



Insieme verso il futuro

La convention di Autelektra, socio del Consorzio Asso Ricambi, ha riunito i partner fornitori e oltre 200 officine. Con la regia della famiglia De Paulis e il contributo di autorevoli relatori, l'evento è stato l'occasione per analizzare l'evoluzione che sta trasformando il settore

di Fulvio Miglio

La convention organizzata lo scorso 30 novembre a Silvi Marina (Teramo) dal ricambista abruzzese Autelektra, che si appresta a festeggiare i 40 anni d'attività, ha radunato oltre 200 autoriparatori provenienti da tutta la regione e dalla vicina provincia di Rieti: è questa, infatti, l'area coperta capillarmente grazie agli oltre 5.000 mq di magazzini a supporto dei due punti vendita all'Aquila (Est e Ovest), delle altre filiali di Avezzano e, sulla costa pescarese, di Montesilvano e Spoltore, a cui si aggiunge la filiale nella città laziale. A fare gli onori di casa, presso il Centro Congressi Abruzzo, Adele De Paulis, contitolare di Autelektra insieme al fratello Edmondo e Presidente del Consorzio Asso Ricambi, a cui l'azienda è associata dal 2014.

Una bella storia imprenditoriale

Prima di raccogliere il testimone da papà Sandro, fondatore di Autelektra nel 1980 rilevando le quote dei precedenti soci, una volta laureatasi Adele decise di affrontare con coraggio la sfida che si era imposta con Edmondo: crescere in pochi mesi. Una sfida poi vinta alla grande, con bilanci in crescita che hanno consentito di ingrandirsi tappa dopo tappa: apertura ad Avezzano nel 1998, a Rieti nel 2004, all'Aquila con un secondo punto vendita nel 2011, a Montesilvano nel 2015 e infine a Spoltore nel 2018. Inoltre, nel tempo sono state strette collaborazioni con cinque network: Asso Service, Marelli Checkstar, "a posto", Bosch Car Service e Dedicar. L'obiettivo - oltre al rafforzamento dei



Adele De Paulis, titolare di Autelektra e Presidente del Consorzio Asso Ricambi



Marc Aguetz, Managing Director di GiPA Italia



Marco Mosaici, Direttore Network di Arval Italia



Giampiero Pizza, Direttore del Consorzio Asso Ricambi

La mission dichiarata di Autelektra non è solo vendere ricambi ma anche affiancare i propri clienti in un mercato che cambia velocemente, offrendo una vasta gamma di servizi



Mauro Baricca, 'allenatore d'impresa'

rapporti tra gli attori della filiera, inclusi i partner fornitori sponsor - era ben specificato nel programma dell'evento: fare il punto della situazione sull'evoluzione automotive, con al centro un tema che rispecchia la filosofia aziendale: 'Il futuro è insieme'. Aperitivo e cena con invito per tutti gli ospiti hanno poi favorito ulteriormente lo spirito di squadra e la conoscenza reciproca. Autelektra infatti, seguendo gli insegnamenti di Sandro De Paulis si presenta non solo come un negozio di ricambi, differenziandosi anche nella varietà dei servizi offerti alle officine clienti per soddisfarne al meglio le esigenze, anticipando i trend. Una gamma di 50.000 articoli, di oltre 30 marchi partner di Asso Ricambi, è trattata da addetti specializzati e da agenti molto attivi sul territorio. Rapidità e competenza sono le linee guida aziendali e il team di Autelektra è selezionato per garantire un supporto a 360 gradi: oltre 200 consegne plurigiornaliere con 10 mezzi

propri, assistenza telefonica, consulenza tecnica anche in loco sulla strumentazione diagnostica, corsi di formazione in 4 aule dedicate con 120 officine iscritte ogni anno, percorsi di marketing e strategie web, macchinari e attrezzature per lavaggio cambi automatici, climatizzazione, sistemi ADAS, Tpsm e molto altro. Aprendo i lavori, prima di cedere il microfono ai relatori per autorevoli contributi sui temi del giorno, Adele De Paulis ha sottolineato come i modelli di business siano cambiati: "Occorre acquisire competenze in ambiti nuovi. La fantascienza è realtà quotidiana ma minacce come tecnologia, innovazione, web marketing, auto connesse e car sharing possono rivelarsi anche grandi opportunità per chi, come noi, vuole evolversi. Oggi faremo un viaggio ripercorrendo quello che siamo stati, quello che siamo e quello che saremo. Le sfide sono tante per il settore ma insieme è più facile stare al passo con i tempi".

