli un problema e quindi consigliando un passaggio in officina prima ancora che il guasto o il malfunzionamento si manifestino. Un assist raccolto da Italo Baruffaldi, che racconta i rischi congeniti di questa svolta. Se le auto comunicano con chi le ha costruite, il rischio reale è che la canalizzazione verso le officine della rete ufficiale sia inevitabile. Un caso su tutti è rappresentato dall'e-call, il meccanismo che permette alle auto di inviare un segnale di soccorso in caso di incidente. Ecco allora che il senso del fare gruppo diventa fondamentale, perché, sulle normative che gestiranno la comunicazione, si gioca il futuro dell'autoriparazione, che da una parte vede schierata la distribu-

zione e la riparazione indipendente, mentre dall'altra le lobbies delle case auto fanno di tutto per spingere la canalizzazione nei propri centri.

DOTCAR IL PROGETTO PER L'AUTOMOBILISTA

E proprio per combattere la battaglia della canalizzazione, Ovam punta sul progetto dotcar, con Chiara Levati, presidente NSD e responsabile di questa iniziativa, che delinea i prossimi passi di un progetto in cui l'azienda crede molto.

"Il progetto è cambiato – spiega Levati – sulla base delle esigenze delle officine aderenti e dello studio fatto in questo primo periodo. L'obiettivo è quello di creare un database di clienti da 'coccolare' con una serie di servizi, come la gestione delle scadenze relative all'automobile. Inoltre, sul portale non sarà più possibile acquistare i tagliandi, ma solo pacchetti predefiniti di riparazioni semplici. Ma per coccolare gli automobilisti bisogna prima trovarli, per questo è stato chiamato Ugo Benini, partner di The Vortex, azienda specializzata nella diffusione delle migliori pratiche web per acquisire clienti, che ha illustrato le potenzialità del web se affrontato con la corretta strategia e investimenti mirati. ■