Uno scenario complesso ma stimolante
Giampiero Pizza, Direttore del Consorzio Asso Ricambi, ha indicato come dovrebbe essere gestito il futuro: "Coordino il Consorzio, che con 112 associati, 70 fornitori e 240 milioni di fatturato è la realtà aggregativa italiana più grande per numeri e progetti. Con Adele, amica e preziosa compagna di viaggio dal 2014 e imprenditrice bravissima nell'intercettare i bisogni dei clienti, condivido una visione strategica basata su tre elementi. Anzitutto il mercato, non solo in senso commerciale, che non deve intimorire ma va affrontato dedicando risorse, con umiltà, senza farsi sorprendere dalla sua veloce evoluzione. Le nuove regole del gioco vanno usate a nostro vantaggio e i programmi del Consorzio sono ideali per guardare al futuro. Poi la tecnologia: per noi non è nemica ma alleata, uno strumento di crescita e conoscenza per l'intera filiera, perché fuori dalle officine

FLASH DALLA CONVENTION



il mondo fa passi da gigante. Infine la collaborazione, che per noi ha un ruolo fondamentale con partner e fornitori garantendo idee, informazioni, strumenti e soluzioni. Un'arma formidabile per vincere le sfide". Marc Aguetaz, Managing Director di GiPA Italia, ha analizzato lo scenario di mercato in prospettiva: "Cambiare costa energie ma dire 'ho sempre fatto così' porta a chiudere, come accaduto a Kodak, Blockbuster e Triumph. La sfida della connettività è in corso e intanto l'impatto di nuove motorizzazioni e forme di mobilità - con un peso crescente delle flotte e delle assicurazioni che costringono ad alzare il livello qualitativo, formativo e gestionale - crea dubbi sulle specializzazioni. Le mancate immatricolazioni dal 2011 al 2015 e l'invecchiamento del parco sono fattori che incideranno: anche se il mercato dell'assistenza è anticiclico, nelle officine multimarca il 60% dei clienti porta infatti auto di oltre 10 anni, e gli ingressi per manutenzione ordinaria sono in calo, così come il numero di ricambi e lubrificanti utilizzati in un ciclo di vita, salvo eccezioni come i filtri olio. Non c'è ancora urgenza ma bisogna adeguarsi velocemente puntando su competenza, manodopera, strumentazioni e partner validi, come dimostra Asso Ricambi. Nelle 4 province abruzzesi c'è una 'torta' di 800.000 ingressi annui di auto

- con età media di oltre 11 anni - da spartirsi tra quanti sapranno investire: per canalizzare la clientela, ottimizzare la visibilità online e fidelizzare offline tramite un rapporto basato sull'efficacia comunicativa, orientandosi verso il multiservice con una gestione all'altezza di clienti come le flotte. Marco Mosaici, Direttore Network Arval, ha illustrato il ruolo delle flotte: "Col noleggio a lungo termine siamo diventati anche soluzioni flessibili, da 10 minuti a 10 anni, sempre più richieste pure dai clienti privati. Oggi 1 auto su 4 è immatricolata da una flotta e la sola Arval Italia acquista 60.000 nuovi veicoli l'anno su un parco di oltre 200.000, con trend in aumento a breve. Gestisco una rete di circa 10.000 riparatori. Abbiamo creato un nostro network preferenziale composto da Arval Center e Arval Premium Center per un totale di 1 milione di eventi riparativi all'anno. Noi, come flotta siamo tra gli acceleratori di questa trasformazione, sostenuta anche dal minore interesse dei giovani per l'auto di proprietà. Il nostro parco auto infatti ha un'età media di poco più di 36 mesi, con tendenza verso le motorizzazioni a benzina e un lento ma costante incremento dell'elettrificazione. Ed entro il 2020 l'intero parco sarà connesso, con sempre più innovazione tecnologica a bordo auto: la conseguenza

sarà che canalizzeremo sempre di più le nostre vetture verso chi saprà investire in attrezzature e formazione". Mauro Baricca, 'allenatore d'impresa', ha quindi fornito utili consigli su come sopravvivere alla rivoluzione che ci aspetta, prosperando con fiducia: "Tutto è cambiato, dal 2008, con l'avvento dello smartphone e della connessione costante, un'invenzione paragonabile a quella della ruota e del motore a scoppio per il nostro settore. Perciò è fondamentale aggiornare e affinare le competenze, perché in questi casi o le cavalchi o le tecnologie ti sommergono. A partire dalle strategie di comunicazione online: meno del 20% di noi riesce a ricavarne un guadagno, gli altri regalano i propri dati. E ricordiamo che sul web o ti distingui o ti estingui". Ai saluti finali, un applauso sincero ed entusiasta ha accolto il team di Autelektra presentato sul palco, a testimonianza di un rapporto con clienti e fornitori che va oltre i confini professionali, come ha ricordato Adele De Paulis: "Siamo felicissimi di festeggiare con voi i 40 anni d'attività. Ero ragazza quando sono entrata in azienda e di sfide ne abbiamo vinte tante, ancora di più con un partner come Asso Ricambi. Cavalcheremo uniti il cambiamento e con il nuovo anno vi proporremo interessanti iniziative, dalla formazione sul web alle riunioni d'area, per continuare a crescere insieme". ■